

Zukunftsgestalter

ist ein Produkt von

GENOVISION

 VR-Bank Mitte eG  
Eichsfeld · Göttingen · Northeim · Werra-Meißner

# Stakeholderanalyse Firmenkunden



Zum Inhaltsverzeichnis

# Teil 1: Einfluss von Nachhaltigkeit auf das Geschäftsmodell

Mit welchen kurz-, mittel und langfristigen nachhaltigkeitsbezogenen Auswirkungen auf das Geschäftsmodell rechnet das Unternehmen. Wie stark wirken die Faktoren E, S und G?

# Einfluss von Nachhaltigkeit auf das Geschäftsmodell (1/4)



WIR

← zurück



Zum Inhaltsverzeichnis

→ nächste

Zukunftsgestalter

Welches der Bilder spiegelt die Erwartungen unserer Firmenkunden im Hinblick auf die Auswirkungen von Nachhaltigkeit auf deren Unternehmen wider?

Kurve nach oben



42%

Weiterso



30%

Fragezeichen



18%

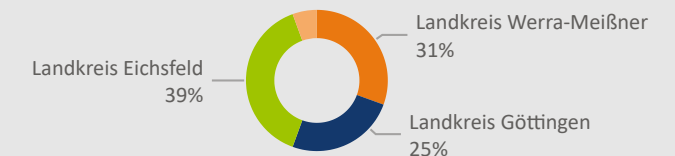
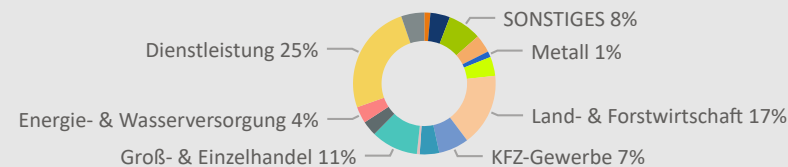
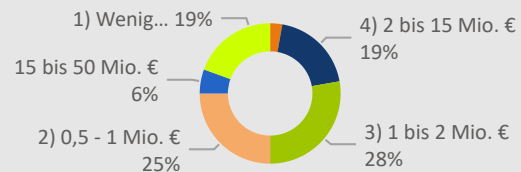
Rakete/ Aufbruch/ Neue Ära



9%



Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme



## Inwieweit sehen unsere Firmenkunden ihr Geschäftsmodell von den wachsenden Nachhaltigkeitsanforderungen betroffen?

Durchschnittliche Betroffenheit (1: Gar keine Veränderung bis 7: Starke Veränderung)

Branche	Kurzfristig (in den nächsten 12 Monaten)	Mittelfristig (in den nächsten 2-3 Jahren)	Langfristig (in den nächsten 5 Jahren)
Baugewerbe		4,0	
Dienstleistung	2,8	4,0	5,1
Energie- & Wasserversorgung	5,0	7,0	7,0
Gastgewerbe	3,5	4,5	5,5
Groß- & Einzelhandel	2,5	4,0	5,0
Herstellung elektrischer Geräte	2,0	5,0	6,0
Holz & Papier	5,0	5,0	7,0
KFZ-Gewerbe	3,0	4,5	6,5
Land- & Forstwirtschaft	3,3	4,8	5,8
Maschinenbau	2,0	3,5	5,5
Metall	2,0	2,0	
Möbel	2,0	4,0	7,0
Soziales & Gesundheit	3,0	3,0	3,0
Textil & Bekleidung	1,0	2,0	3,0

# Einfluss von Nachhaltigkeit auf das Geschäftsmodell (4/4)



WIR

← zurück



Zum Inhaltsverzeichnis

→ nächste

Zukunftsgestalter

## Wie hoch bewerten unsere Firmenkunden die mittelfristigen Auswirkungen von E,S und G auf Ihr Geschäftsmodell (innerhalb der nächsten 2-3 Jahre)?

