

# CSRD-Studie Finanzdienstleister Ergebnisdokument

Frankfurt am Main, Oktober 2024



# Was Sie erwartet...?



Dr. Claus Beckenhaus



Kay Helbig

Liebe Leserinnen und Leser,

die Nachhaltigkeitstransformation soll durch die **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** Rückenwind bekommen. Mit dieser Richtlinie wird Nachhaltigkeit EU-weit zum festen Bestandteil des bilanzrechtlichen Lageberichts gemacht.

Die Richtlinie wird seit dem 1. Januar 2024 angewendet, auch wenn die Umsetzung in deutsches Recht aktuell immer noch nicht vollzogen ist. Als Teil des EU Green Deals und ausdetailliert mit den **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** wird durch die CSRD eine weitgehende Transparenz zum Nachhaltigkeitsmanagement durch den Regulierungsgeber eingefordert.

Dies haben wir zum Anlass genommen, um im Rahmen dieser Studie drei Themenfelder in Führungskräfteinterviews mit ausgewählten Finanzdienstleistern zu beleuchten:

1. Ist die Umsetzung der Anforderungen in der Praxis gut machbar bzw. verhältnismäßig?
2. Wird durch die CSRD Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung effektiv verankert?
3. Führt die CSRD zu mehr Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den Unternehmen?

Ohne die Ergebnisse vorwegzunehmen, zeigt die Studie: **Finanzdienstleister befinden sich auf dem Weg zur Nachhaltigkeitstransformation.** Viele Unternehmen haben Nachhaltigkeit strategisch als Wettbewerbsfaktor identifiziert, nicht zuletzt weil Kunden und auch Arbeitnehmer steigende Erwartungen an die ökologische und gesellschaftliche Verantwortung eines Unternehmens haben.

Die Ausgestaltung und der Fortschritt ist allerdings in den Unternehmen sehr unterschiedlich. Die herausgehobene Aufgabe von Finanzdienstleistern, Kunden bei der Nachhaltigkeitstransformation wirksam zu unterstützen, steht erst am Anfang.

Ihr Studienteam wünscht Ihnen viele Erkenntnisse und hilfreiche Hinweise beim Lesen der Studienergebnisse!

A blue ink signature of Dr. Claus Beckenhaus, written in a cursive style.

Dr. Claus Beckenhaus  
Managing Partner

A blue ink signature of Kay Helbig, written in a cursive style.

Kay Helbig  
Equity Partner

# Agenda

- 01** **Kernergebnisse**
  - 02** Detaillierte Auswertung einzelner Fragen
  - 03** Ausblick und Ansprechpartner
-

# Wesentliche Erkenntnisse der CSRD-Studie

## Themenfelder

### 1. Ist die Umsetzung der Anforderungen in der Praxis gut machbar bzw. verhältnismäßig?

- Unabhängig vom Erstanwendungspunkt sind alle Teilnehmer mit der **Umsetzung der CSRD** bzw. mit der Vorbereitung beschäftigt und sehen sich mit unterschiedlichen Herausforderungen konfrontiert.
- Die **Kombination** aus sich immer noch ändernden bzw. **unterschiedlichen regulatorischen Vorgaben und mangelnder Datenverfügbarkeit bzw. -qualität** ist die größte Herausforderung und für Erstanwender in Teilen ein unverhältnismäßig großer Aufwand.
- Die **frühere Befassung** mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung einschließlich ESG-Ratings erleichtern die Umsetzung.

## 1. Umsetzbarkeit

### 2. Wird durch die CSRD Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung effektiv verankert?

- Die CSRD hat zu **organisatorischen Veränderungen** in den Unternehmen geführt und Nachhaltigkeit (formal) als Grundlage für die Berichterstattungen in der Unternehmensführung verankert.
- Bildung beschränkt sich allerdings die wirksame Verankerung noch auf die **Nachhaltigkeitsberichterstattung** und das **Risikomanagement**.
- Sukzessive ist allerdings schon jetzt eine Konkretisierung von **quantitativen Zielen und KPIs** als Ableitung aus der **Geschäftsstrategie** zu erwarten.

## 2. Verankerung

### 3. Führt die CSRD zu mehr Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den Unternehmen?

- **Nachhaltigkeit** wird von den Unternehmen in allen drei Dimensionen – E, S und G – **unabhängig von der CSRD** berücksichtigt.
- Die Maßnahmen fokussieren sich auf **umsetzbar beeinflussbare** Größen wie beispielsweise die **Reduktion von Treibhausgasen** im Geschäftsbetrieb oder den Umgang mit dem eigenen Mitarbeiter:innen durch **flexible Arbeitsmodelle** sowie eine **faire Vergütung**.
- Durch die CSRD werden **Ressourcen** für Nachhaltigkeitsmaßnahmen nun für die **Berichterstattung** eingesetzt.
- Ob die **Verankerung von Nachhaltigkeit** in der Finanzberichterstattung mittel- bis langfristig zu **mehr Nachhaltigkeitsmaßnahmen** führt, bleibt aus Sicht der Studienteilnehmer abzuwarten.

## 3. Maßnahmen

## Fazit

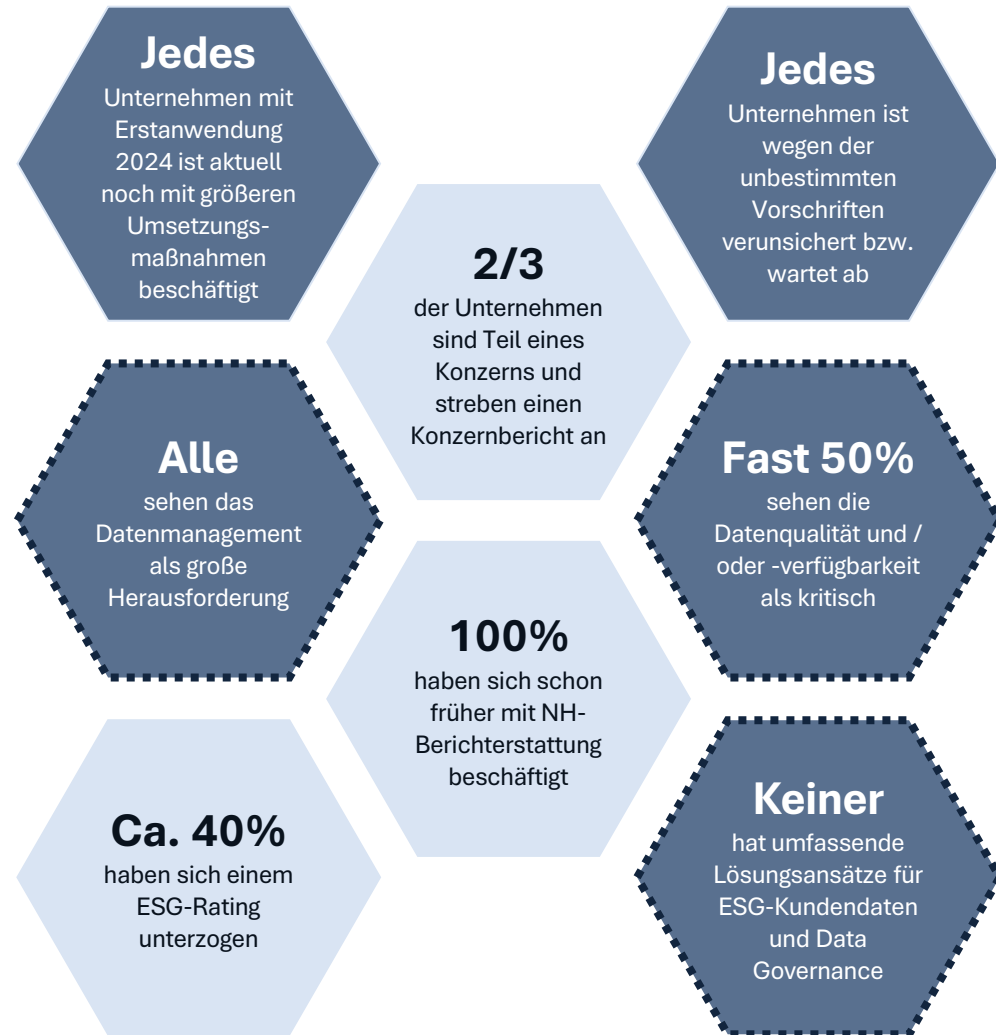
Die Umsetzung der CSRD ist **unter Unsicherheit machbar**. Die Verhältnismäßigkeit des Aufwands zum Ergebnis ist allerdings in Teilen fragwürdig.

Durch die geforderten CSRD-Berichtspflichten zum Nachhaltigkeitsmanagement **verankert die CSRD (formal) Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung**.

Unabhängig von der CSRD befinden sich alle Unternehmen bereits **auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit**.

Zusätzliche konkrete Nachhaltigkeitsbestrebungen wegen der CSRD sind jedoch bislang noch nicht zu erkennen.

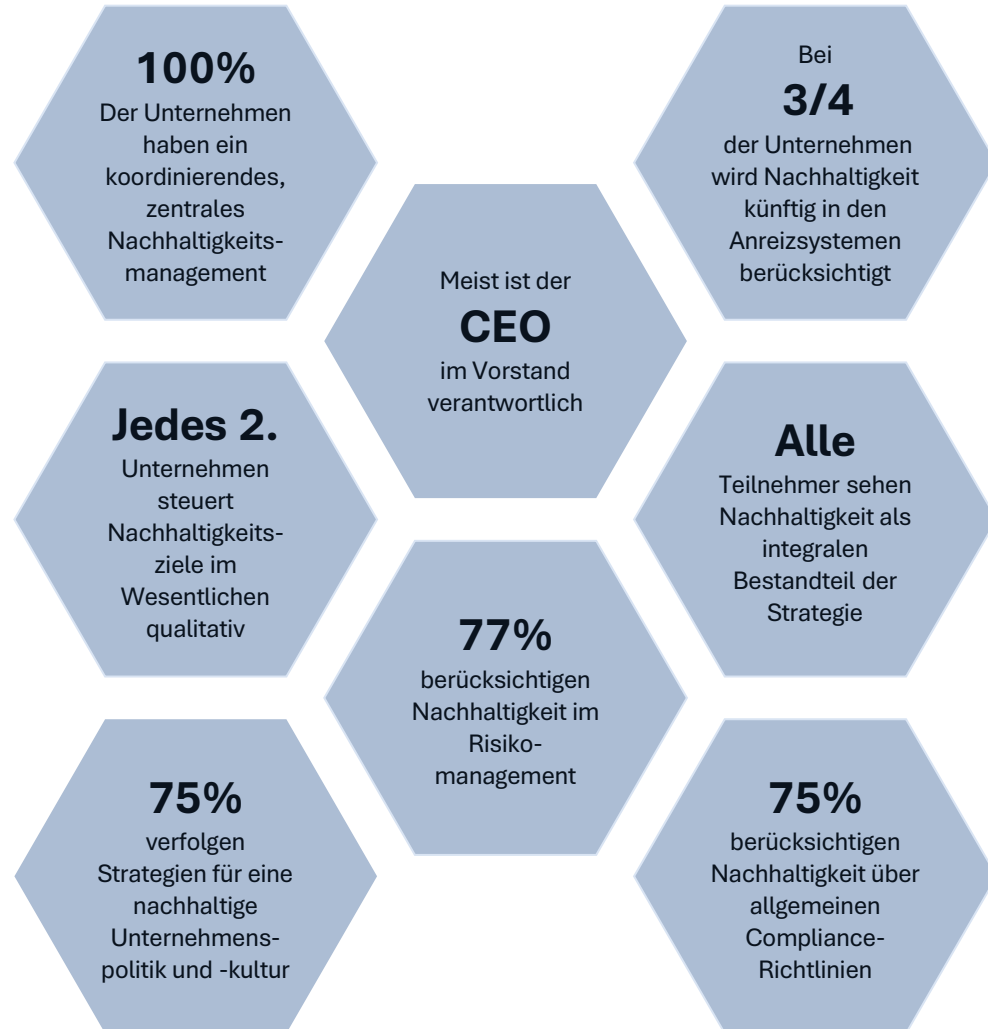
# 1. Ist die Umsetzung der Anforderungen in der Praxis gut machbar bzw. verhältnismäßig?



unterstützt Umsetzung    erschwert Umsetzung    Datenmanagement-Bezug

- Unabhängig vom Erstanwendungszeitpunkt sind alle Teilnehmer mit der **Umsetzung der CSRD** bzw. mit der Vorbereitung beschäftigt und sehen sich mit unterschiedlichen **Herausforderungen** konfrontiert.
- Die **Kombination** aus sich immer noch ändernden bzw. **unklaren regulatorischen Vorgaben** und **mangelnder Datenverfügbarkeit** bzw. **-qualität** ist die größte Herausforderung und für Erstanwender in Teilen ein unverhältnismäßig großer Aufwand.
- Die **frühere Befassung** mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung einschließlich ESG-Ratings erleichtern die Umsetzung.

