

## **DOKUMENTATION DER VFU THEMEN-BEFragung 2009**

Folgende Befragung wurde im Namen des Vereins für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen durchgeführt und im Zuge der Einladung zur jährlichen Hauptveranstaltung an einen Verteilerkreis von ca. 600 relevante Kontakt im Bereich Nachhaltigkeitsmanagement und NROs beworben. Der VfU wollte damit eine höhere Klarheit zu Trends in der Nachhaltigkeits-Community erhalten. Bei der elektronischen Umsetzung wurde die Webseite [www.voycer.de](http://www.voycer.de) als Hilfswerkzeug genommen. Die Teilnahme an der Befragung war möglich vom 04. bis 04.11.09 (Verlängerung, da das System nicht automatisch den Zugang zu Befragung abspernte). Es wurden alle Datensätze wg. der durchweg hohen Qualität der Antworten beibehalten. Die eigentliche Umfrage wurde geteilt, eine für Nachhaltigkeitsmanager und eine für Stakeholder von Finanzdienstleistern.

Nur im Vorwort und vor Frage 1 liegen Unterschiede vor. Siehe dazu die nächsten Seiten:

Wie die Freitextantworten zeigen, haben sich die Umfrageteilnehmer ernsthaft mit den Fragen beschäftigt, daher kann die Qualität der Antworten als hoch angesehen werden.

gez. Matthias Patzelt, November 2009

## **VfU Umfrage zu aktuellen Themen und Trends 2009/10 für NachhaltigkeitsmanagerInnen bei Finanzdienstleistern**

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe NachhaltigkeitsmanagerInnen, der Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen arbeitet daran, die Nachhaltige Entwicklung des Finanzsektors voranzutreiben. Dazu führt er Expertenarbeitskreise, Workshops, Seminare und Konferenzen durch, die einem breiten Interessentenkreis offen stehen. Gemeinsam wird so das Nachhaltigkeitsleitbild in einem dialogischen Prozess für den Finanzsektor ausgearbeitet.

Um die Aktualität der beim VfU bearbeiteten Themenstellungen sicherzustellen, soll ab 2009 regelmäßig die Interessenslage für das Nachhaltigkeitsmanagement im Finanzbereich erhoben werden.

Bitte unterstützen Sie uns durch die Beantwortung der folgenden elf Fragen - die Ergebnisse werden während des UNEP FI / VfU Roundtable 2009: MISSION IS POSSIBLE am 18./19. November 2009 in München von Matthias Patzelt zur Verfügung gestellt und danach auf unserer [www.vfu.de](http://www.vfu.de) Web-Seite veröffentlicht.

Wenn Sie Anregungen zur vorliegenden Umfrage haben, wenden Sie sich bitte an:

[matthias.patzelt@bayernlb.de](mailto:matthias.patzelt@bayernlb.de)

Bitte beantworten Sie folgende Fragen unter dem Blickwinkel des Nachhaltigkeitsmanagements von Finanzdienstleistern und eines Zeithorizonts von Oktober 2009 bis Ende 2010. Falls Sie Stakeholder von Finanzdienstleistern sind, dann benutzen Sie bitte den entsprechenden Fragebogen unter diesem link:

<http://www.voycer.de/umfrage.html?sid=27366>

Die Befragung endet am 30.10.2009.

### **Disclaimer**

Haftung für Links

Die Fragen dieser Befragung enthalten Links auf externe Webseiten Dritter. Auf die Inhalte dieser verlinkten Webseiten haben wir keinen Einfluss. Für die Richtigkeit der Inhalte ist immer der jeweilige Anbieter oder Betreiber verantwortlich, weshalb wir diesbezüglich keinerlei Gewähr übernehmen.

