

FMVÖ Financial Forum: „ESG ist ein Mannschaftssport“

Wien, 1. Juni 2022 – Beim Financial Forum des Finanz-Marketing Verband Österreich (FMVÖ) in der Österreichischen Nationalbank diskutierten am 31. Mai 2022 Expert:innen aus der Bank- und Versicherungsbranche den Themenbereich „Nachhaltige Finanzwirtschaft“: Helmut Ettl (FMA), Andrea Stürmer (Zürich Versicherung) und Wolfgang Viehauser (Hypo NOE Landesbank) widmeten sich Fragestellungen wie „welche nachhaltigen Erwartungen Kund:innen an einen Finanzdienstleister in der Zukunft haben“ und „wo Österreichs Banken und Versicherungen bei einem der wichtigsten Transformationsprozesse unserer Zeit stehen“. Abgerundet wurde die Veranstaltung durch einen Fachvortrag von Heidrun Kopp (INAFINA) und eine Studienpräsentation von Robert Sobotka (Telemark Marketing). Konzipiert und moderiert wurde die Veranstaltung von FMVÖ-Vorstandsmitglied Anne Aubrunner.

Nach der Begrüßung durch **OeNB-Direktor Eduard Schock** und **FMVÖ-Präsident Erich Mayer** eröffnete **INAFINA-Leiterin Heidrun Kopp** den spannenden Abend mit ihrer Keynote zum Thema „Green Business versus Green Washing“. Sie ging darauf ein, dass in den letzten 15 Jahren die CSR-Maßnahmen vieler großer, meist börsennotierter Unternehmen inhaltlich selten mit dem Kerngeschäft verknüpft und eher als Marketing-Themen aufgesetzt waren. Erst die verstärkte Nachfrage nach nachhaltigen Investments auf den Kapitalmärkten, die Einführung von freiwilligen Verfahrensrichtlinien und internationalen Standards sowie Zertifizierungen und staatliche Gütesiegel für nachhaltige Finanzprodukte (bspw. ÖGUT, Österreichisches Umweltzeichen – UZ49) hätten zu einem Umdenken geführt. Mit dem EU-Aktionsplan von 2018 wurde mit der Taxonomie ein einheitliches Klassifizierungssystem für nachhaltige Wirtschaftstätigkeiten geschaffen, das zwar zusätzlich zur Bewusstseinsbildung für Environmental Social Governance (ESG) bei den Entscheidungsträgern beigetragen habe. Gleichzeitig seien die Organisationen nun vor zweierlei Herausforderungen gestellt: Einerseits brauche es zur besseren Messbarkeit der Nachhaltigkeit den Aufbau eines internen und externen Berichtswesens für ESG-Daten. Andererseits müssten Mitarbeiter:innen geschult und Expertise aufgebaut werden, um ESG in den Geschäftsmodellen zu integrieren. „Es braucht Controlling & ESG, Riskmanagement & ESG, aber vor allem Top-Management & ESG, um sicherzustellen, dass dieses neue Wissen in allen Ebenen greift und gelebt wird. Kurz gesagt: ESG ist ein Mannschaftssport – es braucht nicht nur eine:n Expert:in, sondern viele Kolleg:innen, die wissen, wovon die Expert:innen reden“, so Kopp abschließend.

Robert Sobotka, Geschäftsführer von Telemark Marketing, präsentierte die Ergebnisse einer Befragung unter 600 Personen im Zeitraum April/Mai dieses Jahres zum Thema „Nachhaltigkeit in der Finanzbranche: Was erwarten sich die Kund:innen?“. Sehr deutlich sei erkennbar, dass die Kund:innen mit dem Thema „Nachhaltigkeit“ ganz andere Branchen als die Finanzbranche – nämlich Lebensmittel, Energie und Landwirtschaft – assoziieren würden. Andererseits werde die Finanzbranche seitens der Befragten auch nicht als „CO₂-verantwortlich“ wahrgenommen, sondern eher der Verkehrs- und Transportbereich sowie Industrie- und Energieunternehmen. Die Kehrseite der Medaille sei allerdings, dass sich Finanzinstitute bislang nicht als nachhaltig-agierende Unternehmen positionieren konnten und ihr Beitrag zum

Klimaschutz seitens der Konsument:innen noch nicht erkannt wird. „Diesbezügliche Kommunikation scheint nicht sehr wirkungsvoll zu sein. Es ist auch fraglich, ob sich eine Positionierung für die Unternehmen ‚auszahlt‘, da die Wechselbereitschaft zu und Weiterempfehlung von nachhaltigen Finanzunternehmen nicht besonders hoch sei“, so die ernüchternde Conclusio von Robert Sobotka.