## 2. Wird durch die CSRD Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung effektiv verankert?



- Die CSRD hat zu **organisatorischen Veränderungen** in den Unternehmen geführt und Nachhaltigkeit (formal) als Grundlage für die Berichterstattungen in der Unternehmensführung verankert.
- Bislang beschränkt sich allerdings die wirksame Verankerung noch auf die **Nachhaltigkeitsberichterstattung** und das **Risikomanagement**.
- Sukzessive ist allerdings schon jetzt eine Konkretisierung von **quantitativen Zielen** und **KPIs** als Ableitung aus der **Geschäftsstrategie** zu erwarten.

# 3. Führt die CSRD zu mehr Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den Unternehmen?



- **Nachhaltigkeit** wird von den Unternehmen in allen drei Dimensionen – E, S und G – **unabhängig von der CSRD berücksichtigt**.
- Die Maßnahmen fokussieren sich auf **unmittelbar beeinflussbare** Größen wie beispielsweise die **Reduktion von Treibhausgasen** im Geschäftsbetrieb oder den Umgang mit den eigenen Mitarbeitenden durch **flexible Arbeitsmodelle** sowie eine **faire Vergütung**.
- Durch die CSRD werden **Ressourcen** für Nachhaltigkeitsmaßnahmen nun für die **Berichterstattung** eingesetzt.
- Ob die **Verankerung von Nachhaltigkeit** in der Finanzberichterstattung mittelfristig zu **mehr Nachhaltigkeitsmaßnahmen** führt, bleibt aus Sicht der Studienteilnehmer abzuwarten.

# Agenda

- 01 Kernergebnisse
  - 02 Detaillierte Auswertung einzelner Fragen**
  - 03 Ausblick und Ansprechpartner
-

# Unser Design für die CSRD-Studie Finanzdienstleister



## Wer? Wann?

30 – 45-minütige Interviews mit Führungskräften für Nachhaltigkeit in der Finanzindustrie:

- Finanzdienstleister (Banken und Versicherungen)

Studienzeitraum:

- April – September 2024



## Was?

29 Fragen in 4 Blöcken:

### A) Grundsätzlicher Rahmen

- Klärung des Erstanwendungszeitpunkts, Struktur der Unternehmung und Stand der Umsetzung der CSRD

### B) Allgemeiner Teil

- Informationen in Anlehnung an allgemeine Offenlegungsverpflichtungen der CSRD (ESRS1/2) zur Organisation, Strategie und Steuerung

### C) Umsetzung von ESG-Maßnahmen

- Stand durchgeführter ESG-Maßnahmen und Einfluss der CSRD in Anlehnung an ESRS E, S und G

### D) Sonderthemen

- Fragen zum ESG-Datenmanagement, Produkten und Investments



## Wozu?

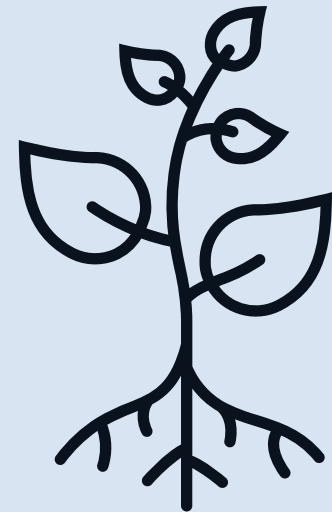
Beantwortung von 3 zentralen Themenfeldern:

- Ist die Umsetzung der Anforderungen in der Praxis gut machbar bzw. verhältnismäßig?
- Wird durch die CSRD Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung effektiv verankert?
- Führt die CSRD zu mehr Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den Unternehmen?

# A) Grundsätzlicher Rahmen

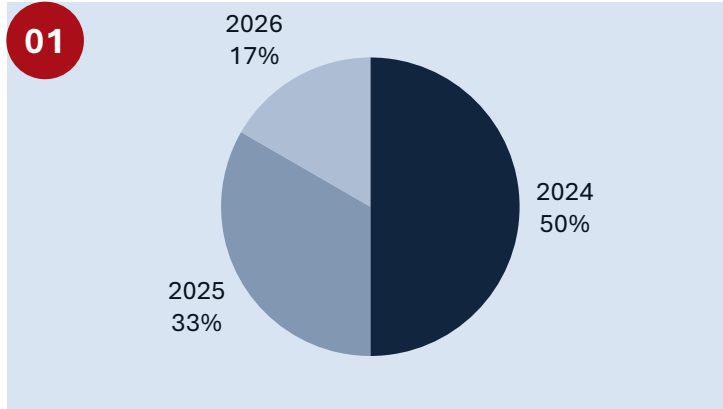
**Bereits vor der Berichterstattungspflicht nach der CSRD haben sich alle teilnehmenden Unternehmen mit ESG beschäftigt und darüber öffentlich berichtet.**

**Bislang hat kein Unternehmen die CSRD angewendet bzw. vollständig für das Berichtsjahr 2024 umgesetzt.**

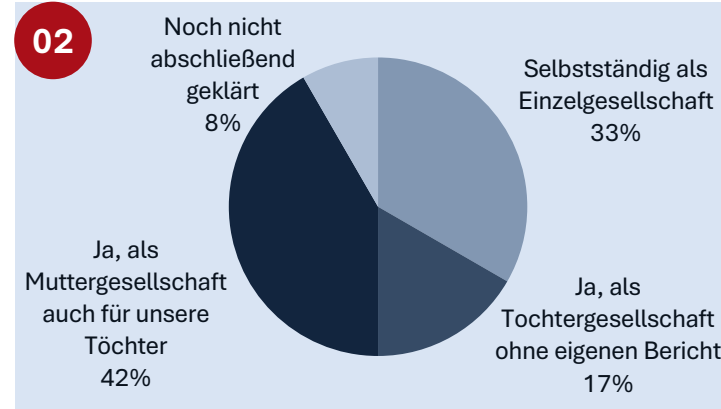


# Erstanwender 2024 sind im September 2024 noch mit der Umsetzung beschäftigt, allen sind die grundsätzlichen Anforderungen bekannt

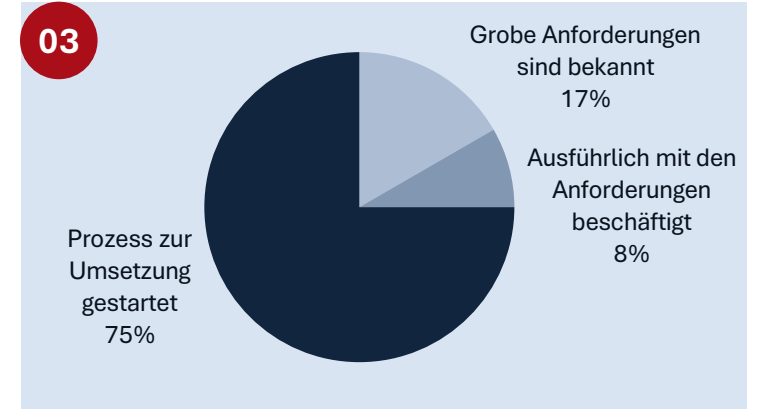
Was ist der Erstanwendungszeitraum der CSRD für Ihr Unternehmen?



Berichten Sie als Konzerngesellschaft für eine konsolidierte Gruppe von Gesellschaften?



Inwieweit hat sich Ihr Unternehmen bereits mit den Anforderungen der CSRD beschäftigt?



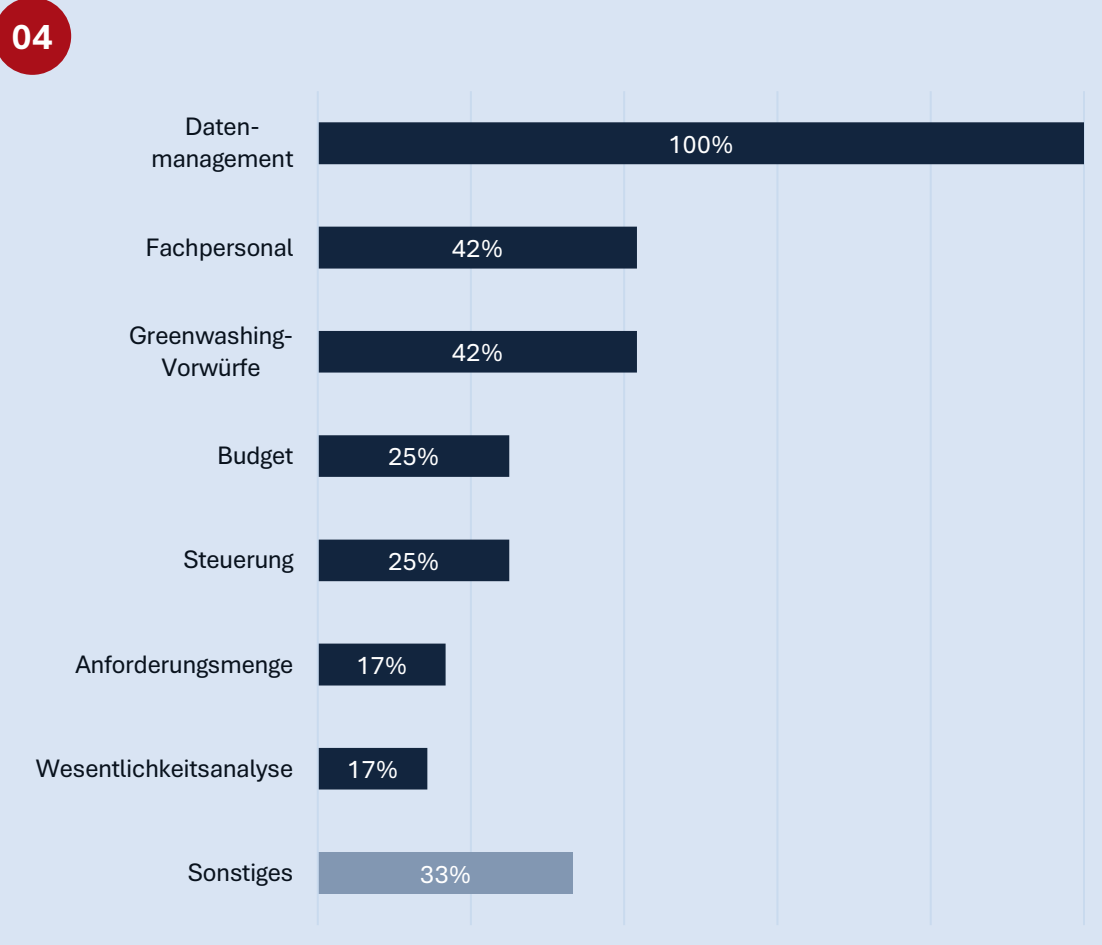
## Auswertung und Interpretation

- 50% der Studienteilnehmer müssen für das Jahr 2024 nach der CSRD berichten. Von diesen Teilnehmern hat im September 2024 noch keiner die Umsetzung der Anforderungen abgeschlossen.
- Die Berichterstattung als Teil einer Gruppe ist, soweit rechtlich möglich, bevorzugt, da es die eher formalen Arbeiten der Berichterstattung reduziert. Ein weiterer Aspekt ist, dass hierdurch die Schwellenwerte grundsätzlich erhöht werden, um zu beurteilen, ob ein Thema für die konsolidierte Gruppe wesentlich ist und damit berichtet werden muss.
- 100% der Studienteilnehmer haben entweder den Implementierungsprozess für die Berichtspflichten gestartet, sich mit den Anforderungen ausführlich beschäftigt bzw. sind mit den grundsätzlichen Anforderungen vertraut, d.h. auch diejenigen, die erst für die Jahre 2025 bzw. 2026 berichten müssen.