Die fremden Webseiten haben wir zum Zeitpunkt der Verlinkung auf mögliche Rechtsverstöße überprüft. Zum Zeitpunkt der Verlinkung waren keinerlei Rechtsverletzungen erkennbar. Eine ständige Überprüfung sämtlicher Inhalte der von uns verlinkten Seiten ohne tatsächliche Anhaltspunkte für einen Rechtsverstoß können wir nicht leisten. Falls uns Rechtsverletzungen bekannt werden, werden wir die entsprechenden Links sofort entfernen.

Quelle: [anwalt-seiten.de](http://anwalt-seiten.de)

### **Hinweis vor der ersten Frage**

Bitte beantworten Sie diese und die folgenden Fragen unter dem Blickwinkel des Nachhaltigkeitsmanagements von Finanzdienstleistern und eines Zeithorizonts von Oktober 2009 bis Ende 2010. Falls Sie nicht aktiv im Nachhaltigkeitsmanagement eines Finanzdienstleisters tätig sind, verwenden Sie bitte den Fragebogen für Stakeholder von Finanzdienstleistern.

## **VfU Umfrage zu aktuellen Themen und Trends 2009/10 für Stakeholder von Finanzdienstleistern**

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Stakeholder,

der Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen arbeitet daran, die Nachhaltige Entwicklung des Finanzsektors voranzutreiben. Dazu führt er Expertenarbeitskreise, Workshops, Seminare und Konferenzen durch, die einem breiten Interessentenkreis offen stehen. Gemeinsam wird so das Nachhaltigkeitsleitbild in einem dialogischen Prozess für den Finanzsektor ausgearbeitet.

Um die Aktualität der beim VfU bearbeiteten Themenstellungen sicherzustellen, soll ab 2009 regelmäßig die Interessenslage für das Nachhaltigkeitsmanagement im Finanzbereich erhoben werden.

Bitte unterstützen Sie uns durch die Beantwortung der folgenden elf Fragen - die Ergebnisse werden während des UNEP FI / VfU Roundtable 2009: MISSION IS POSSIBLE am 18./19. November 2009 in München von Matthias Patzelt zur Verfügung gestellt und danach auf unserer [www.vfu.de](http://www.vfu.de) Web-Seite veröffentlicht.

Wenn Sie Anregungen zur vorliegenden Umfrage haben, wenden Sie sich bitte an:

[matthias.patzelt@bayernlb.de](mailto:matthias.patzelt@bayernlb.de)

Bitte beantworten Sie folgende Fragen unter dem Blickwinkel des Nachhaltigkeitsmanagements von Finanzdienstleistern und eines Zeithorizonts von Oktober 2009 bis Ende 2010. Falls Sie NachhaltigkeitsmanagerIn bei einem Finanzdienstleister sind, dann benutzen Sie bitte den entsprechenden Fragebogen.

<http://www.voycer.de/umfrage.html?sid=26384>

Die Befragung endet am 30.10.2009.

### **Disclaimer**

Haftung für Links

Die Fragen dieser Befragung enthalten Links auf externe Webseiten Dritter. Auf die Inhalte dieser verlinkten Webseiten haben wir keinen Einfluss. Für die Richtigkeit der Inhalte ist immer der jeweilige Anbieter oder Betreiber verantwortlich, weshalb wir diesbezüglich keinerlei Gewähr übernehmen.

Die fremden Webseiten haben wir zum Zeitpunkt der Verlinkung auf mögliche Rechtsverstöße überprüft. Zum Zeitpunkt der Verlinkung waren keinerlei Rechtsverletzungen erkennbar. Eine ständige Überprüfung sämtlicher Inhalte der von uns verlinkten Seiten ohne tatsächliche Anhaltspunkte für einen Rechtsverstoß können wir nicht leisten. Falls uns Rechtsverletzungen bekannt werden, werden wir die entsprechenden Links sofort entfernen.

Quelle: [anwalt-seiten.de](http://anwalt-seiten.de)

### **Hinweis vor der ersten Frage**

Bitte beantworten Sie diese und die folgenden Fragen unter dem Blickwinkel des Nachhaltigkeitsmanagements von Finanzdienstleistern und eines Zeithorizonts von Oktober 2009 bis Ende 2010. Falls Sie aktiv im Nachhaltigkeitsmanagement eines Finanzdienstleisters tätig sind, verwenden Sie bitte den Fragebogen für NachhaltigkeitsmanagerInnen.