Durchschnittliche Betroffenheit (1: Kein Einfluss bis 7: Starker Einfluss)

Branche	E - Environmental (Umweltaspekte)	S - Social (Soziale Aspekte)	G - Governance (Unternehmensführung)
Baugewerbe	5,0	4,0	3,5
Dienstleistung	3,1	3,5	2,9
Energie- & Wasserversorgung	6,0	3,0	5,0
Gastgewerbe	5,0	5,0	6,0
Groß- & Einzelhandel	5,0	5,0	4,7
Herstellung elektrischer Geräte	5,0	6,0	6,0
Holz & Papier	5,0	4,0	4,0
KFZ-Gewerbe	4,0	3,3	3,3
Land- & Forstwirtschaft	5,2	3,2	2,6
Maschinenbau	3,0	3,0	3,5
Metall			3,0
Möbel	5,0	4,0	6,0
Soziales & Gesundheit	3,0	5,0	4,0
Textil & Bekleidung	2,0	3,0	4,0
<b>Gesamt</b>	<b>4,2</b>	<b>3,8</b>	<b>3,7</b>



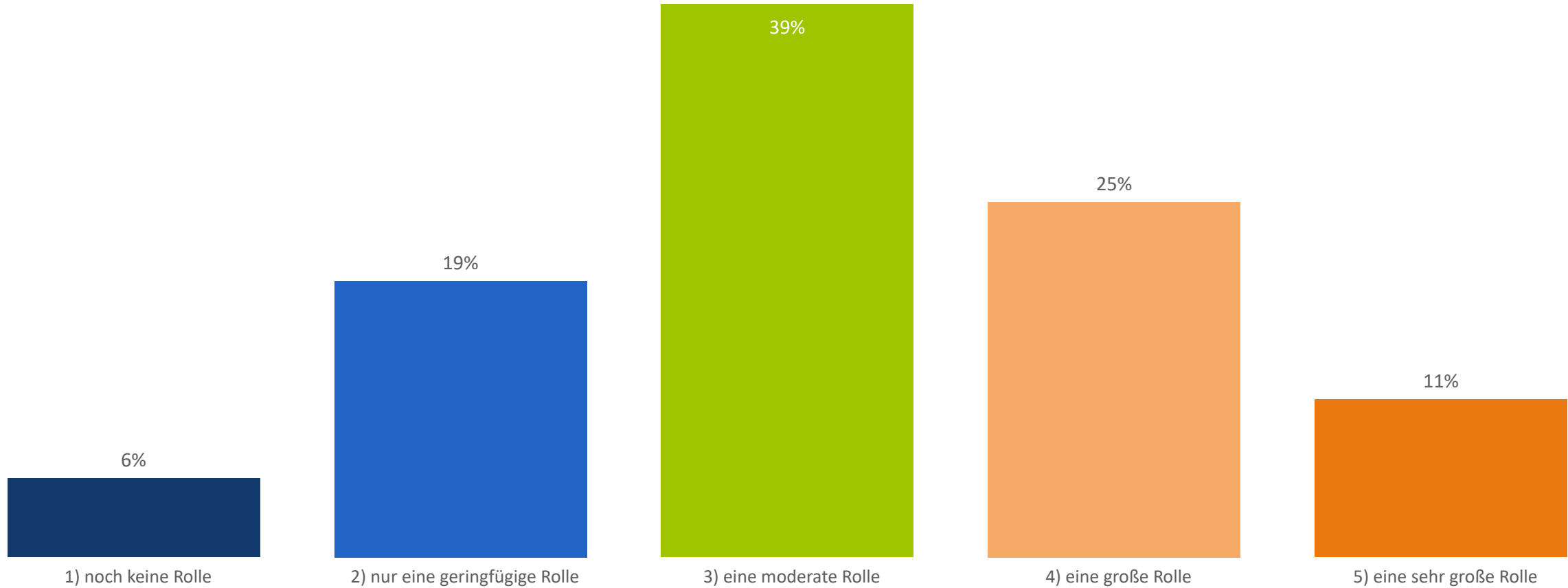
## Teil 2: Aktuelle Bedeutung von Nachhaltigkeit im Unternehmen

Welche Rolle nimmt Nachhaltigkeit heute bereits im Unternehmen ein und warum?