# Datenmanagement ist die zentrale Herausforderung der CSRD, im Detail unterscheidet sich lediglich der wahrgenommene Fokus

Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen aktuell bzw. ganz allgemein die größten Herausforderungen bei der Umsetzung bzw. Anwendung der CSRD? (Mehrfachnennung möglich)

04

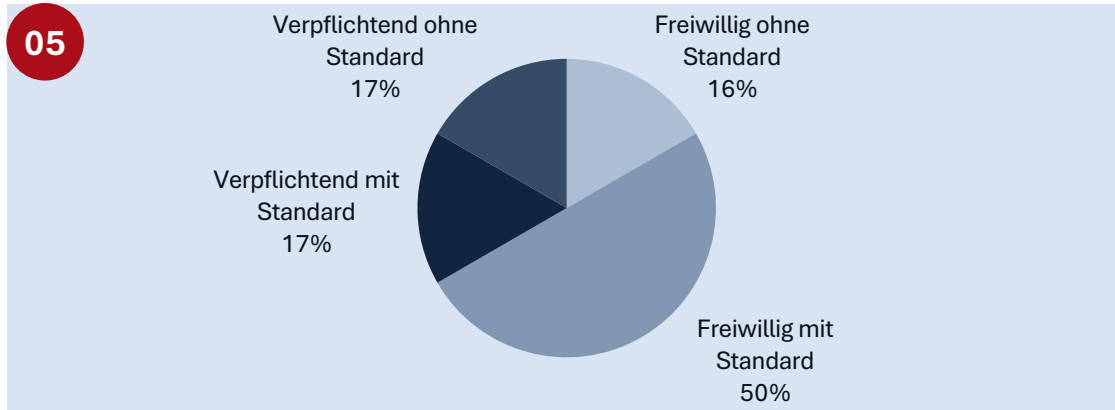


## Auswertung und Interpretation

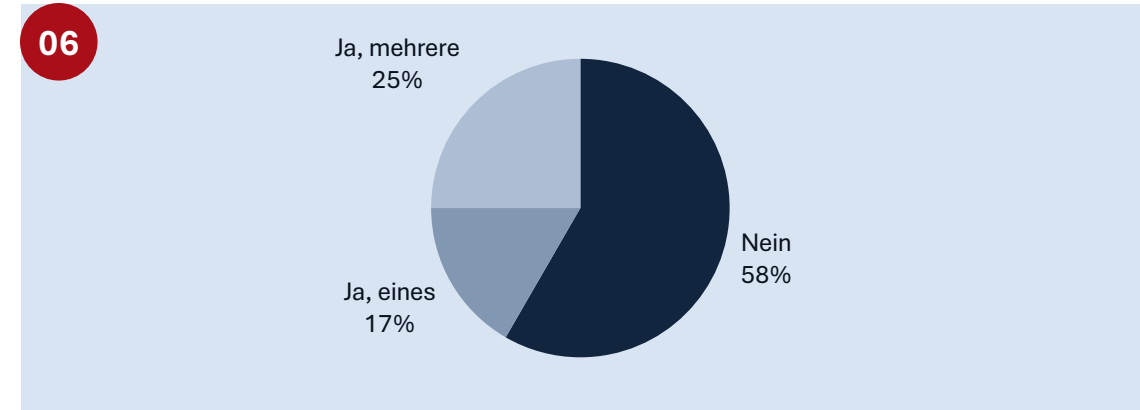
- Alle sehen die größte Herausforderung in der Beschaffung von Daten in der erforderlichen Qualität.
- Danach sehen 42% einen Mangel beim Fachpersonal bzw. sorgen sich um zukünftige Greenwashing-Vorwürfe aufgrund von unbestimmten rechtlichen Vorgaben im Zusammenwirken mit unzureichenden Daten.
- Weitere Herausforderungen sind sehr von der konkreten Situation des Unternehmens abhängig.
- Die Umsetzung der Wesentlichkeitsanalyse mit den Detailanforderungen ist neu und deshalb herausfordernd.

# 100% der Studienteilnehmer haben schon ohne CSRD bereits freiwillig zu ESG berichtet, 42% haben ein ESG-Rating

## 05 Inwieweit hat sich Ihr Unternehmen bereits mit dem Thema Nachhaltigkeitsberichterstattung in anderer Form beschäftigt?



## 06 Hat sich Ihr Unternehmen bereits einem ESG-Rating unterzogen?<sup>1</sup>



## Auswertung und Interpretation

- Alle Unternehmen haben sich bereits in der Vergangenheit mit Nachhaltigkeitsberichterstattung auseinandergesetzt. Dies reicht von formlosen NH-Reports über freiwillige Berichte bis hin zur Berichtspflicht nach der NFRD sowohl unter Verwendung von Standards wie (z.B. GRI (Global Reporting Initiative), SASB (Sustainability Accounting Standards Board) oder DNK (Deutscher Nachhaltigkeitskodex)) als auch ohne.
- Einige Unternehmen haben darüber hinaus auch ESG-Ratings durchführen lassen. Neben den branchenübergreifenden Rating-Agenturen werden insbesondere auch branchenspezifische Rating-Agenturen wie z.B. Franke & Bornberg bei Versicherungen genutzt.

<sup>1</sup> In der Frage wurden die konkreten Rating-Agenturen abgefragt, dies wurde zur anonymisierten Analyse zusammengefasst, da die Auswertung keine weiteren Ableitungen ergibt

## B) Allgemeiner Teil

**ESG ist in der Unternehmensführung angekommen und integraler Bestandteil der Strategie.**

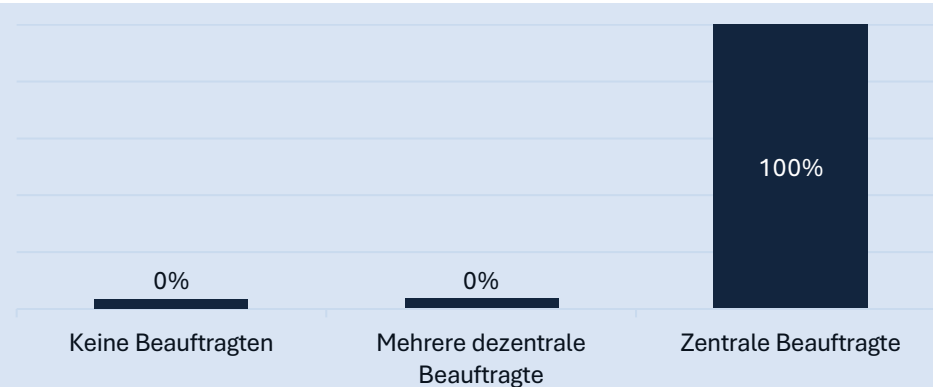
**Die Steuerung von Nachhaltigkeit steht noch am Anfang und findet sich überwiegend qualitativ und im Risikomanagement wieder, meist noch ohne eine spezifische Nachhaltigkeitsrichtlinie.**



# ESG ist im Vorstand der Unternehmen angekommen: Es wird zentral koordiniert mit Berichterstattung an den Vorstand

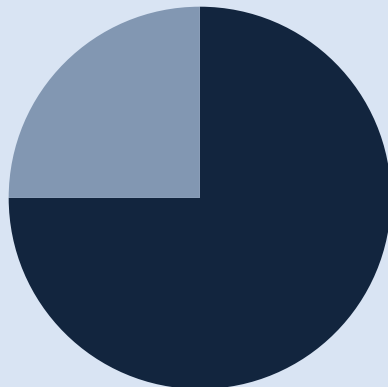
Wie ist das Nachhaltigkeitsmanagement Ihres Instituts organisiert?

07



**Ausstattung und Einbindung des Nachhaltigkeitsbeauftragten in Unternehmensprozesse (Mehrfachnennung möglich)**

NH-Beauftragter ist in Entscheidungsprozesse eingebunden inkl. eigenem Ressourcenbudget  
25%



Arbeit erfolgt in einem Arbeitskreis, und es erfolgt ein regelmäßiges Vorstandsreporting; 75%

## Auswertung und Interpretation

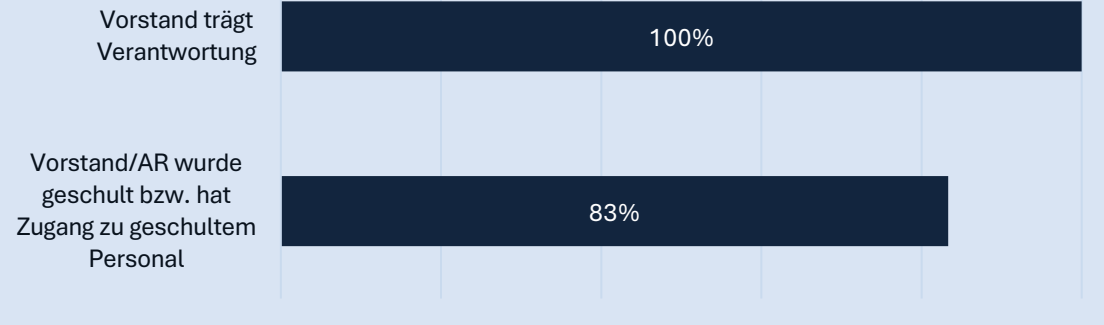
- 100% aller befragten Unternehmen haben die Funktion eines zentralen Nachhaltigkeitsbeauftragten installiert.
- 25% der NH-Beauftragten haben ein zentrales Team mit eigenem Budget und sind in Entscheidungsprozesse eingebunden, einschließlich Projektbeteiligung. Die Teamgrößen (beginnend mit 2 FTE\*) hängen von der Unternehmensgröße ab.
- Bei 75% der Unternehmen steht den Beauftragten ein Netzwerk an NH-Rollen aus verschiedenen Bereichen zur Verfügung, die über einen Arbeitskreis gesteuert werden. Die Arbeitsergebnisse werden regelmäßig dem Vorstand berichtet.