(Leeres Feld im Folgenden heißt keine Antwort. Fett sind Antworthäufungen hervorgehoben. Die Prozentangaben wurden durch [www.voycer.de](http://www.voycer.de) berechnet.)

Fragen und Antwortmöglichkeiten	Stakeholder	NachhaltigkeitsmanagerInnen
<b>1. Welche zwei Faktoren motivieren Finanzdienstleister momentan am stärksten zur fortschreitenden Integration von Nachhaltigkeit in ihr Unternehmen? Es werden maximal 2 Antworten erwartet.</b>	Stakeholder	NachhaltigkeitsmanagerInnen
Anzahl Antworten	38	34
• Altruismus / Idealismus		
• Diversifikationsstrategien	7%	6%
• Druck von Anteilseignern	6%	2%
• Druck von Investoren	<b>12%</b>	10%
• Druck von Konsumenten	4%	10%
• Druck von Nichtregierungsorganisationen	<b>12%</b>	3%
• Effizienzdruck	1%	8%
• Gesetzliche Vorgaben	4%	2%
• Innovation im Produktbereich	9%	5%
• Kostensenkungsbemühungen	1%	3%
• Verantwortungsbewusstsein	4%	<b>15%</b>
• Wunsch der Differenzierung zum Wettbewerber	<b>12%</b>	<b>18%</b>
• Wunsch nach Imageverbesserung	<b>28%</b>	<b>18%</b>
• Sonstiges (maximal zwei Stichpunkte)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verlust der Glaubwürdigkeit seit der Finanzkrise, Greenwashing - um von anderen Themen abzulenken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risikomanagement</li> </ul>

<b>2. Was sind aus Ihrer Sicht die zwei wichtigsten Ziele für das Nachhaltigkeitsmanagement bei Finanzdienstleistern? Es werden maximal 2 Antworten erwartet.</b>	Stakeholder	NachhaltigkeitsmanagerInnen
Anzahl Antworten	38	34
• Anreicherung der Corporate Identity	3%	5%
• Aufbauen von Unterstützungsnetzwerken für Unternehmen	1%	
• Aufzeigen des Beitrags des Unternehmens zur Lösung globaler Probleme	7%	10%
• Beitrag zum Funding leisten		
• Beziehungsmanagement mit Nichtregierungsorganisationen etablieren		
• Effizienzsteigerung	1%	7%
• Erschließung neuer Märkte und Kundengruppen	<b>14%</b>	<b>15%</b>
• Information über globale Probleme		
• Innovationssteigerung im Produktbereich	9%	3%
• Kontaktstelle zu Nichtregierungsorganisationen etablieren	1%	
• Kostensenkung	3%	
• Minimierung von Reputations-, Haftungs- und Kreditrisiken	<b>21%</b>	<b>22%</b>
• Personal-Akquise		
• Reputationsverbesserung	<b>14%</b>	12%
• Stärkung des Verantwortungsbewusstsein im Unternehmen	10%	8%
• Unterstützung des Marketings	3%	3%
• Verbesserung des Nachhaltigkeitsratings	6%	3%
• Vertrauensbildung in der Öffentlichkeit	4%	12%
• Sonstiges (maximal zwei Stichpunkte)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beziehungsmanagement zu verschiedenen Stakeholdergruppen ausbauen und damit das Obersegment Kommunikation / Marketing / Werbung unterstützen</li> <li>• Accountability</li> <li>• - Integration in finanzielle Unternehmensbewertung - Identifikation des Alphas von der Nachhaltigkeitsanalyse</li> </ul>