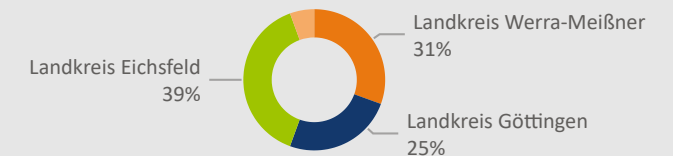
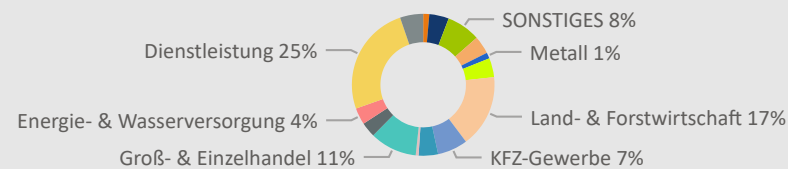
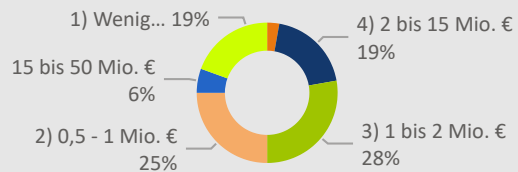
Welche Hürden und Herausforderungen werden aufgeführt, die dem Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen entgegenstehen?



## Welche Rolle nimmt Nachhaltigkeit bereits heute bei unseren Firmenkunden ein?



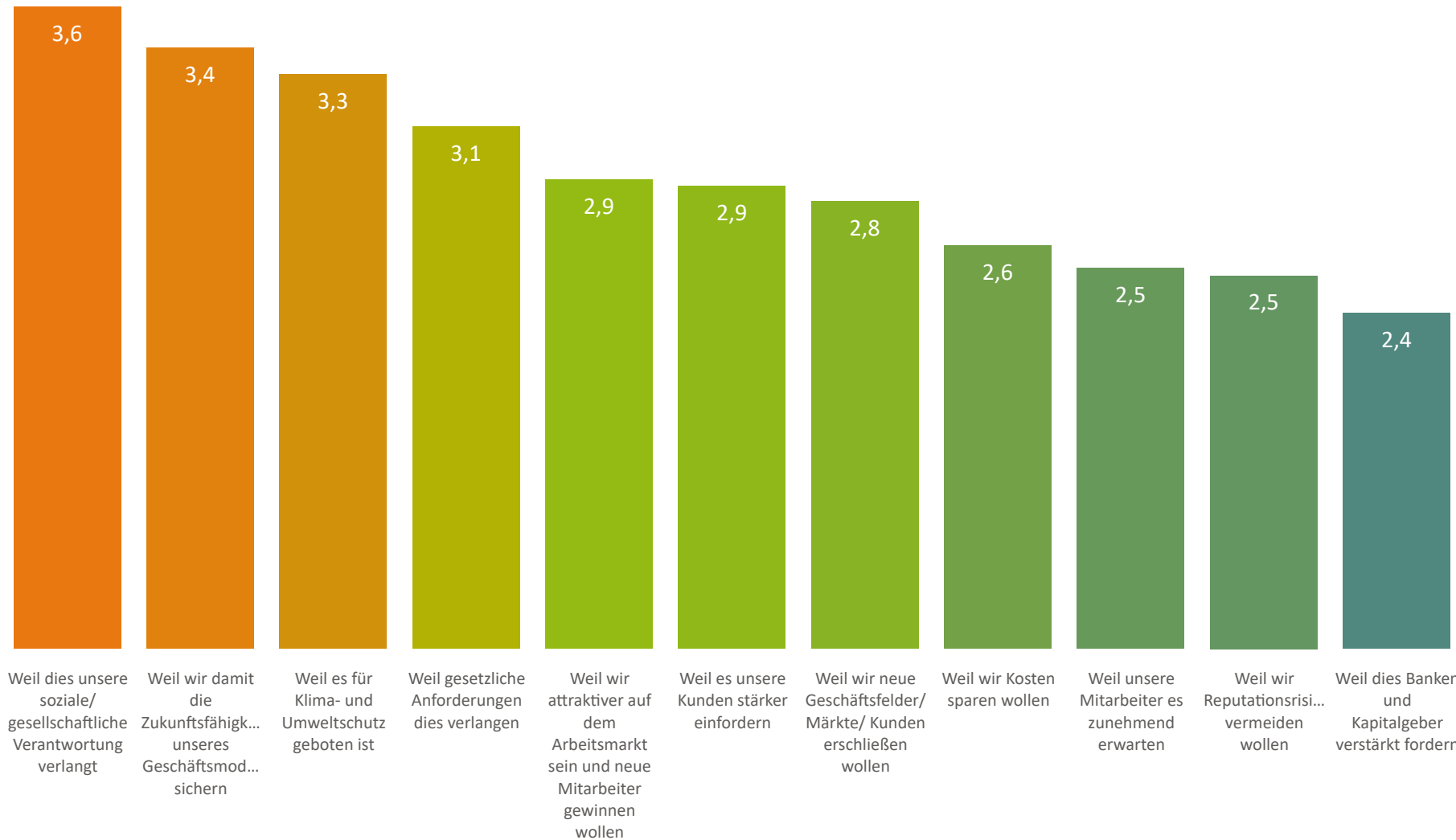
Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme





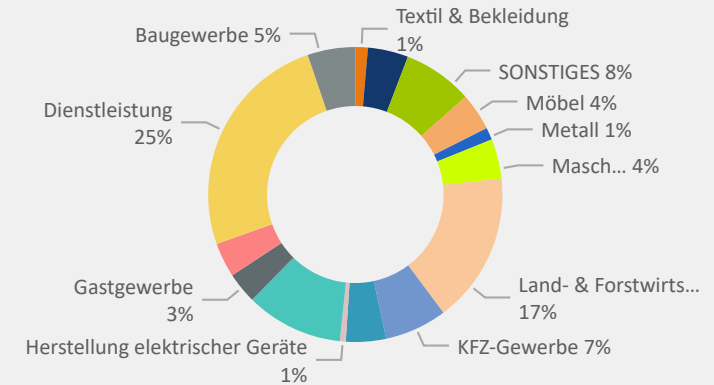
## Aus welchen Gründen setzen Sie sich im Unternehmen mit Nachhaltigkeit auseinander?

Durchschnittliche Relevanz des Aspekts (1: niedrig bis 5: hoch)

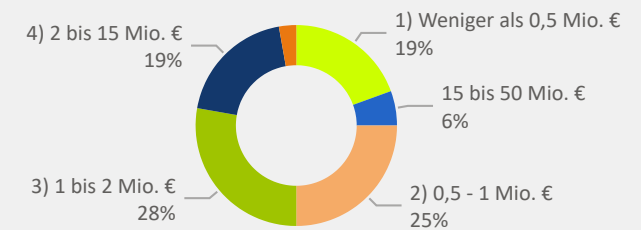


Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