\*FTE = Full Time Equivalent

# Verantwortung für Nachhaltigkeit ist in der Unternehmensspitze verankert und zunehmend in die Anreizsysteme einbezogen

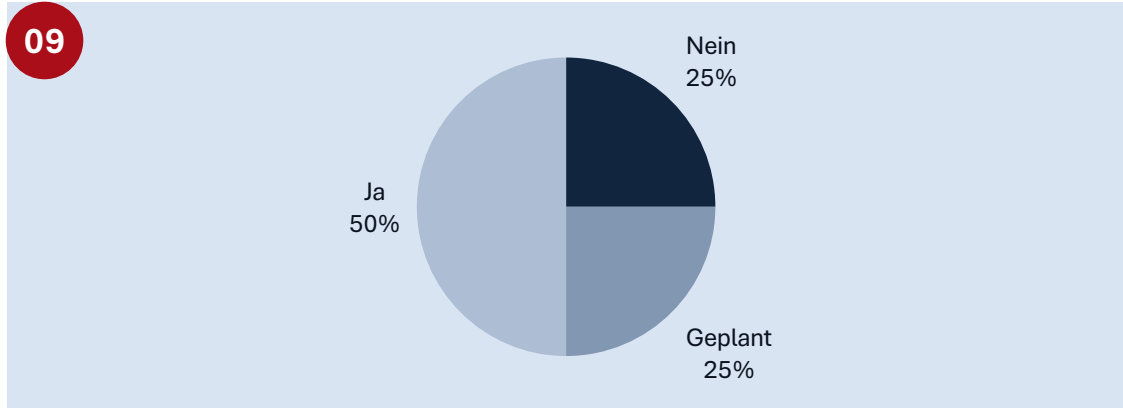
Welche Rolle spielen die Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte? (Mehrfachnennung möglich)

08



Beziehen Sie Nachhaltigkeitsleistung(en) in Ihre Anreizsysteme ein?

09



## Auswertung und Interpretation

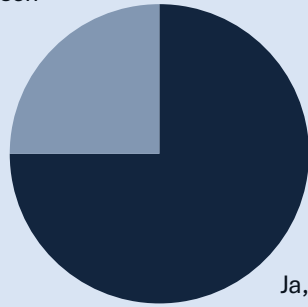
- In einer detaillierten Aufschlüsselung ist überwiegend das Ressort des CEOs alleinverantwortlich (42%) gefolgt vom CFO (17%), der insbesondere aufgrund der Verantwortung für die finanzielle Berichterstattung herangezogen wird. Es gibt auch Fälle einer Gesamtvorstandsverantwortung (17%).
- Der Aufsichtsrat wird abhängig vom Implementierungsstand der CSRD über den aktuellen Stand informiert und hat Zugang zu geschultem Personal.
- 75% der Unternehmen planen bzw. beziehen Nachhaltigkeit in die Anreizsysteme mit ein, allerdings noch sehr heterogen. Es werden Ziele vereinbart wie z.B. CO2-Reduzierung oder Mitarbeiter-/Kundenzufriedenheitswerte über erfolgreiche CSRD-Projektumsetzungen im Ressort eines Vorstands bis hin zu kollektiven, qualitativen Zielen des Gesamtvorstands.

# Die CSRD wird größtenteils noch über allgemeine Richtlinien im Unternehmen verankert, die Wesentlichkeitsanalyse bleibt herausfordernd

Verfügt Ihr Unternehmen über eine Compliance-Richtlinie im Bereich der Nachhaltigkeit?

10

Ja, spezifisch  
25%

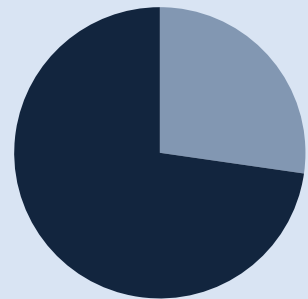


Ja, allgemein  
75%

Wie beurteilen Sie die Durchführung der Wesentlichkeitsanalyse von Nachhaltigkeitsaspekten für Ihr Unternehmen?

11

Herausforderung  
73%



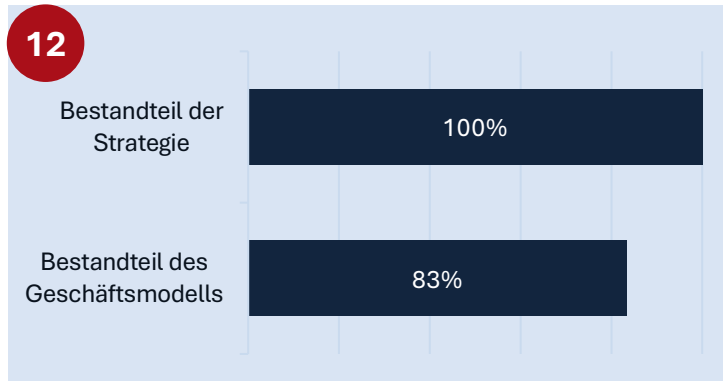
Keine Herausforderung  
27%

## Auswertung und Interpretation

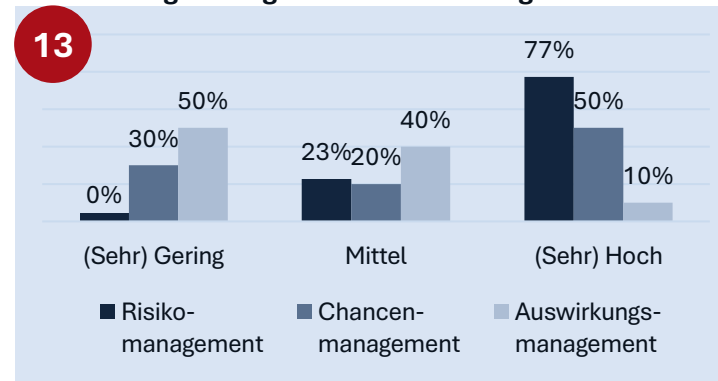
- Mehrzahl der Unternehmen setzt die CSRD über die allgemeinen Richtlinien zur Umsetzung gesetzlicher Vorgaben um. Eine spezifische Nachhaltigkeitsrichtlinie gibt es aktuell kaum.
- Unternehmen verfeinern darüber hinaus existierende Richtlinien vor allem im Bereich von Anlagen und im Risikomanagement.
- 73% beschreiben die Wesentlichkeitsanalyse als herausfordernd. Insbesondere die Diskrepanz zwischen dem Anspruch an eine stringente, objektive Logik und andererseits der bislang fehlenden, absoluten wissenschaftlichen Bewertung resultiert in sichtbare Aufwände.
- Darüber hinaus wird der Aufwand bei der Stakeholder-Einbindung hervorgehoben sowie Unsicherheiten im Umgang mit den Datenpunkten der ESRS.

# Nachhaltigkeit ist bei 100% Teil der Strategie, die Steuerung allerdings noch eher qualitativ und fokussiert auf das Risikomanagement

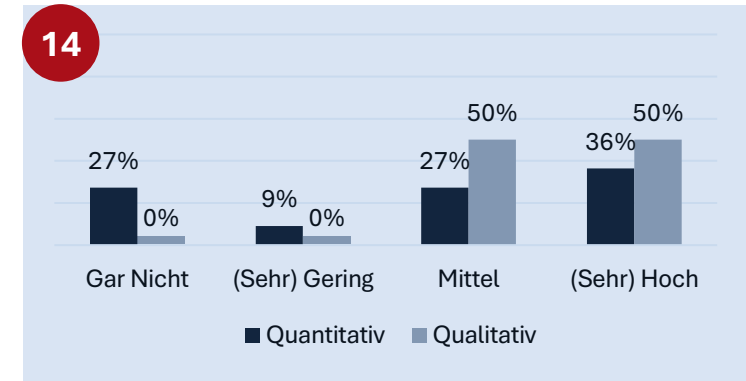
Ist Nachhaltigkeit Bestandteil ihrer Strategie bzw. Ihres Geschäftsmodells? (Mehrfachnennung möglich)



Zu welchem Ausprägungsgrad haben Sie das Thema Nachhaltigkeit im Risiko-, Chancen- und Auswirkungsmanagement berücksichtigt?



Wie detailliert steuern Sie Nachhaltigkeitsziele in Ihrem Unternehmen?



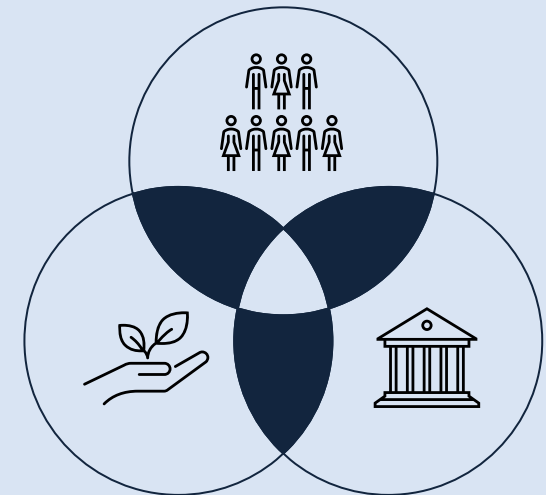
## Auswertung und Interpretation:

- Die Nachhaltigkeitsstrategie leitet sich bei fast allen Teilnehmern aus der Geschäftsstrategie ab und ist expliziter Teil. Insbesondere bei Versicherungen wird Nachhaltigkeit implizit als Bestandteil des bestehenden Geschäftsmodells betrachtet, durch die Versicherung von z.B. Naturgefahren (E) oder bei Personen-/Krankenversicherungen (S).
- Bedingt durch regulatorische Vorgaben ist Nachhaltigkeit bislang vor allem im Risikomanagement berücksichtigt.
- Die Steuerung der Nachhaltigkeitsziele ist geprägt durch unklare und teilweise unvollständige Anforderungen und daher herausfordernd. Passende Steuerungsmechanismen sind noch unklar und sollen im Rahmen der CSRD-Umsetzung entwickelt werden.
- Insbesondere die quantitativen Ziele sind noch in der Entstehung. Hier steht die Klimaseite mit der CO<sub>2</sub>-Reduktion im Fokus der Unternehmen.

## C) Umsetzung von ESG-Maßnahmen

**Auch ohne die Transparenzvorschriften der CSRD werden Nachhaltigkeitsmaßnahmen in allen drei Dimensionen – E (Environment), S (Social) und G (Governance) – vorangetrieben und berichtet.**

**Der Schwerpunkt der Maßnahmen liegt in der Dekarbonisierung des eigenen Geschäftsbetriebs.**



# E - Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels werden bereits bei 100% im eigenen Geschäftsbetrieb und bei 75% für Kunden<sup>1</sup> umgesetzt

Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um den Klimawandel zu bekämpfen und sich an seine Auswirkungen anzupassen?