3. Was sind aus Ihrer Sicht für das Nachhaltigkeitsmanagement bei Finanzdienstleistern die zwei wichtigsten normativen Ansätze / Standards, auf die sich das Nachhaltigkeitsmanagement beziehen sollte? Es werden maximal 2 Antworten erwartet.	Stakeholder	NachhaltigkeitsmanagerInnen
Anzahl Antworten	38	34
• AccountAbility (AA) 1000	2%	2%
• EFQM	8%	
• EMAS	5%	11%
• Equator Principles	<b>20%</b>	5%
• GRI (Global Reporting Initiative)	<b>25%</b>	<b>26%</b>
• International Labour Organisation Prinzipien	3%	
• IÖW Kriterienkatalog Nachhaltigkeitsberichte	3%	5%
• ISO 14001	6%	<b>19%</b>
• ISO 9000f.	2%	2%
• OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen	3%	3%
• Social Accountability (SA) 8000	3%	2%
• UN Global Compact	11%	11%
• VfU Kennzahlen	9%	5%
• Sonstiges (maximal zwei Stichpunkte)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EFFAS KPIs for ESG (www.dvfa.de/kpis)</li> <li>• optimaler Mix verschiedener Ansätze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GHG Protocol</li> <li>• Entwicklung von Quantifizierungsansätzen der "Nachhaltigkeitsleistung" für das Portfolio.</li> </ul>

4. Was sind aus Ihrer Sicht die zwei wichtigsten aktuellen Themenfelder für das Nachhaltigkeitsmanagement bei Finanzdienstleistern? Es werden maximal 2 Antworten erwartet	Stakeholder	NachhaltigkeitsmanagerInnen
Anzahl Antworten	38	34
• Bürgerliches Engagement	1%	2%
• Anforderungen an Lieferanten	1%	3%
• Anti-Korruption	1%	2%
• Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung		
• Betrieblicher Umweltschutz	3%	
• Engagement in Entwicklungsländern	1%	3%
• Führungskultur	4%	5%
• Gefährdung des Wirtschaftssystems durch Banken	14%	6%
• Gesundheitsmanagement		2%
• Kampagnen von Nichtregierungsorganisationen	3%	2%
• Klimaschutz	14%	26%
• Managementsysteme und -instrumente	1%	3%
• Nachhaltige Produkte	26%	23%
• Schutz von Biodiversität		2%
• Stakeholder-Beziehungen	6%	3%
• Unternehmensführung und -kontrolle	4%	9%
• Verbraucherschutz	4%	
• Vereinbarkeit Familie und Beruf	1%	
• Vertrauenskrise im Banksystem	12%	11%
• Vielfalt und Chancengleichheit		
• Sonstiges (maximal zwei Stichpunkte)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verantwortungsvolle Produktentwicklung, -vertrieb</li> <li>- Fokus auf Rolle des Finanzsystems in Volkswirtschaft</li> </ul>

5. Was ist aus Ihrer Sicht die wichtigste Form der Erfolgsmessung für das Nachhaltigkeitsmanagement von Finanzdienstleistern?	Stakeholder	NachhaltigkeitsmanagerInnen
Anzahl Antworten	32	31
• Image-Befragungen		<b>9%</b>
• Kundenbefragungen	8%	6%
• Meinungsbildung durch Nichtregierungsorganisationen	11%	3%
• Messung Umsatzanteil bei nachhaltigen Produkten	<b>16%</b>	6%
• Mitarbeiterbefragungen	3%	3%
• Rankings von Nachhaltigkeitsberichten		<b>15%</b>
• Rating-Ergebnisse	<b>21%</b>	<b>38%</b>
• Umsatzanteil nachhaltiger Produkte	<b>21%</b>	6%
• Warentests	5%	6%
• Sonstiges (maximal ein Stichpunkt)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sustainable balanced scorecard</li> <li>• Engagement oder Exclusion von institutionellen Anlegern</li> <li>• Stakeholderbefragungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keine der angebotenen Antwortoptionen stellt eine zielführende Antwort auf die Frage dar. Aktuell reichen zwar "Rating-Ergebnisse" und "Warentests" nahe an VERBREITETE Erfolgsmessungsformen heran. Diese sind jedoch keine inhaltlich durchgreifenden Ans</li> <li>• - Umfassendes Benchmarking des Nachhaltigkeitsmanagements, Verknüpfung mit Finanzperformance</li> </ul>

