

zeb Nachhaltigkeitsstudie 2020: Positionierungs- und Ertragschancen für Bankenbranche

- Zielgruppe nachhaltigkeitsaffiner Bankkunden seit 2014 um 300% gewachsen
- Kostenakzeptanz für nachhaltig orientiertes Banking bei Kunden vorhanden
- 1,6 Mrd. Euro Zusatzpotenzial im Markt Deutschland, 160 Mio. Euro in Österreich
- Nachhaltigkeit rückt in den Fokus der Regulatorik

Wien, 7. Juli 2020 – **Das Thema Nachhaltigkeit beeinflusst zunehmend das Konsumentenverhalten und entwickelt sich auch im Bankgeschäft zu einem zentralen Treiber für die Transformation der Kreditwirtschaft. Die Banken haben das grundsätzlich erkannt. Dennoch ist die Mehrzahl noch weit davon entfernt, attraktiv für dieses anspruchsvolle Klientel zu werden. Insgesamt ist die Gruppe der nachhaltigkeitsaffinen Bankkunden in Deutschland seit dem Jahr 2014 um fast 300% gewachsen und damit in der Breite der Bevölkerung angekommen.**

Die aktuelle Nachhaltigkeitsstudie der Strategie und Managementberatung zeb, fokussiert auf die europäische Financial Services Industrie, hat Mitte 2020 zum zweiten Mal nach 2014 untersucht, wie sich das Bankgeschäft durch den Megatrend Nachhaltigkeit verändert, welche transformativen Prozesse das bei den Finanzinstituten auslöst und welche Ertragspotenziale entstehen. Befragt wurden 1.000 Personen in Deutschland, die Ergebnisse und Entwicklung sind auf den Dachraum übertragbar, unterstreichen die zeb Experten bei der Studienpräsentation.

Nachhaltigkeit – raus aus der Nische. Fast zwei Drittel der Bevölkerung in Deutschland sieht Nachhaltigkeit als grundsätzlich relevant für ihr Lebensumfeld an. 9% dieser Gruppe definieren Nachhaltigkeit sogar als hoch relevant für Entscheidungen rund um das Thema Finanzen.

Ulrich Hoyer, zeb-Partner und Mitautor der Studie, führt aus: „Nachhaltigkeit ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen und Banken haben das erkannt. Um die Zusatzpotenziale zu nutzen, müssen sich die meisten Kreditinstitute allerdings noch erheblich strecken. Gefragt sind unter anderem Tools zum Messen und Managen differenzierter Kreditrisiken. Allerdings ist Nachhaltigkeit ein ganzheitliches Thema und betrifft die gesamte Wertschöpfungskette, bei dem die begleitenden regulatorischen Hürden weiter zunehmen werden. Profitieren vom Megatrend Nachhaltigkeit werden vor allem jene Institute, die eine klare, glaubwürdige Positionierung sowie eine individuelle, nachvollziehbare Agenda vorweisen.“

Wechselbereit für mehr Nachhaltigkeit. Die zeb-Nachhaltigkeitsstudie 2020 ergab zudem, dass nachhaltigkeitsaffine Kunden deutlich zufriedener mit ihrer Hausbank sind als andere Kundengruppen. Außerdem sind sie hochgradig wechselbereit, wenn ihre Bank diese Nachhaltigkeitsansprüche nicht sicherstellt. Grundsätzlich wünschen sich zwei Drittel der Personen, die im Rahmen der Studie befragt wurden, eine deutliche Weiterentwicklung der eigenen Hausbank in Richtung mehr Nachhaltigkeit.

Wie Michaela Schneider, Managing Partnerin Österreich, unterstreicht, zeigt die Studie, dass nachhaltigkeitsaffine Kunden durchaus willens sind, mehr für nachhaltig orientiertes Banking zu zahlen, eine Tendenz, die für sie auch klar in Österreich sichtbar wird. Die Studienautoren errechneten auf Basis der jährlich bestehenden Erträge bei Einbeziehung dieser Zielgruppe zusätzliche Ertragschancen von ca. 820 Mio. Euro für die Branche in Deutschland. Insgesamt sind im Privatkundengeschäft Deutschland etwa zwei Drittel der ca. 50 Mrd. Euro Erträge im Jahr durch Nachhaltigkeit tangiert bei einem Zusatzpotenzial im



Markt von zusammen ca. 1,6 Mrd. Euro. Das Potenzial in Österreich sieht Schneider demnach bei rund 160 Mio. Euro.

Parallel müssen in den nächsten Jahren deutlich steigende regulatorische Rahmenbedingungen bewältigt werden, die nahezu alle Handlungsfelder der Banken betreffen. Vor diesem Hintergrund fordern die Studienautoren die konsequente Integration aller Aspekte von Nachhaltigkeit in die Banksteuerung und ein ganzheitliches Agieren, um der wachsenden Zielgruppe sowie den gesteigerten Kundenerwartungen tatsächlich gerecht zu werden. Die neuartigen Kreditrisiken müssen im Rahmen der erweiterten Umwelt- und Sozialorientierung aktiv gemanagt werden, sonst können die zusätzlichen Ertragspotenziale nicht dauerhaft gehoben werden.

Glaubwürdig nachhaltig. Jens-Uwe Holthaus, zeb-Senior Manager und Mitautor der Studie, bemerkt abschließend: „Fokussieren Banken das Thema Nachhaltigkeit umfassend, können sie vom hohen Potenzial deutscher Privatkunden in diesem Sektor profitieren. Noch allerdings sind die Wettbewerbsprofile der großen Banken und Bankengruppen nicht ausgeprägt genug, um Kunden systematisch zu gewinnen und zu binden. Sie besitzen jedoch gute Chancen, wenn es ihnen gelingt, die Wechselbereitschaft dieser kritischen Kunden für sich zu nutzen und diese an sich zu binden.“ „Eine glaubwürdige und belegbare Umsetzung der Nachhaltigkeitsversprechen wird die Banken dabei unterstützen“, ergänzt Michaela Schneider.

Über zeb:

zeb ist die führende Strategie- und Managementberatung im Bereich Financial Services. Das Unternehmen wurde 1992 in Münster/D gegründet und entwickelte sich zu einer Beratung für Finanzdienstleistungsunternehmen, die gleichermaßen Wert auf Qualität der Konzeption wie praktische Begleitung der Umsetzung legen. Unternehmensweit über 1.000 Mitarbeiter an Standorten in Deutschland, Dänemark, Großbritannien, Italien, Luxemburg, den Niederlanden, Norwegen, Österreich, Polen, Russland, Schweden, der Schweiz, der Ukraine und den USA betreuen Kunden – Banken und Versicherungen – über die gesamte Wertschöpfungskette.

Für Rückfragen:

zeb Österreich:

Dr. Michaela Schneider, Managing Partnerin

T: +43-1-5226370711; E: mschneider@zeb.at

www.zeb.at

communication matters:

Mag. Eveline Bottesch

T: +43-1-5032303-32; E: bottesch@comma.at