15

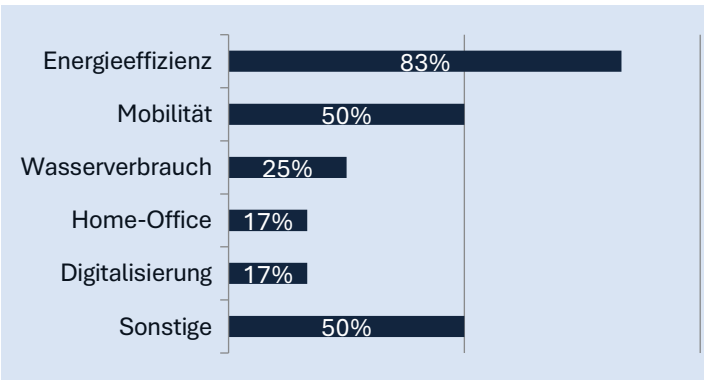
Maßnahmen im Geschäftsbetrieb

100%

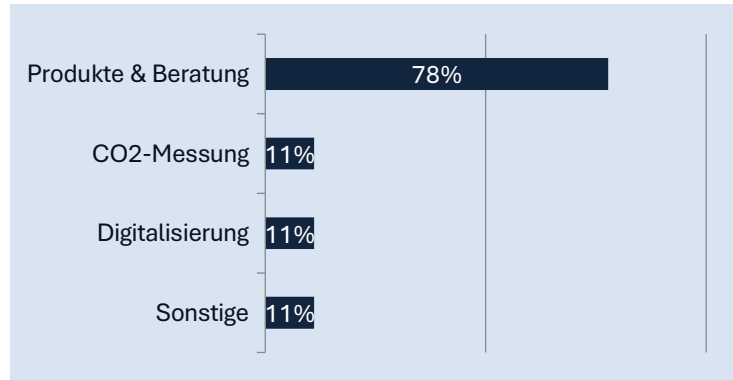
Maßnahmen zum Kunden

75%

Maßnahmenverteilung im Geschäftsbetrieb  
(Mehrfachnennung möglich)



Maßnahmenverteilung zum Kunden  
(Mehrfachnennung möglich)



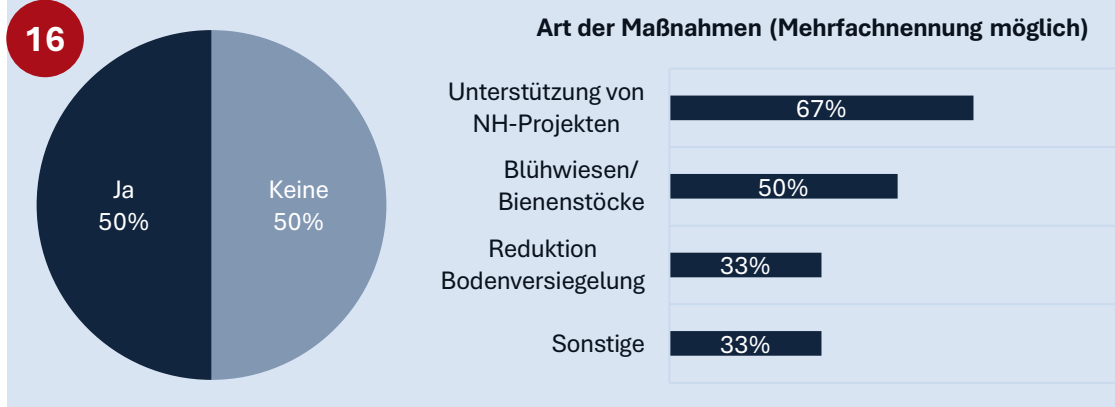
## Auswertung und Interpretation

- Maßnahmen im **Geschäftsbetrieb** sind vielfältig, neben Themen der Energieeffizienz bzw. des Stromverbrauchs wie z. B. die Nutzung von Öko-Strom oder PV-Anlagen und Nachhaltiger Mobilität durch „Take-the-Train“-Reiserichtlinien und Förderung von E-Mobilität finden sich auch viele sehr individuelle Maßnahmen, um sich ökologisch positiv zu positionieren.
- Kunden** werden nachhaltige Produkte und Beratungsdienstleistungen zu ESG-Themen angeboten. Eine Vertiefung hierzu findet sich bei Frage 27.

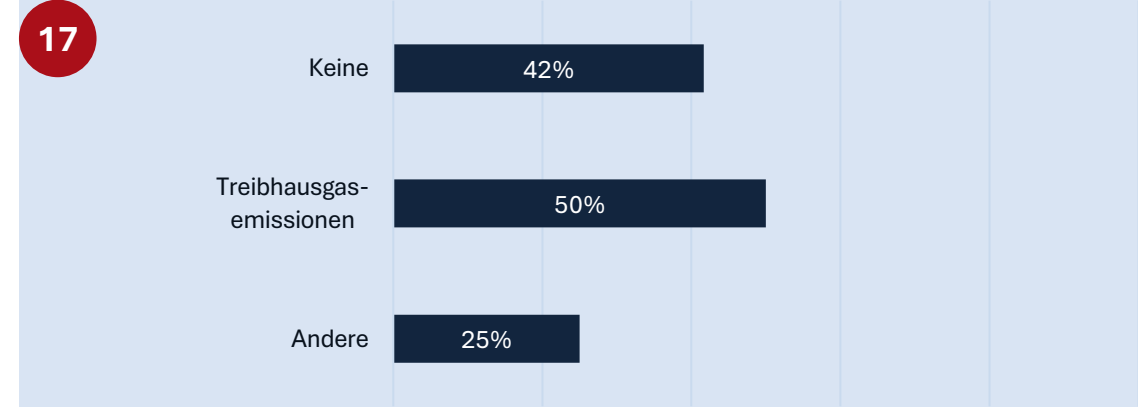
1) Kunden der Finanzdienstleister

# E - Die CO2-Reduktion wird mit KPIs gemessen und verzielt, andere Umweltziele werden erst angegangen

Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um die biologische Vielfalt zu schützen?<sup>1</sup>  
(Mehrfachnennung möglich)



Welche konkreten Ziele und KPIs haben Sie sich für die Umweltziele der EU-Taxonomie-Verordnung gesetzt? (Mehrfachnennung möglich)

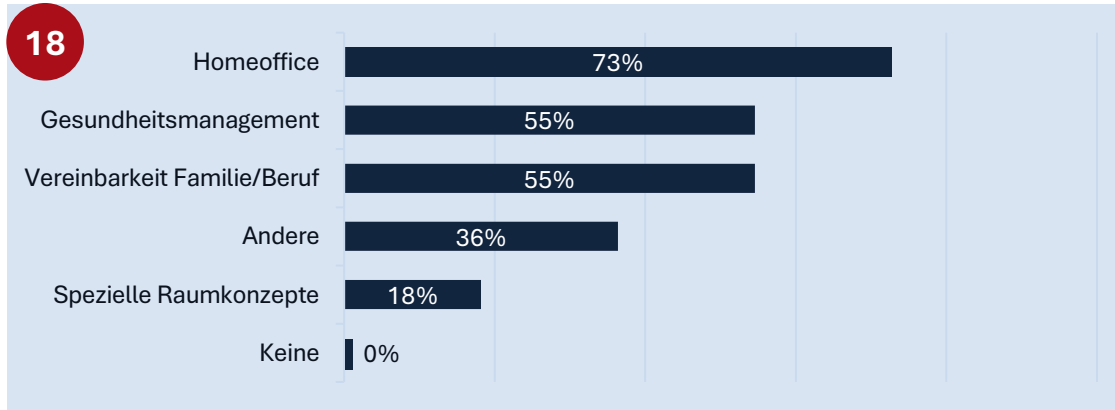


## Auswertung und Interpretation

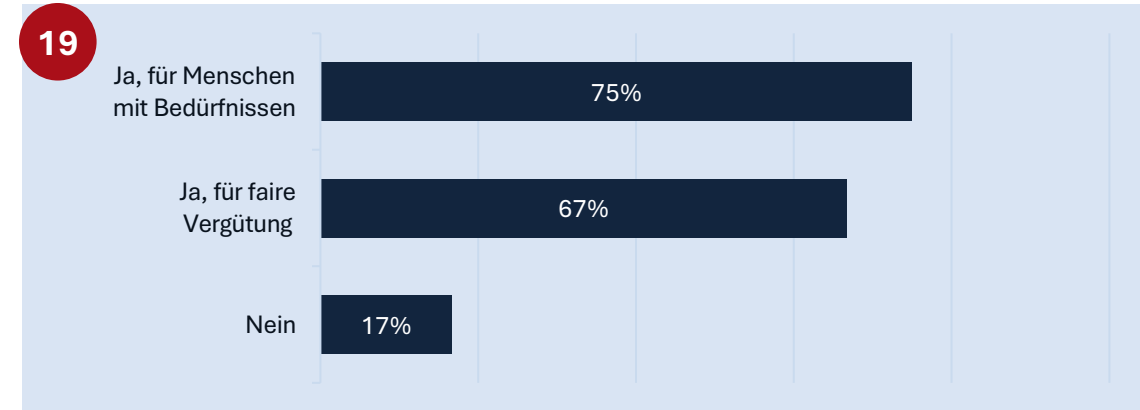
- Der Schutz von Biodiversität wird insbesondere durch Projekte – regional, national und international – sowie im eigenen Umfeld, z. B. durch Blühwiesen, unterstützt. Darüber hinaus wird bei eigenen Bauvorhaben zunehmend darauf geachtet, die Bodenversiegelung zu reduzieren und hierüber einen aktiven Beitrag zu leisten.
- Es zeigt sich, dass die Unternehmen Wert darauf legen, kommunizierbare Maßnahmen voranzutreiben. Bei der Konkretisierung von Zielen spiegelt sich dies jedoch noch nicht vollständig wider. Obwohl alle Unternehmen aktiv Maßnahmen vorantreiben, haben sich 42% keine konkreten Ziele für die Umweltziele der EU-Taxonomie-Verordnung gesetzt. Sofern Ziele gesetzt werden, ist die Reduktion von Treibhausgasemissionen (CO<sub>2</sub>e) dominant.
- Unternehmen, die sich darüber hinaus in weiteren Bereichen Ziele setzen, machen dies oft umfassend sowohl in der Abfallreduktion, bei Wasserressourcen, als auch in Bezug auf die Kreislaufwirtschaft. Ein konkretes Beispiel, das wiederholt genannt wird ist die Reduktion von Papiernutzung durch Digitalisierung.

# S - Arbeitsbedingungen werden weiter flexibilisiert, Fürsorge bzw. Inklusion und faire Vergütung werden ernst genommen

Welche Maßnahmen nutzen Sie zur Sicherstellung von optimalen Arbeitsbedingungen für Ihre Belegschaft?<sup>1</sup> (Mehrfachnennung möglich)



Verfügt Ihr Unternehmen über eine Anti-Diskriminierungs-Richtlinie? (Mehrfachnennung möglich)



