

**D**as Interesse an nachhaltigen Spar- und Anlageformen steigt weiterhin an. Rund die Hälfte der Österreicher (48%) gibt in der repräsentativen Integral-Studie im Auftrag der Erste Bank an, ihr seien nachhaltige Finanzprodukte wichtig.

Beim Interesse an solchen Veranlagungen zeigt sich, dass Frauen mit 52% stärker daran interessiert sind als Männer (43%). 24% halten das Thema bei Bankprodukten teilweise für wichtig, nur 25% finden Nachhaltigkeit dabei nicht wichtig. Allerdings hat auch jeder vierte Befragte zu diesem Thema noch keine klare Tendenz.

#### Nachfrage steigt ständig ...

„Nachhaltige Finanzprodukte werden in Kundengesprächen immer stärker nachgefragt. Wir haben schon vor 20 Jahren den ersten nachhaltigen Publikumsfonds aufgelegt und das seither konsequent ausgebaut“, sagt Gerda Holzinger-Burgstaller, Vorstandsvorsitzende der Erste Bank. Heute sind es bei Erste Bank und Sparkassen bereits 14 Mrd. €, die nachhaltig in einer breiten Palette an Nachhaltigkeitsfonds veranlagt sind.

#### ... auch bei den Unternehmen

Auch Betriebe zeigen immer mehr Interesse an dem Thema: Für eine große Mehrheit (80%) der österreichischen Unternehmen hat das Thema Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert, ungeachtet der Unternehmensgröße, Branche oder Region.

Trotz der tiefen Verankerung des Themas in Österreichs Unternehmen besteht noch erheblicher Aufholbedarf in der Umsetzung – erst bei 42% liegt bereits eine Nachhaltigkeitsstrategie vor. Das geht aus einer weiteren aktuellen, repräsentative Markt-

studie hervor, die im Auftrag von Arthur D. Little und der Erste Group von Karmasin Research & Identity durchgeführt wurde.

„Es handelt sich um die erste Studie in Österreich zum Thema Nachhaltigkeit und nachhaltige Finanzierung unter führenden heimischen Unternehmen“, so Karim Taga, Arthur D. Little Austria GmbH.

#### Umwelt und Soziales

Während die ESG-Kriterien (Environmental, Social, and Governance) in der Theorie als Einheit zu betrachten sind, hält die Marktstudie fest, dass sich in der Praxis ein anderes Bild zeigt. Ökologische Ziele und Umweltziele, gefolgt von sozialen Aspekten, sind in fast allen Nachhaltigkeits-Strategien von Unternehmen verankert. Corporate Governance und Diversity-Ziele hingegen finden sich in weniger als der Hälfte der Strategien.

Hier kristallisiert sich eine Priorisierung innerhalb der ESG-Kriterien zugunsten des Environmental-Kriteriums heraus. Und: Diese unterschiedliche Schwerpunktsetzung ist auch in den KPIs (Erklärung siehe Kasten rechts), auf die viele Unternehmen im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategien setzen, gut ersichtlich.

#### Relevant für Bankenbeziehung

Nachhaltigkeitsmaßnahmen werden von mehr als der Hälfte der befragten Unternehmen keine Vorbehalte entgegengebracht, lediglich hohe Kosten oder zu lange Projektlaufzeiten werden teilweise als negative Folgewirkung erachtet. Ein sehr interessantes Bild zeigt sich in der Bedeutung von Nachhaltigkeit in der Interaktion der Unternehmen mit Banken. Während knapp die Hälfte der Unternehmen angibt, dass das Thema

Nachhaltigkeit für die Kundenbeziehung wichtig ist, spielt das Thema erst bei 30% eine Rolle im Dialog mit Finanzinstituten.

#### Die Hälfte nutzt die Angebote

Mehr als drei Viertel der befragten Unternehmen gaben an, nicht zu wissen, ob ihre Bank nachhaltige Produkte und Services anbietet. Von den Unternehmen, die das Nachhaltigkeits-Angebot ihrer Banken kannten, nutzen rund 50% diese Angebote. Bei 76% der Befragten wurden noch keine Nachhaltigkeitsdaten von der Bank verlangt, weitere 76% bereiten sich trotz neuer Gesetzgebung noch nicht auf deren Abfrage vor.

”

*Nachhaltige Finanzprodukte werden in Kundengesprächen immer stärker nachgefragt.*

**Gerda Holzinger-Burgstaller**  
Vorstandschefin  
Erste Bank

“



## Der Key Performance Indicator

### KPI – oder wie?

KPIs oder Key Performance Indicators gehören zum Neusprech der Betriebswirtschaftslehre. Sie messen vor allem die Unternehmensperformance im Bereich Ressourcenverbrauch sowie Umwelt- und Sicherheitsaspekte, weniger jedoch im Bereich der Mitarbeiter und gesellschaftlicher Engagements. Dennoch sehen Unternehmen laut der Marktstudie die Vorteile der Nachhaltigkeitsaktivitäten vor allem in einem besseren Arbeitsklima und erhöhter Zufriedenheit und Loyalität der Mitarbeiter in ihrem Betrieb.