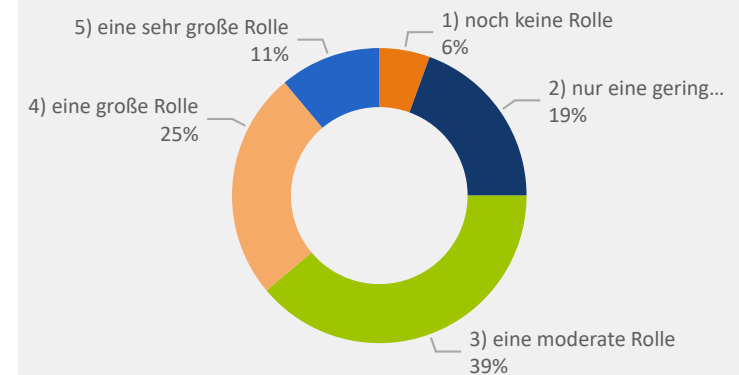
### Branche



### Umsatz



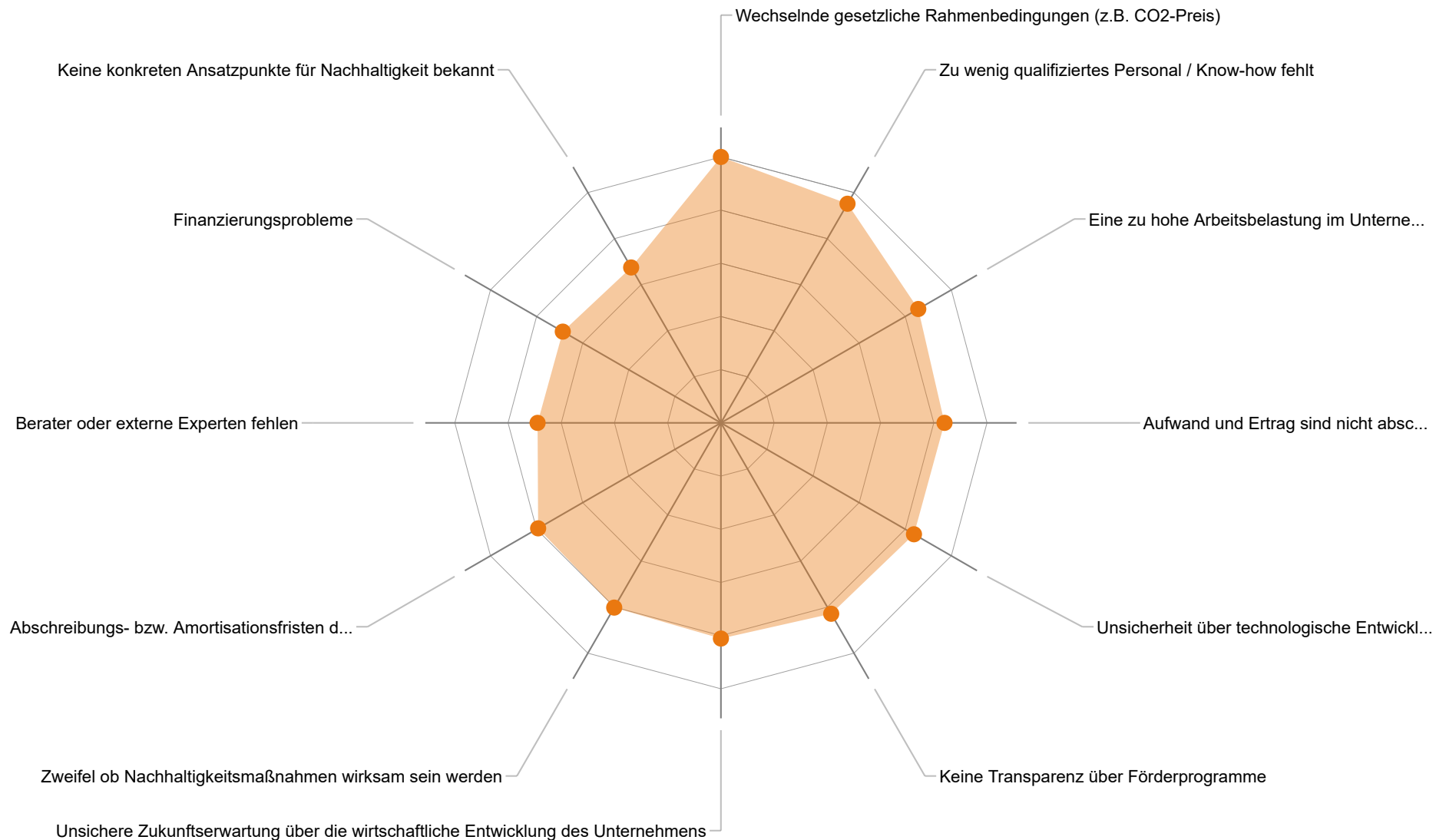
### Aktuelle Wichtigkeit Nachhaltigkeit



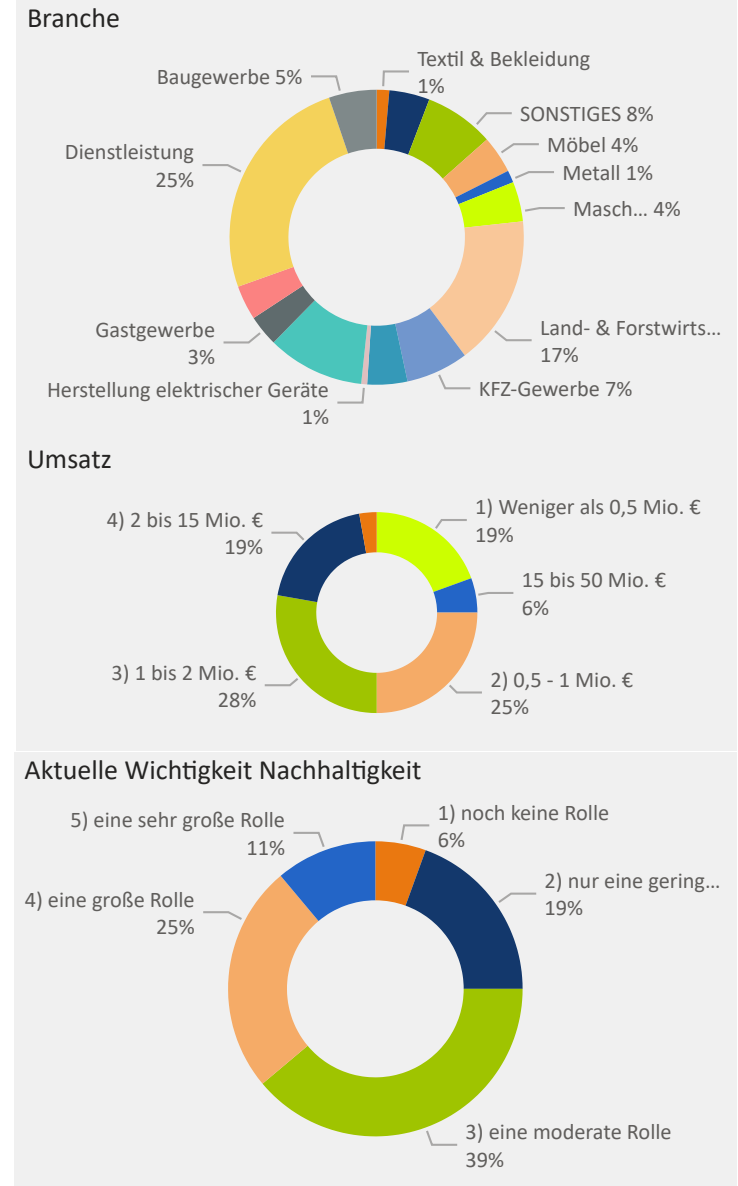




## Welche Hürden und Herausforderungen sehen unsere Firmenkunden, die dem Thema Nachhaltigkeit in ihrem Unternehmen entgegenstehen? Durchschnittliche Relevanz des Aspekts (1: Spielt keine Rolle bis 5: Spielt eine sehr große Rolle)



Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme



← zurück

 [Zum Inhaltsverzeichnis](#)