Die Taxonomie als Herausforderung

Zur Eröffnung der Diskussionsrunde stellte **Moderatorin und FMVÖ-Vorstandsmitglied Anne Aubrunner** die Frage, wie es den heimischen Banken und Versicherungen mit dem historisch gesehen großen Regulierungspaket der EU gehe. Laut **FMA-Vorstand Helmut Ettl** bedürfe die Bekämpfung der Klimakrise und ihrer Folgen enormer Kraftanstrengungen – auch hinsichtlich der Finanzierung. Zur Erreichung der gesteckten ambitionierten Klimaziele seien großvolumige Investitionen vonnöten, so rechne man in Österreich mit einem Bedarf von rund 17 Mrd. EUR jährlich. Die Aufgabe der FMA sei es nun, die Einhaltung der einschlägigen rechtlichen Vorschriften in ihrem Zuständigkeitsbereich zu überwachen. „Wir sehen uns beispielsweise an, ob Unternehmen ESG-Offenlegungspflichten erfüllen oder ob sie im Risikomanagement Nachhaltigkeitsrisiken adäquat adressieren. Damit leisten wir einen Beitrag gegen das sogenannte ‚Green Washing‘, im Zuge dessen den Anlegern und Anlegerinnen fälschlicherweise ein Finanzierungsprodukt als nachhaltig, umwelt- bzw. klimafreundlich verkauft wird“, so Ettl. Die FMA bringe sich aber auch in den europäischen und nationalen Policy-Prozess aktiv ein, gestalte die Rahmenbedingungen mit, fungiere als Informationsdrehscheibe und Sorge damit für Rechtssicherheit.

„Die Anforderungen an Green Finance sind enorm und betreffen institutionelle Anleger, börsennotierte Unternehmen und auch die Versicherer – aber gibt es schon genug Angebot an Taxonomie-konformen Investmentprodukten? Kann der Markt schon in der entsprechenden Qualität bedient werden und gibt es genug Projekte, in die man investieren kann?“, so die Überleitung von Anne Aubrunner zum nächsten Themenblock. Wie **Andrea Stürmer, CEO der Zürich Versicherung** betonte, gebe es aktuell noch großen Handlungsbedarf. Auch sei erkennbar, dass die Kund:innen bereits eine Sensibilität entwickelt hätten und mittlerweile ein größerer Bedarf an grünen Finanzprodukten erkennbar sei. „Als Versicherer kommen wir für die Schäden des Klimawandels bei unseren Kundinnen und Kunden auf und haben deshalb ein großes Wissen zum Klimawandel und seinen Auswirkungen – in Österreich und weltweit. Gleichzeitig sehen wir uns in einer großen gesellschaftlichen Verantwortung und haben daher Nachhaltigkeit in die Mitte des Unternehmens geholt und umfassend in unsere Unternehmensstrategie integriert“, erläuterte Stürmer.

Pionierarbeit im Nachhaltigkeitsdenken

Der für ESG notwendige Transformationsprozess hat in den letzten Monaten deutlich mehr Aufmerksamkeit bekommen – nicht nur wegen der regulatorischen Vorgaben, sondern auch wegen der neuen wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen. Als einer der Vorreiter hat sich die HYPO NOE schon vor über 10 Jahren dem Thema Nachhaltigkeit verschrieben, wo es vielerorts nur ein Randthema war, wie **CEO Wolfgang Viehauser** resümierte: „Damals war die größte Herausforderung, die Prozesse für

die Datenerhebung für unsere ökologischen Kennzahlen so aufzubereiten, dass wir uns Ziele setzen und über die Umsetzung auch transparent und nachvollziehbar berichten können. Als dann die regulatorische Verpflichtung zur Nicht-Finanziellen Erklärung umgesetzt wurde, waren wir bereits sehr gut vorbereitet.“ Laut Viehauser steige auch die Nachfrage nach grünen oder auch nachhaltigen Anleihen stärker als das Angebot: „Unser Green Bond war der erste Österreichs, der mit dem UZ49 zertifiziert wurde. Am Kapitalmarkt hat in den vergangenen Jahren ein Paradigmenwechsel stattgefunden, Glaubhaftigkeit und Transparenz spielen dort nun eine große Rolle. Mittlerweile haben wir unseren zweiten Green Bond begeben – beide waren deutlich überzeichnet.“