6. Welche zwei Stakeholder haben Ihrer Meinung nach zukünftig den größten Einfluss auf das Nachhaltigkeitsmanagement von Finanzdienstleistern? Es werden maximal 2 Antworten erwartet.	Stakeholder	NachhaltigkeitsmanagerInnen
Anzahl Antworten	38	34
• Analysten / Ratingagenturen	<b>22%</b>	15%
• Bildungseinrichtungen		
• Eigener Aufsichtsrat	3%	3%
• Eigener Vorstand	14%	<b>20%</b>
• Externe Berater		
• Geschäftspartner		
• Investoren	<b>20%</b>	<b>23%</b>
• Journalisten	4%	
• Kunden	10%	15%
• Medien	3%	6%
• Mitarbeiter		2%
• Nichtregierungsorganisationen	9%	6%
• Öffentlichkeit	4%	8%
• Staat	9%	3%
• Standortgemeinde(n)	1%	
• Verbände		
• Sonstiges (maximal zwei Stichpunkte)	• Nachhaltigkeits-ratingagenturen	

7. Was sind aus Ihrer Sicht für das Nachhaltigkeitsmanagement bei Finanzdienstleistern die zwei wichtigsten Zielgruppen der Nachhaltigkeitskommunikation? Es werden maximal 2 Antworten erwartet.	Stakeholder	NachhaltigkeitsmanagerInnen
Anzahl Antworten	38	34
• Analysten / Ratingagenturen	15%	<b>20%</b>
• Behörden		
• Betriebsrat / Arbeitnehmervertretung		
• Bildungseinrichtungen		2%
• Eigener Aufsichtsrat		2%
• Eigener Vorstand	3%	2%
• Eigentümer	7%	
• Investoren	<b>21%</b>	12%
• Journalisten	4%	2%
• Kunden	<b>18%</b>	<b>23%</b>
• Lieferanten		
• Medien	3%	
• Mitarbeiter	13%	9%
• Nichtregierungsorganisationen	4%	5%
• Öffentlichkeit	7%	<b>20%</b>
• Politik	3%	
• potenzielle Mitarbeiter	1%	2%
• Verbände		2%
• Sonstiges (maximal zwei Stichpunkte)		

8. Was sind aus Ihrer Sicht die zwei wichtigsten Kommunikationsinstrumente für Nachhaltigkeitsmanagement bei Finanzdienstleistern? Es werden maximal 2 Antworten erwartet.	Stakeholder	NachhaltigkeitsmanagerInnen
Anzahl Antworten	38	34
• Blogs		2%
• Elektronische Newsletter		
• Events		
• Fachbeiträge in Zeitungen / Büchern		3%
• Fachveranstaltungen und Tagungen	6%	8%
• Geschäftsbericht	3%	3%
• Hauszeitung	2%	
• Image-Anzeigen	3%	5%
• Interne Kommunikation, Mitarbeiter als Multiplikatoren	<b>14%</b>	6%
• Internetauftritt des Unternehmens	5%	11%
• Journalistengespräche	6%	
• Kundengespräche	3%	3%
• Kundenmagazine	5%	2%
• Messestände		
• Nachhaltigkeitsbericht	<b>18%</b>	<b>23%</b>
• Nachhaltigkeits-Internetseiten des eigenen Unternehmens	12%	<b>14%</b>
• Netzwerkarbeit	5%	3%
• Öffentliche Auftritte von Top-Managern	5%	2%
• Presseinformationen	5%	5%
• Pressekonferenzen		
• Sponsoringaktionen	2%	
• Stakeholderdialoge	6%	9%
• Studiendurchführung und -vermarktung		
• Web 2.0 Anwendungen	2%	3%
• Werbematerial wie Flyer, Broschüren		2%
• Wikis		
• Sonstiges (maximal zwei Stichpunkte)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzernlagebericht</li> <li>• Investorengespräche mit dem Management</li> <li>• langweilige Umfrage</li> </ul>	