## Auswertung und Interpretation

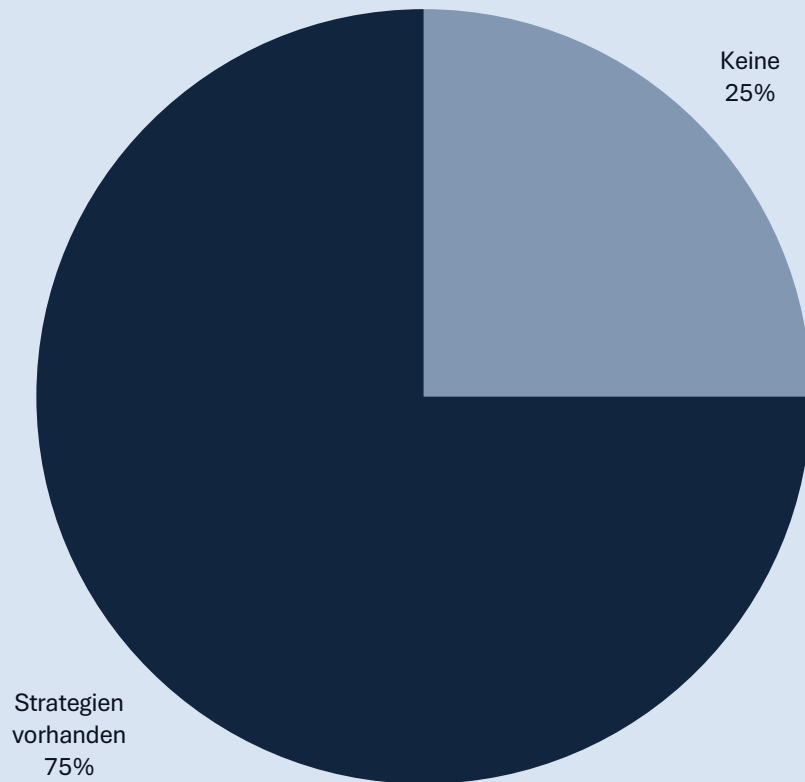
- Die Sicherstellung von optimalen Arbeitsbedingungen ist für alle Unternehmen wichtig. Homeoffice ist für die große Mehrheit nicht mehr wegzudenken, und auch die Maßnahmen zur Stärkung der Gesundheit und Vereinbarkeit von Familie & Beruf sind wesentlich.
- Konzepte für Gebäude und Räume, um die Arbeitsbedingungen zu optimieren, sind in geringerem Maße vorhanden, mit Modernisierungen und Neubauten jedoch perspektivisch integraler Bestandteil der Personalstrategien.
- Ebenso sind Inklusion und der „Gender Pay Gap“ in den Unternehmen angekommen und werden ernsthaft angegangen. Maßnahmen hierbei reichen von Vielfaltswochen und Verhaltenskodex über Einstellungsmöglichkeiten mit Barrierefreiheiten bis hin zu expliziten Diversity-Strategien für Menschen mit besonderen Bedürfnissen. Für faire Vergütung spielen vor allem Kennzahlen und Analysen rund um den „Gender Pay Gap“ eine Rolle und die eindeutige Anwendung von Vergütungsstandards für Tarif-Positionen.

<sup>1</sup> Die erhaltenen Rückmeldungen wurden aggregiert und deren Häufigkeit prozentual dargestellt.

# G – „Tone from the Top“ und Mobilisierung bzw. Sensibilisierung sind die Strategien, um Nachhaltigkeit im Unternehmen kulturell zu verankern

Welche Strategien verfolgt Ihr Unternehmen in Bezug auf Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur, um Nachhaltigkeitsaspekte zu berücksichtigen?<sup>1</sup>

20



## Auswertung und Interpretation

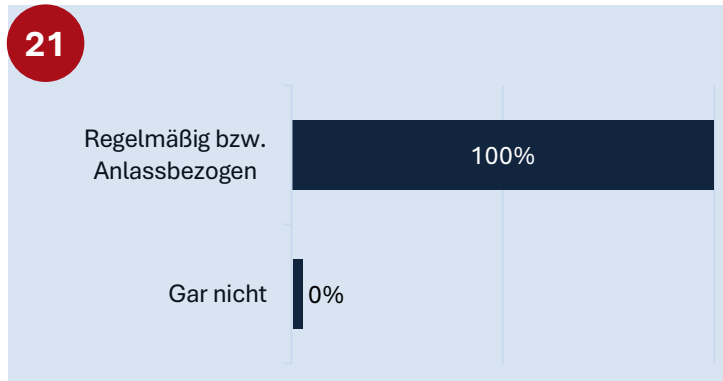
75% der Unternehmen verfolgen Strategien zur kulturellen Berücksichtigung von Nachhaltigkeit:

- Häufig wird auf bestimmte Formate verwiesen, welche durchgeführt werden, etwa
  - Townhall-Meetings
  - Nachhaltigkeits-Netzwerke
  - Schulungen
  - Workshops
  - Mitmachaktionen
- Vereinzelt werden Mitarbeiter auch für einzelne Tage freigestellt, um bei ESG-Projekten mitzumachen.

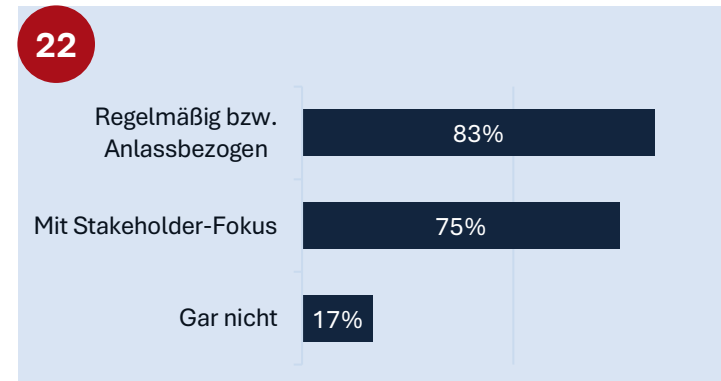
<sup>1</sup>Die erhaltenen Rückmeldungen wurden aggregiert und deren Häufigkeit prozentual dargestellt.

# Alle Unternehmen kommunizieren regelmäßig bzw. anlassbezogen intern und weitestgehend auch extern zum Thema Nachhaltigkeit

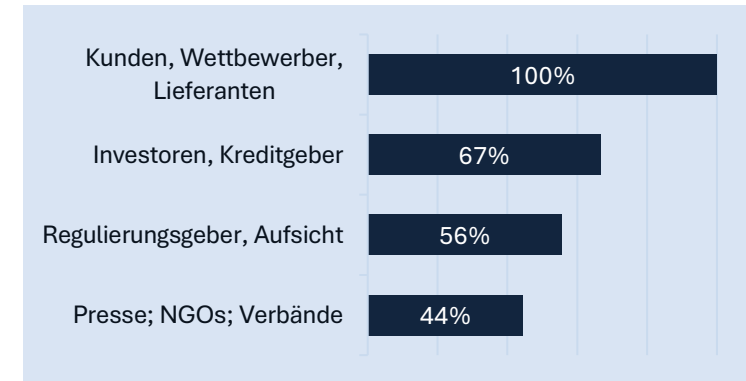
## Wie wird das Thema Nachhaltigkeit intern kommuniziert?



## Wie wird das Thema Nachhaltigkeit extern kommuniziert?



## Verteilung des Stakeholder-Fokus (Mehrfachnennung möglich)



## Auswertung und Interpretation

Nachhaltigkeit spielt für alle Unternehmen bei der Kommunikation eine wesentliche Rolle.

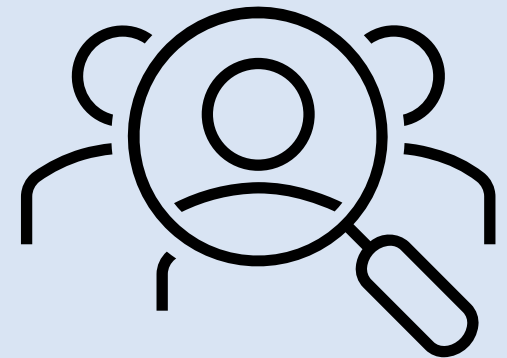
- Intern: Am häufigsten werden für die interne Kommunikation Newsletter und das Intranet als Beispiele genannt, während sich ansonsten ein diverses Bild an Maßnahmen zeigt, von spezifischen Nachhaltigkeitsbroschüren über Management-Calls bis hin zu speziellen Kommunikationsstrategien inkl. vorgegebener Schulungen für (neue) Mitarbeitende.
- Extern: Bei der detaillierten Betrachtung des Stakeholder-Fokus ist für alle Teilnehmer die Gruppe der Kunden, Wettbewerber und Lieferanten besonders wichtig. Für die externe Kommunikation wird besonders häufig Social Media genutzt, gefolgt vom Nachhaltigkeitsbericht und ggf. begleitenden Broschüren.

## D) Sonderthemen

**Die größte Herausforderung liegt in der Verfügbarkeit und Qualität von Kundendaten.**

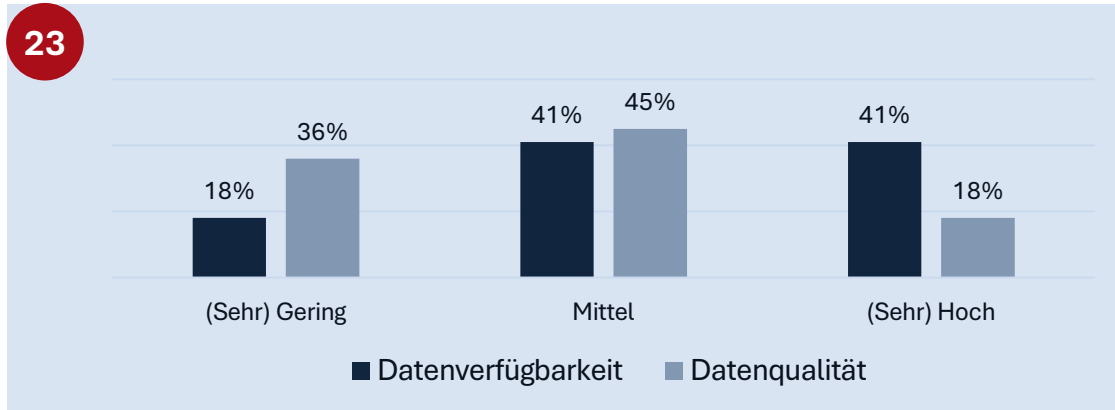
**Kundenbedarfsanalysen werden kaum durchgeführt, während Kundenabfragen primär regulatorisch getrieben und auf spezifische Produkte beschränkt sind.**

**Zudem befinden sich die Anlagestrategien derzeit in einer Nachschärfung. ESG-Bond-Investments spielen aktuell noch eine untergeordnete Rolle.**

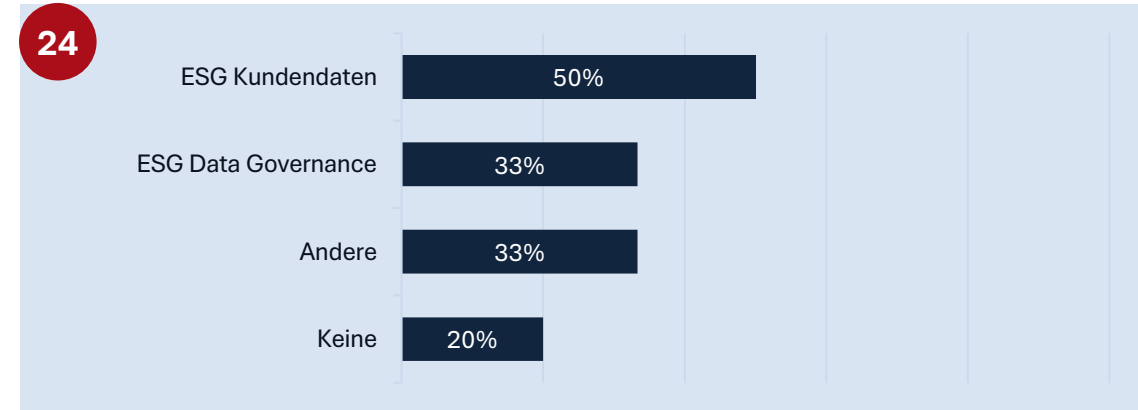


# Datenverfügbarkeit und -qualität wird insbesondere für Kundendaten kritisch und im Datenmanagement herausfordernd bewertet

Zu welchem Grad sind Ihre Daten nach Ihrer Einschätzung für die Nachhaltigkeitsberichterstattung vorhanden bzw. wie hoch schätzen Sie die Qualität dieser Daten ein?



Was sind Ihre größten Herausforderungen beim Datenmanagement?