→ nächste

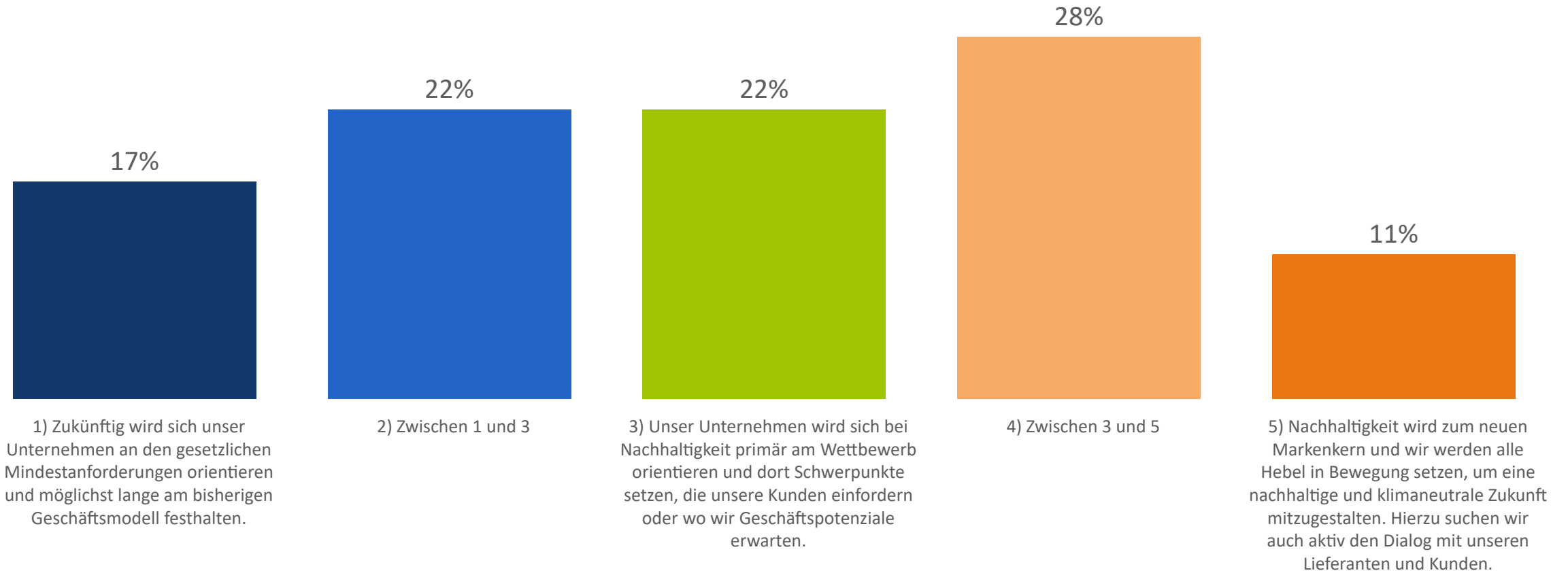


## Teil 3: Zukünftige Nachhaltigkeit und erforderliche Investitionen

Welches Ambitionsniveau strebt das Unternehmen hinsichtlich Nachhaltigkeit an? Welche Chancen und Risiken werden gesehen? Welche Investitionen werden erwartet?

