

Pressemitteilung

zeb Nachhaltigkeitsstudie 2021:

Kunden erwarten mehr Nachhaltigkeit von Finanzdienstleistern

- *Für über zwei Drittel der ÖsterreicherInnen ist Nachhaltigkeit nicht nur im Alltag, sondern auch bei Finanzen relevant*
- *Nachhaltiges Banking steigert Zahlungsbereitschaft der Kunden, erhöht aber auch die Wechselbereitschaft*
- *Rund 160 Mio. Euro zusätzliches Ertragspotenzial im österreichischen Retail Banking*
- *Nachhaltigkeit rückt in den Fokus der Regulatorik*

Wien, 21. Jänner 2021 – **Mit den Auswirkungen des Megatrends Nachhaltigkeit auf Kundenentscheidungen im Bereich Finanzen beschäftigt sich eine aktuelle Studie der Strategie- und Managementberatung zeb. In einer repräsentativen Umfrage unter 1.080 Personen in Österreich zum Jahresende 2020 wurden Endkunden von Banken und Finanzdienstleistern zu ihrer Haltung gegenüber dem wachsenden Angebot an nachhaltig geprägten Finanzdienstleistungen befragt. Die Ergebnisse ähneln vergleichbaren zeb-Befragungen in der Schweiz und in Deutschland und unterstreichen die steigende Bedeutung von Nachhaltigkeitsaspekten sowohl im Alltag als auch im Bereich Finanzen.**

Nachhaltigkeit auch bei Finanzen immer gefragter. Mehr als zwei Drittel der österreichischen Bevölkerung sieht Nachhaltigkeit als grundsätzlich relevant für ihr Lebensumfeld an. 10 Prozent dieser Gruppe definieren Nachhaltigkeit sogar als hoch relevant für Entscheidungen rund um das Thema Finanzen. In urbanen Regionen ist dieser Anteil sogar noch höher und liegt z.B. in Wien bei 12 Prozent der Bevölkerung.

Ulrich Hoyer, zeb-Partner und Studienautor, führt aus: „Nachhaltigkeit ist längst kein Randthema mehr, sondern prägt seit einiger Zeit Denk- und Verhaltensweisen in der Mehrheit der Bevölkerung. Damit wächst die Relevanz von Nachhaltigkeit im Umgang mit Finanzen ebenfalls. Dabei geht es nicht alleine um Produkte, sondern auch um das Nachhaltigkeitsengagement in der Region oder um generell nachhaltigen Bankbetrieb in allen Facetten.“ Aufgrund demografischer Veränderungen und Präferenzentwicklungen in der Bevölkerung erwartet Hoyer eine weitere Zunahme der Bedeutung des Themas. „Nachhaltigkeit wird künftig das ‚New Normal‘ in Bezug auf Kundenverhalten für Banken darstellen“, ergänzt der Studienautor. Institute benötigen künftig eine klare, auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Handlungsagenda und müssen die Nachhaltigkeitsperspektive in ihre strategischen Überlegungen einfließen lassen.

Bewusste Entscheidungen für Nachhaltigkeit. Insbesondere die Kundengruppe mit hoher Affinität gegenüber Nachhaltigkeit wählt Bankpartner bewusst unter Nachhaltigkeitsaspekten aus. Diese bewusst getroffene Entscheidung führt zu einer hohen Zufriedenheit – mit der Nachhaltigkeit ihrer Hausbank sind 71 Prozent der Befragten zufrieden. Allerdings ist auch die Wechselbereitschaft bei Nichterfüllung der Nachhaltigkeitsansprüche mit 38 Prozent in dieser Zielgruppe recht groß. Ganze 62 Prozent aller Befragten wünschen sich, dass sich ihre Hausbank deutlich in Richtung einer nachhaltigen Bank weiterentwickelt. Dieser Kundenwunsch variiert je nach Marktteilnehmer: 50 bis 70 Prozent der Kunden von Banken und Finanzdienstleistern in Österreich ist das ein wichtiges Anliegen.

Laut Michaela Schneider, Managing Partnerin Österreich, unterstreicht die Studie den Willen nachhaltigkeitsaffiner Kunden, durchaus mehr für nachhaltig orientiertes Banking zu zahlen. Das sei eine Tendenz, die für sie auch in Österreich klar sichtbar wird. Die Studienautoren errechneten auf Basis der jährlich bestehenden Erträge zusätzliche Ertragschancen von etwa 160 Mio. Euro für die Finanzbranche in Österreich. Diese ergeben sich durch eine erhöhte Preisbereitschaft seitens der Endkunden. Insgesamt sind im Privatkundengeschäft etwa zwei Drittel der ca. 4,8 Mrd. Euro Erträge im Jahr durch Nachhaltigkeit tangiert.

Darüber hinaus wird in den nächsten Jahren das Thema Nachhaltigkeit noch stärker als bisher Eingang in die Regulatorik finden und viele Bereiche der Bank betreffen: Die Bandbreite reicht von der Abbildung in der Strategieentwicklung über den Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken und Eigenkapitalanforderung bis zur Anpassung von z.B. Vertriebs- und Beratungsprozessen. Vor diesem Hintergrund fordern die Studienautoren die konsequente Integration aller Aspekte von Nachhaltigkeit in die Banksteuerung und ein ganzheitliches Agieren. So können Finanzdienstleister der wachsenden Zielgruppe sowie den gesteigerten Kundenerwartungen tatsächlich gerecht werden.

Ehrliches Nachhaltigkeitsversprechen gefragt. Banken haben das Thema Nachhaltigkeit in den letzten Jahren als strategisch relevant erkannt. In der Regel misst ihm das Top-Management adäquate Bedeutung bei. Dabei standen bisher regulatorische Mindeststandards sowie selektive Einzelmaßnahmen wie z.B. nachhaltige Investments im Vordergrund. Noch sind die Wettbewerbsprofile der meisten Marktteilnehmer nicht ausgeprägt genug, um Kunden systematisch zu gewinnen und zu binden. Sie besitzen jedoch gute Chancen dafür, wenn es ihnen gelingt, die Wechselbereitschaft dieser kritischen Kunden für sich zu nutzen. „Ein ehrliches, umsetzbares und aus Kundensicht nachvollziehbares Nachhaltigkeitsversprechen, das die Strategie unterstützt, würde Banken helfen“, fasst Ulrich Hoyer zusammen. Denn: „Wer seine Strategie nicht nachhaltig ausrichtet, wird nachhaltig scheitern.“

Auszug aus der zeb.Nachhaltigkeitsstudie 2021 hier [zum Download](#)

Kontakt für weitergehende Informationen:

zeb:

Dr. Michaela Schneider, Managing Partnerin
T: +43-1-5226370711; E: mschneider@zeb.at
www.zeb.at

communication matters:

Thomas Schweinberger, MA
T: +43-699-18336900; E: schweinberger@comma.at

Über zeb:

zeb ist die führende Strategie- und Managementberatung im Bereich Financial Services. Das Unternehmen wurde 1992 in Münster/D gegründet und entwickelte sich schnell zu einer Beratung für Finanzdienstleistungsunternehmen, die gleichermaßen hohen 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 und der Ukraine betreuen Kunden – Banken und Versicherungen – über die gesamte Wertschöpfungskette.