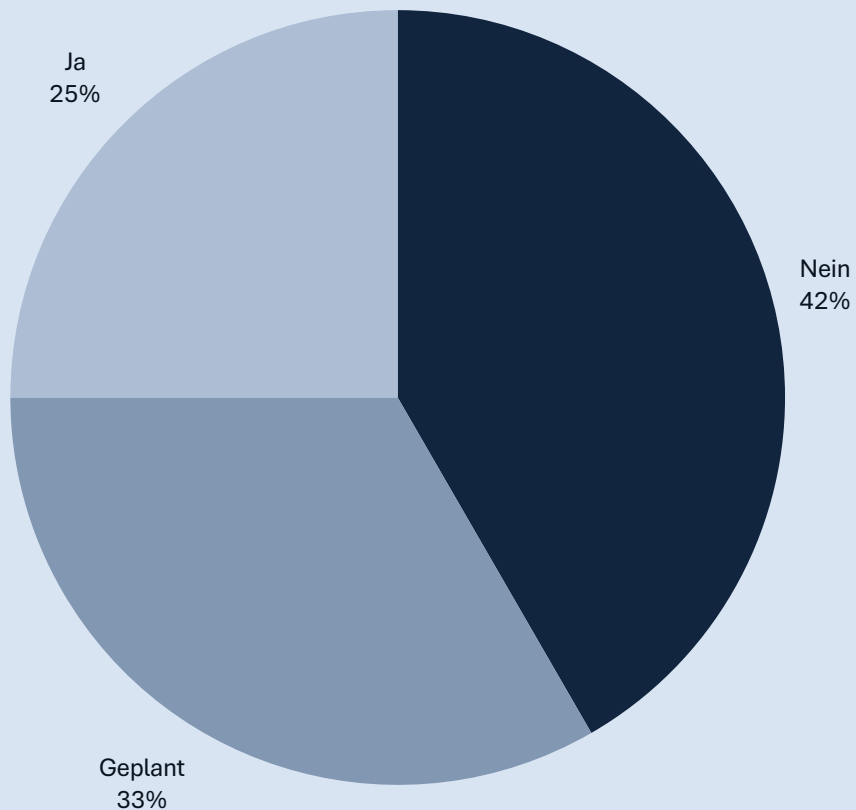
## Auswertung und Interpretation

- Kundendaten für ESG stellen durch ihre eingeschränkte Verfügbarkeit mit ausreichender Qualität eine besondere Herausforderung dar.
- Faktoren, welche die Herausforderung näher konkretisieren sind:
  - Externe Daten müssen z.T. kostenpflichtig erworben werden.
  - Scope 3 Emissionen sind oft nur in niedriger Qualität verfügbar.
  - Daten zur Stromnutzung werden durch die Stromanbieter nur zeitverzögert zur Verfügung gestellt, d.h. nach der Berichtserstellung.
  - Ansatzpunkte zur Messung von Biodiversität fehlen.
- Im Datenmanagement zeigt sich darüber hinaus generell die Notwendigkeit einer weiteren Professionalisierung beim Aufbau eines Datenhaushalts.

# Software-Lösungen für Finanzdienstleister sind unterschiedlich, ohne erkennbare Marktführerschaft

Nutzen Sie eine Standard-Software für die Nachhaltigkeitsberichterstattung?<sup>1</sup>

25



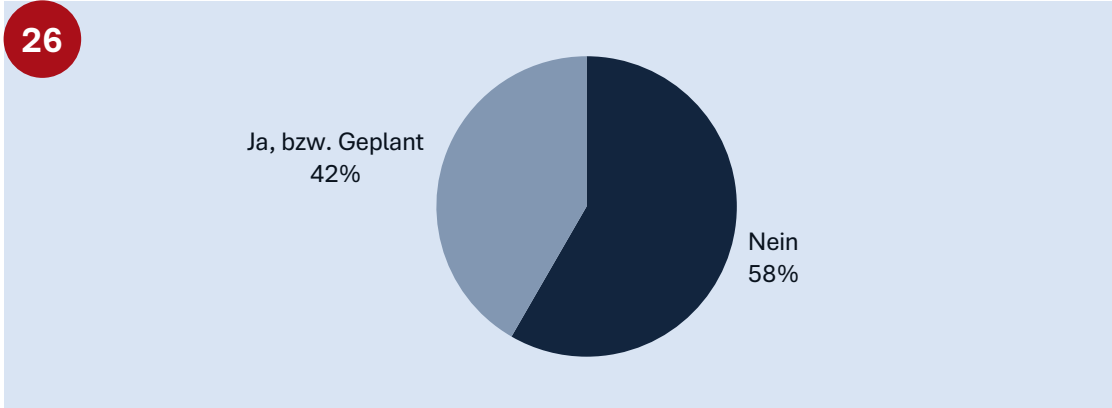
## Auswertung und Interpretation

- 58% der Unternehmen nutzt bereits ESG-Standard-Software oder planen diese einzuführen.
- Es zeigt sich ein vielfältiges Angebot. Die Auswahl hängt sehr von den Besonderheiten der Anwender ab. Offengelegt wurden folgende Standard-Softwareanbieter:
  - Akaryon
  - AMANA
  - Code Gaia
  - Diligent
  - Envoria
  - Firesys
  - VERSO
  - Workiva

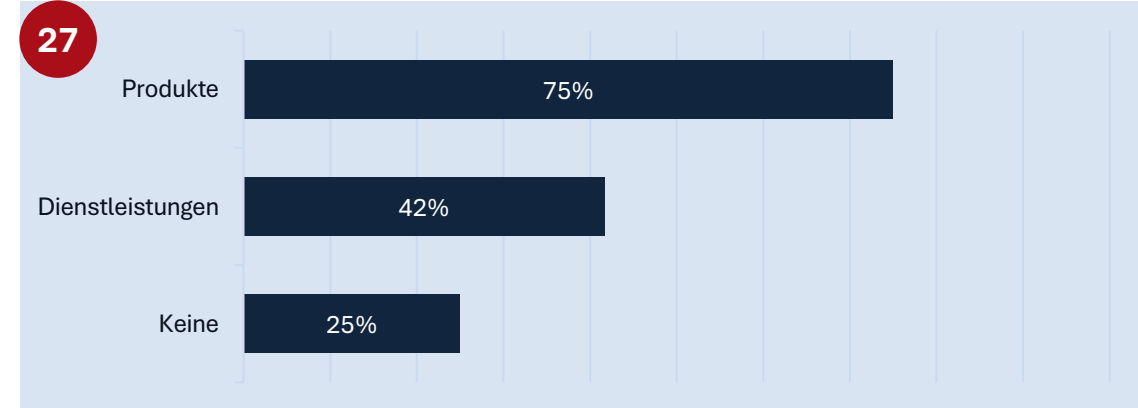
<sup>1</sup>Die erhaltenen Rückmeldungen wurden aggregiert und deren Häufigkeit prozentual dargestellt.

# Kundenbedarfsanalysen sind in der Entstehung – 75% der Unternehmen bieten ESG-Produkte an, Dienstleistungen entwickeln sich

Gab es bei Ihnen eine Kundenbedarfsanalyse zu ESG-Produkten und ESG-Dienstleistungen?<sup>1</sup>



Welche ESG-Produkte und ESG-Dienstleistungen bieten Sie an?



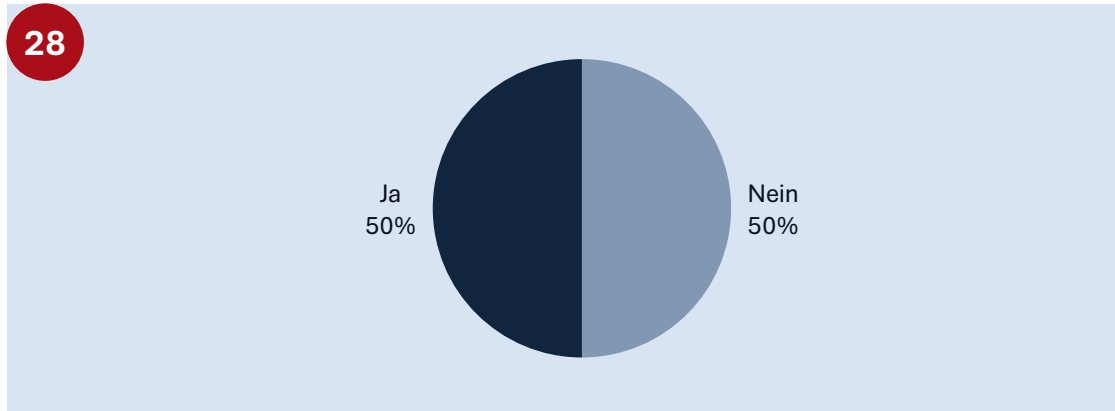
## Auswertung und Interpretation

- ESG-Präferenzen von Kunden werden bei der Produktberatung in erster Linie regulatorisch verpflichtend einbezogen.
- Das Produktangebot variiert je nach Branche und Unternehmen stark. Beispiele sind:
  - Spezifische Rabatte rund um das Thema E-Mobilität, Inklusion nachhaltiger Energiegewinnung wie PV-Anlagen in z.B. Gebäude-/Gewerbeversicherungen, Angebot von Assistance-Leistungen und Telemedizin
  - Anlage in nachhaltige Finanzprodukte und Förderdarlehen
- Vereinzelt wird berichtet, dass in der Wahrnehmung des eigenen Vertriebs nur ein geringer Bedarf beim Kunden gesehen wird, im Gegensatz zu Studien oder Marktforschungen, die dies nahelegen.

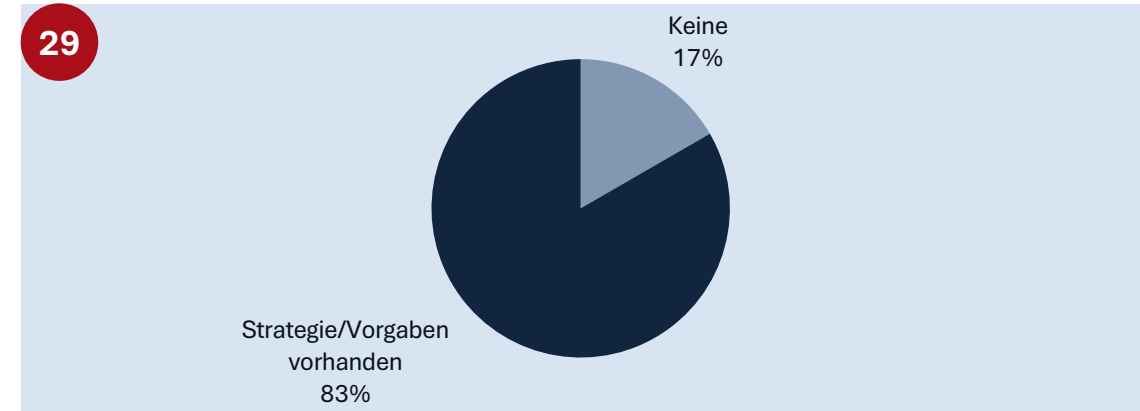
<sup>1</sup>Die erhaltenen Rückmeldungen wurden aggregiert und deren Häufigkeit prozentual dargestellt.