9. Was sind aus Ihrer Sicht die zwei wichtigsten Netzwerke, Verbände und Nichtregierungsorganisationen für das Nachhaltigkeitsmanagement bei Finanzdienstleistern? Es werden maximal 2 Antworten erwartet.	Stakeholder	NachhaltigkeitsmanagerInnen
Anzahl Antworten	38	34
• Anlage Schutz Archiv <a href="http://www.anlageschutzarchiv.de">www.anlageschutzarchiv.de</a>		
• Attac <a href="http://www.attac.de">www.attac.de</a>	5%	2%
• Banktrack <a href="http://www.banktrack.org">www.banktrack.org</a>	11%	7%
• BUND für Umwelt und Naturschutz Deutschland: <a href="http://www.bund.net">www.bund.net</a>		
• Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management <a href="http://www.baumev.de">www.baumev.de</a>	6%	2%
• Business for Social Responsibility <a href="http://www.bsr.org">www.bsr.org</a>		
• Center for Corporate Citizenship eV <a href="http://www.corporatecitizen.de">www.corporatecitizen.de</a>		
• CERES <a href="http://www.ceres.org">www.ceres.org</a>		
• Corporate Accountability - Netzwerk für Unternehmensverantwortung <a href="http://www.cora-netz.de">www.cora-netz.de</a>	2%	
• Corporate Europe Observatory <a href="http://www.corporateeurope.org">www.corporateeurope.org</a>		
• CSR Europe <a href="http://www.csreurope.org">www.csreurope.org</a>	2%	
• Dachverband der kritischen Aktionärinnen und Aktionäre eV <a href="http://www.kritischeaktionaeere.de">www.kritischeaktionaeere.de</a>	5%	7%
• Deutsche Umwelthilfe <a href="http://www.duh.de">www.duh.de</a>		2%
• Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik <a href="http://www.dnwe.de">www.dnwe.de</a>		4%
• DNR - Deutscher Naturschutzring eV <a href="http://www.dnr.de">www.dnr.de</a>		
• econsense - Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V. <a href="http://www.econsense.de">www.econsense.de</a>	3%	5%
• EnviroLink Network <a href="http://www.envirolink.org">http://www.envirolink.org</a>	2%	
• Euronatur <a href="http://www.euronatur.org">www.euronatur.org</a>		
• Eurosif - European Sustainable Investment Forum <a href="http://www.eurosif.org/">www.eurosif.org/</a>	10%	7%
• Forum Nachhaltige Geldanlagen <a href="http://www.forum-ng.de/">www.forum-ng.de/</a>	10%	5%
• Forum Umwelt und Entwicklung <a href="http://www.forum-ue.de">www.forum-ue.de</a>		
• GERMANWATCH <a href="http://www.germanwatch.org">www.germanwatch.org</a>	3%	2%
• Global Nature Fund <a href="http://www.globalnature.org">www.globalnature.org</a>		
• Greenpeace <a href="http://www.greenpeace.de">www.greenpeace.de</a>		2%
• Rat für Nachhaltige Entwicklung <a href="http://www.nachhaltigkeitsrat.de">www.nachhaltigkeitsrat.de</a>		2%
• Social Investment Forum <a href="http://www.socialinvest.org">www.socialinvest.org</a>		
• UKSIF <a href="http://www.uksif.org">www.uksif.org</a>		
• UNEP FI <a href="http://www.unepfi.org">www.unepfi.org</a>	13%	25%
• Urgewald <a href="http://www.urgewald.de">www.urgewald.de</a>	2%	2%
• VENRO <a href="http://www.venro.org">www.venro.org</a>		
• Verbraucherzentrale Bundesverband <a href="http://www.vzbv.de">www.vzbv.de</a>	2%	2%
• Verein für ethisch orientierte Investoren <a href="http://www.cric-ev.de">www.cric-ev.de</a>		
• Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen e.V. <a href="http://www.vfu.de">www.vfu.de</a>	16%	13%
• WEED <a href="http://www.weed-online.org">www.weed-online.org</a>		
• World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) <a href="http://www.wbcsd.org">www.wbcsd.org</a>	6%	5%
• WWF Deutschland <a href="http://www.wwf.de">www.wwf.de</a>	5%	5%
• Sonstiges (maximal zwei)	• EFFAS	• EPFI-Netzwerk ( <a href="http://www.equator-principles.com">www.equator-principles.com</a> )
		• - UN PRI - Banktrack