Der Weg zu einer klaren „S“-Strategie

Zum Abschluss gaben die Diskussionsteilnehmer:innen noch einen Einblick, wie Versicherungen und Banken den sozialen Teil der Taxonomie bestmöglich unterstützen können. „Im Zuge von ESG wird immer viel über Environment und Governance gesprochen, wir achten aber darauf, dass das ‚S‘ ebenfalls nicht verloren geht. Wir setzen daher stark auf Diversität, auf die Gleichstellung von Frauen und Männern und haben das auch in den Unternehmensgrundsätzen verankert,“ erläuterte **Andrea Stürmer**. **Wolfgang Viehauser** ging auf den Paradigmenwechsel ein, der zu beobachten sei: „Gerade die 3. Säule unserer Nachhaltigkeitsstrategie – die Finanzierung von Projekten mit gesellschaftlichem Mehrwert – gewinnt nun zusehends an Bedeutung, regulatorisch, aber auch gesellschaftspolitisch. In unseren Bankalltag übersetzt, heißt das, dass wir vor allem das Finanzieren von Projekten mit gesellschaftlichem Mehrwert wie beispielsweise den Wohnbau forcieren und gleichzeitig ESG-Risiken minimieren. Die Basis dazu sind unsere ethischen Leitlinien und Geschäftsgrundsätze.“

Zum Abschluss stellte Moderatorin Anne Aubrunner noch die Frage in den Raum, ob es analog zum Erfolgsprojekt „Bausparen“ der Nachkriegszeit nicht an der Zeit wäre, staatliche Zuschüsse neu zu denken und in die größte Herausforderung unserer Zeit, den Klimawandel zu lenken? „Vorstellbar seien beispielsweise für den Kunden einfache verständliche Produkte, für die es ‚Nachhaltigkeitsprämien‘ gebe“, so die Anregung von Aubrunner.

Bildmaterial, Abdruck honorarfrei, © FMVÖ/Christoph Kerschbaum (Weiteres Bildmaterial auf Anfrage erhältlich)

Bild 1 FMVÖ Financial Forum Nachhaltigkeit v.l.n.r.: Erich Mayer (FMVÖ-Präsident), Wolfgang Viehauser (CEO Hypo NOE Landesbank), Anne Aubrunner (FMVÖ-Vorstandsmitglied, Moderation), Andrea Stürmer (CEO Zürich Versicherung), Eduard Schock (OeNB-Direktor), Heidrun Kopp (Leiterin INAFINA), Robert Sobotka (Geschäftsführer Telemark Marketing) und Helmut Ettl (FMA-Vorstand)

Bild 2 FMVÖ Financial Forum Nachhaltigkeit: Erich Mayer (FMVÖ-Präsident)

Bild 3 FMVÖ Financial Forum Nachhaltigkeit v.l.n.r.: Podiumsdiskussion mit Anne Aubrunner (FMVÖ-Vorstandsmitglied, Moderation), Heidrun Kopp (Leiterin INAFINA), Robert Sobotka (Geschäftsführer Telemark Marketing), Andrea Stürmer (CEO Zürich Versicherung), Helmut Ettl (FMA-Vorstand) und Wolfgang Viehauser (CEO Hypo NOE Landesbank)

Bild 4 FMVÖ Financial Forum Nachhaltigkeit: Moderatorin Anne Aubrunner (FMVÖ-Vorstandsmitglied)

Bild 5 FMVÖ Financial Forum Nachhaltigkeit: Helmut Ettl (FMA-Vorstand) und Wolfgang Viehauser (CEO Hypo NOE Landesbank)

Anhang

Zusammenfassung Studienergebnisse: Nachhaltigkeit in der Finanzbranche - Was erwartet sich der Kunde?

Über den Finanz-Marketing Verband Österreich (FMVÖ)

Der Finanz-Marketing Verband Österreich fungiert seit dem Jahr 1990 als Plattform für Marketing-, Kommunikations- und Vertriebsverantwortliche der Banken- und Versicherungsbranche in Österreich. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Austausch zu aktuellen Branchenthemen, bspw. durch die Organisation regelmäßiger Veranstaltungen, aber auch der Erfahrungsaustausch und Networking unter Mitgliedern nimmt einen breiten Rahmen ein. Mit dem „FMVÖ-Recommend-Award“, bei dem alljährlich die Zufriedenheit der Kunden österreichischer Banken und Versicherungsunternehmen erhoben wird, hat der FMVÖ im Jahr 2007 ein wertvolles Marketingtool für die Branche ins Leben gerufen. In Kooperation mit Momentum Wien erscheint der wöchentliche ForumF Newsletter (www.forumf.at), der die österreichische Finanzwirtschaft über ein breites Spektrum an aktuellen Marketing- und Innovationsthemen auf dem Laufenden hält.

www.fmvoe.at

Rückfragehinweis:

Erich Mayer
Präsident Finanz-Marketing Verband Österreich
E-Mail: erich.mayer@fmvoe.at
Tel.: 0664/1324512