# ESG-Eigenanlagen bzw. Anlagestrategien gewinnen an Bedeutung – Renditeerwartung bleibt übergeordnetes Ziel

Nutzen Sie EU Green Bonds bzw. ESG linked Bonds?<sup>1</sup>



Welche Anlagestrategie verfolgen Sie hinsichtlich ESG-Investments?<sup>1</sup>



## Auswertung und Interpretation

- Jedes zweite Unternehmen investiert aktuell in EU Green Bonds bzw. ESG linked Bonds, die Volumina schwanken bei den teilnehmenden Unternehmen zwischen 0,1 bis 3 Mrd. EUR, wobei keine spezifischen Details offengelegt werden.
- Die Mehrheit der Unternehmen verfolgt spezifische Strategien bzw. macht Vorgaben hinsichtlich ESG-Investments. Die Vorgaben und Strategien sind sehr unterschiedlich und reichen von der Vorgabe, ESG-Risiken zu berücksichtigen, über die Einhaltung der Principles for Responsible Investments bis hin zu „Net-Zero“-Ambitionen in den Kapitalanlagen.
- Ein Teil der Unternehmen hat klare Ausschlusskriterien für Investments z.B. für Fracking oder die Energiegewinnung mit Kohle formuliert.
- Mehrere Unternehmen weisen darauf hin, dass ihre Anlagestrategien hinsichtlich ESG aktuell nachgeschärft werden.

<sup>1</sup> Die erhaltenen Rückmeldungen wurden aggregiert und deren Häufigkeit prozentual dargestellt.

# Agenda

- 01 Kernergebnisse
  - 02 Detaillierte Auswertung einzelner Fragen
  - 03 Ausblick und Ansprechpartner**
-

# Ausblick: Mehr Kundenengagement, Professionalisierung des Datenmanagements und eine umfassendere Unternehmenssteuerung

Kunden

01

- Mit dem Ausbau der Unternehmensberichterstattung rücken die Transition und dort vor allem die Dekarbonisierungspfade der Kunden in den Fokus der Nachhaltigkeitsbestrebungen.
- Weitergehende Kundenbedarfsanalysen und konkrete, nachhaltige Produktstrategien sind zu erwarten.

Daten

02

- Während für die CSRD Erstanwendung 2024 einiges noch unklar ist, werden die Anforderungen für die Folgejahre klarer und präziser.
- Es ist von einer deutlichen Professionalisierung des Datenmanagements für ESG mit umfassender Data Governance auszugehen, um vor allem Greenwashing-Vorwürfen im Ansatz zu begegnen.

Steuerung

03

- Die bislang eher qualitative Steuerung bzw. Fokussierung auf das Risikomanagement stößt bei kurzfristigen ökonomischen bzw. ökologischen Zielen mit Zielkonflikten schnell an ihre Grenzen.
- Zur Auflösung der Zielkonflikte wird eine umfassendere Steuerung mit KPIs sowie die Betrachtung von Chancen und Auswirkungen zur Anwendung kommen.

# Ihr Ansprechpartner und Ihr EGC-Team für Nachhaltigkeitsberatung



**Dr. Claus Beckenhaus**  
Managing Partner

[claus.beckenhaus@eurogroupconsulting.de](mailto:claus.beckenhaus@eurogroupconsulting.de)

+49 171 654 6603



**Hermann Sgardelli**  
Principal

[hermann.sgardelli@eurogroupconsulting.at](mailto:hermann.sgardelli@eurogroupconsulting.at)

+43 151 344 80 46



**Bettina Groß**  
Manager

[bettina.gross@eurogroupconsulting.de](mailto:bettina.gross@eurogroupconsulting.de)

+49 151 50806380



**Kristian Buric**  
Manager

[kristian.buric@eurogroupconsulting.de](mailto:kristian.buric@eurogroupconsulting.de)

+49 151 126 57 640



**Mark Wiczorrek**  
Manager

[mark.wiczorrek@eurogroupconsulting.de](mailto:mark.wiczorrek@eurogroupconsulting.de)

+49 151 466 78 558



**Tomislav Bisic**  
Manager

[tomislav.bisic@eurogroupconsulting.de](mailto:tomislav.bisic@eurogroupconsulting.de)

+49 160 959 20 081



**Raoul Reitemeyer**  
Consultant

[raoul.reitemeyer@eurogroupconsulting.de](mailto:raoul.reitemeyer@eurogroupconsulting.de)

+49 151 724 53 481

# EGC-Firmenprofil

# Nachhaltigkeitsprojekte führen wir bei unseren Kunden, aber auch bei uns selbst durch



## CO<sub>2</sub>-Bilanzierung

- Jährliche Überprüfung **CO<sub>2</sub>-Bilanz** in Zusammenarbeit mit PLANET NOW
- Ableitung von **CO<sub>2</sub>-Einsparpotenzialen** und Prüfung von weiteren Kompensationsmöglichkeiten



## Internes Nachhaltigkeitsteam

- Unsere **Nachhaltigkeitsinitiativen** forcieren einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess
- Initiativen verzahnen wir mit unserer Geschäftsstrategie und interne mit externen **Nachhaltigkeitsaktivitäten**



## Green Office

- Betrieb unserer Büros mit 100% **Ökostrom**, Mülltrennung und Überwachung des Strombedarfs
- Ausdrücke nur auf **recyceltem Papier**



## Social Sponsoring

- Übernahme einer Patenschaft im Rahmen der Aktion **Sühnezeichen Friedensdienste**
- Begleitung von Workshops mit Jugendlichen der Initiative **Ruhrgebietskinder**



Aktion Sühnezeichen  
Friedensdienste

**RUHRGEBIETSKINDER**



## Take the Train Policy

- Falls möglich reisen alle Mitarbeitenden von Eurogroup Consulting mit der **Bahn**



## E-Mobilität

- Unseren Mitarbeitenden steht eine Auswahl von **E-Autos** zur Verfügung



## Kunden Nachhaltigkeitsprojekte

- Unsere Nachhaltigkeitsprojekte für unsere Kunden dienen unseren Kunden und fördern den Umbau zu einer nachhaltigen Wirtschaft



*Wir reden nicht nur über **Nachhaltigkeit** im eigenen Unternehmen, sondern handeln.*



# Eurogroup Consulting

## Financial Services in Deutschland und Österreich

### Visionäre, Konzeptionisten und Praktiker

EUROGROUP CONSULTING ist eine selbstständige, Partner-geführte Beratungsgesellschaft, spezialisiert auf den Bereich Financial Services. Durch unsere Kunden sind wir im neunten Jahr in Folge als „Beste Berater“ in drei Kategorien (Banken, Strategie und IT-Strategie) ausgezeichnet worden.



**120**

**Mitarbeitende**

an zwei Standorten in  
Deutschland und  
Österreich

**27**

**Jahre EGC**

seit der Gründung  
1997

**3**

**Competence Center**

mit 20 Produkten für unsere  
Kunden

**1.720**

**Projekte**

seit Firmengründung

**360**

**Kunden**

im Finanzdienstleistungs-  
Sektor

**30**

**Länder**

mit rund 3.000 Beratern  
als Teil von nextcontinent

# Wir sind „Citizen“ des internationalen Beratungsnetzwerks nextcontinent

**3.000**

## Consultants

mit Projekterfahrung bei multinationalen Kunden

**12**

## Citizens

im internationalen Beratungsnetzwerk nextcontinent

**30**

## Länder

Weltweit mit den Wurzeln in Europa

**8**

## Sektoren

abgedeckt durch ein internationales Angebot individueller Lösungen

**650**

## Berater in Europa

Mit Büros u.a. in London, Paris, Madrid, Frankfurt, Luxemburg, Rom

**145 M**

## Euro Umsatz

durch gemeinsame Projekte in Europa

CURZON CONSULTING

ingenics

YCP Solidiance

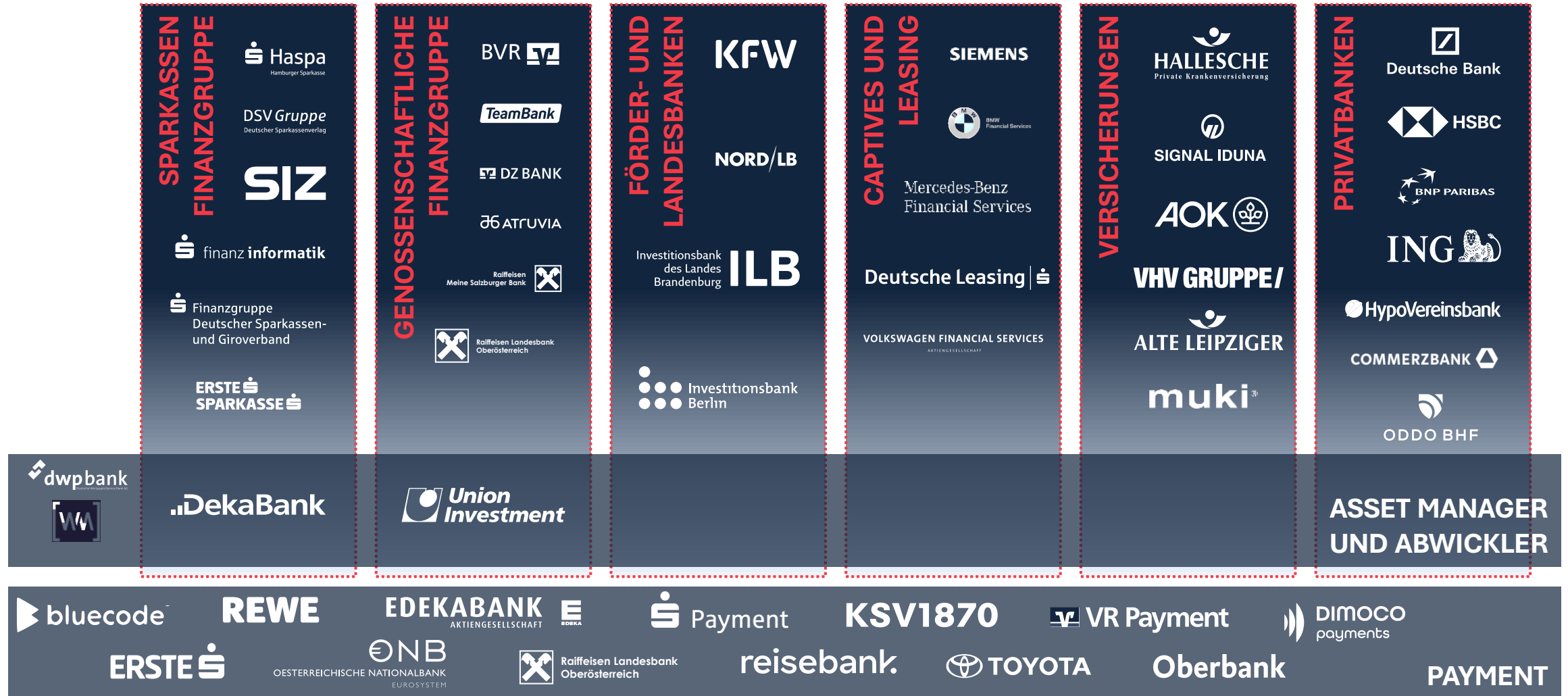


nexe  
the way of change

Paradigmα  
SOCIEDAD DE SOLUCIONES

EURO GROUP CONSULTING  
pointb.

# Unsere Kundengruppen



EUROGROUP  
CONSULTING

# THE ART OF MOBILIZATION

Die Distribution, Zitierung und Vervielfältigung – auch auszugsweise – zum Zwecke der Weitergabe an Dritte ist nur nach vorheriger Absprache mit EUROGROUP CONSULTING gestattet. Die hier zusammengefassten Texte und Grafiken von EUROGROUP CONSULTING stellen, sofern sie im Rahmen einer Veranstaltung eingesetzt werden, keine vollständige Dokumentation dar.