10. Was sind aus Ihrer Sicht die zwei wichtigsten Fachmedien / Internetseiten für das Nachhaltigkeitsmanagement bei Finanzdienstleistern? Es werden maximal 2 Antworten erwartet.	Stakeholder	NachhaltigkeitsmanagerInnen
Anzahl Antworten	38	34
• www.bmu.de	5%	11%
• www.csrgermany.de	2%	3%
• www.csr-news.de/	9%	3%
• www.diskutiere.de		
• www.eco-news.de	2%	
• www.ecoreporter.de	16%	11%
• www.enviroreporting.com		
• www.finanztest.de	7%	6%
• www.global21-magazin.de	2%	3%
• www.glocalist.de	2%	
• www.goodmoney.com		
• www.greenvalue.de		6%
• www.gruenes-geld.de		6%
• www.lohas.de		3%
• www.nachhaltiges-investment.org	21%	19%
• www.nachhaltigkeit.info/	7%	
• www.nachhaltig-wirtschaften.de	12%	8%
• www.natur.de		
• www.oeko-invest.de	7%	8%
• www.oeko-test.de	2%	3%
• www.oekoweb.at		
• www.politische-oekologie.de		3%
• www.portalu.de/		
• www.socialfunds.com		
• www.spiked-online.com		
• www.sricompass.org		
• www.srinews.com		
• www.sustainablevalue.com		
• www.umweltbundesamt.de	2%	8%
• www.umweltdialog.de	2%	
• www.umweltjournal.de		
• www.umweltmagazin.de		
• Maximal zwei weitere Sites	• www.co2-handel.de	<ul style="list-style-type: none"> <li>• www.unepfi.org</li> <li>• Es ist spannend, dass Sie im Kontext einer internationalen Finanzwirtschaft, in der wir nun mal leben, vorrangig deutschsprachige Seiten abfragen. Wenngleich wir vor allem in Deutschland sicherlich viel und auf hohem Niveau diskutieren - die wirklich inte</li> <li>• www.wri.org www.wbcds.ch</li> <li>• http://www.stmugv.bayern.de/</li> <li>• EU Commission - BIZ</li> <li>• http://www.business-humanrights.org</li> <li>• http://www.ethicalcorp.com/</li> <li>• www.sonnenseite.de</li> </ul>

<b>11. Wo sehen Sie die zwei wichtigsten zukünftigen Trends und Herausforderungen des Nachhaltigkeitsmanagements bei Finanzdienstleistern? Bitte nennen Sie zwei Stichwörter.</b>	Stakeholder	NachhaltigkeitsmanagerInnen
Anzahl Antworten	30	28
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Biodiversität, Verbraucherschutz</li> <li>- Kundenorientierung, Beitrag zu zukunftsorientierten Rahmenbedingungen</li> <li>- Finanzierung Klimaschutzprojekte, Echtes Umdenken im Unternehmen</li> <li>- Produktgestaltung; Risikomanagement</li> <li>- Depot A, Transparenz</li> <li>- Retailprodukte</li> <li>- Klimaschutz, globale machverteilung</li> <li>- Kreditvergaberichtlinien, SRI</li> <li>- Klimaschutz, Finanzierungen der erneuerbaren Energien</li> <li>- Kreditpolitik an CSR anpassen, keine Kredite an Projekte, die sozial/ökologisch unverträglich sind</li> <li>- Transparenz, gewinnmaximierung</li> <li>- Langfristige Kundenorientierung, interne Steuerung</li> <li>- Klimaneutralität; Reputation</li> <li>- Produkte, Produkte, Produkte!!!</li> <li>- Sinnhaftigkeit und Transparenz</li> <li>- Gemeinsame Standards definieren, Kunden und Mitarbeiter motivieren</li> <li>- Integration von Nachhaltigkeit in den Mainstream des Aktivgeschäfts</li> <li>- Mainstreaming und Eigengeschäft</li> <li>- Investorenaktivismus</li> <li>- Kreditvergabe, Klimawandel</li> <li>- Produkte Mitarbeiterausbildung</li> <li>- Integration in Kerngeschäft, Anreizsysteme für Mitarbeiter</li> <li>- Nachhaltige Finanzprodukte, Ausbildung von Sparkassenmitarbeitern</li> <li>- Breites Nachhaltiges Produktangebot, Unternehmensinterne Kommunikation zu CSR</li> <li>- Internes CSR und Anti-Korruption</li> <li>- Klimarisiken im Kreditbuch; Transparenz der angebotenen Produkte</li> <li>- Transparenz und Glaubwürdigkeit</li> <li>- Reputations- und HR-Management</li> <li>- Kontrolle der Manager, nachhaltiges Investment</li> <li>- Klimaschutz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Klimaschutz, alternative Geldformen</li> <li>- Befriedigung von Kunden- und Investorenbedürfnissen</li> <li>- Trend: Return on Ethical Investment (RoEI), Herausforderung: gelebte Werte</li> <li>- Quantifizierbarkeit der Leistungen z.B. Funding, Ertrag etc.</li> <li>- Ergebnissicherung, Liquidität</li> <li>- Finanzierung von, 2. Investition in nachhaltige(n) Geschäftsfelder(n)</li> <li>- Nachhaltige Produkte</li> <li>- Finanzierungsrichtlinien</li> <li>- gesellschaftliche wertewandel, Klimaschutz</li> <li>- geld verdienen</li> <li>- Noch tiefere Verankerung im Kerngeschäft, ökonomische Nachhaltigkeit</li> <li>- Integration von Standards; Policyumsetzung im Tagesgeschä</li> <li>- volle Integration in das Bankgeschäft, Vertrauen bei Stakeholdern zu steigen</li> <li>- Schaffung von Kosteneffizienz und Vertrauen</li> <li>- Klima und Lohas</li> <li>- Umgang mit Klimawandel, Gesellschaftliche Rolle/Funktion</li> <li>- Glaubwürdigkeit, Geschäftsmodell</li> <li>- Glaubwürdigkeit</li> <li>- Kundenfokus, Verantwortung in Gesamtwirtschaft</li> <li>- Corporate Culture, Steuerfragen</li> <li>- Investorenaktivismus</li> <li>- Nachhaltige Finanzprodukte / Kredite</li> <li>- Zertifizierung, Glaubwürdigkeit</li> <li>- Biodiversität, Compliance</li> <li>- Audits</li> <li>- Klimaschutz, Glaubwürdigkeit</li> <li>- Wirtschaftskrise, Biodiversität</li> <li>- Transparenz, Labeling</li> <li>- nachhaltige Asset Allocation, Support durch Leitungsgremien</li> </ul>
Hauptthemen Frage 11 [Analyse Matthias Paptzelt]:	Stakeholder	NachhaltigkeitsmanagerInnen
	Produkte, Klima, Transparenz	Glaubwürdigkeit, Klimaschutz, nachhaltiges Geschäftsmodell