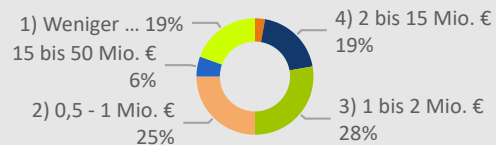


## Welche Ambitionsstufe streben unsere Firmenkunden hinsichtlich Nachhaltigkeit an?

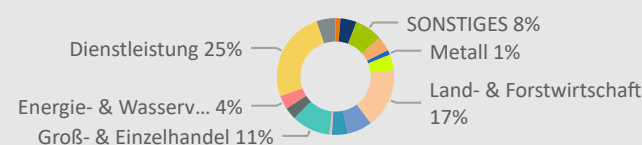


Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

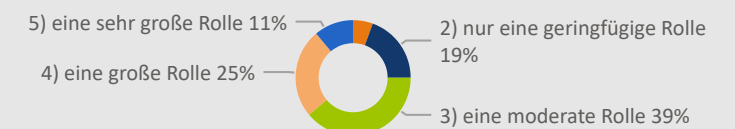
Umsatz



Branche



Aktuelle Wichtigkeit Nachhaltigkeit



# Zukünftige Nachhaltigkeit und erforderliche Investitionen (2/2)



← zurück

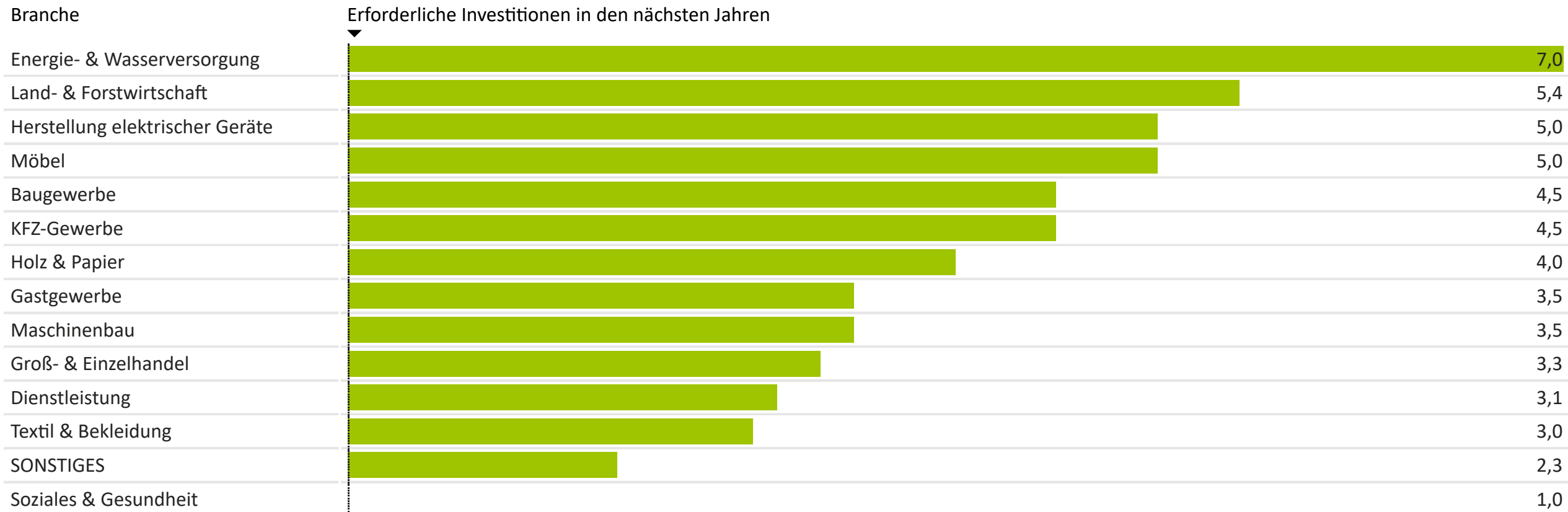
[i Zum Inhaltsverzeichnis](#)

→ nächste

Zukunftsgestalter

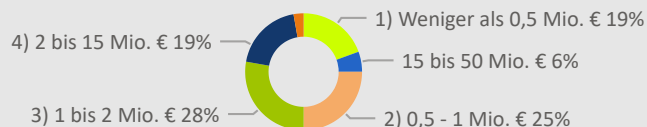
## Wie hoch schätzen unsere Firmenkunden die erforderlichen Investitionen in den nächsten Jahren ein, um Ihr angestrebtes Ambitionsniveau zu erreichen?

Durchschnittliche erwartete Investitionen in den nächsten Jahren (1: Keine Investitionen bis 5: Umfassende Investitionen)

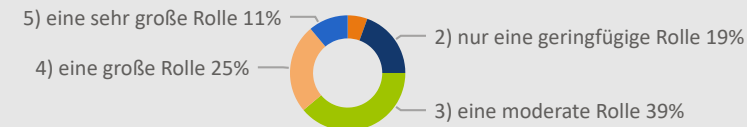


Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

Umsatz



Aktuelle Wichtigkeit Nachhaltigkeit



← zurück

 Zum Inhaltsverzeichnis

→ nächste

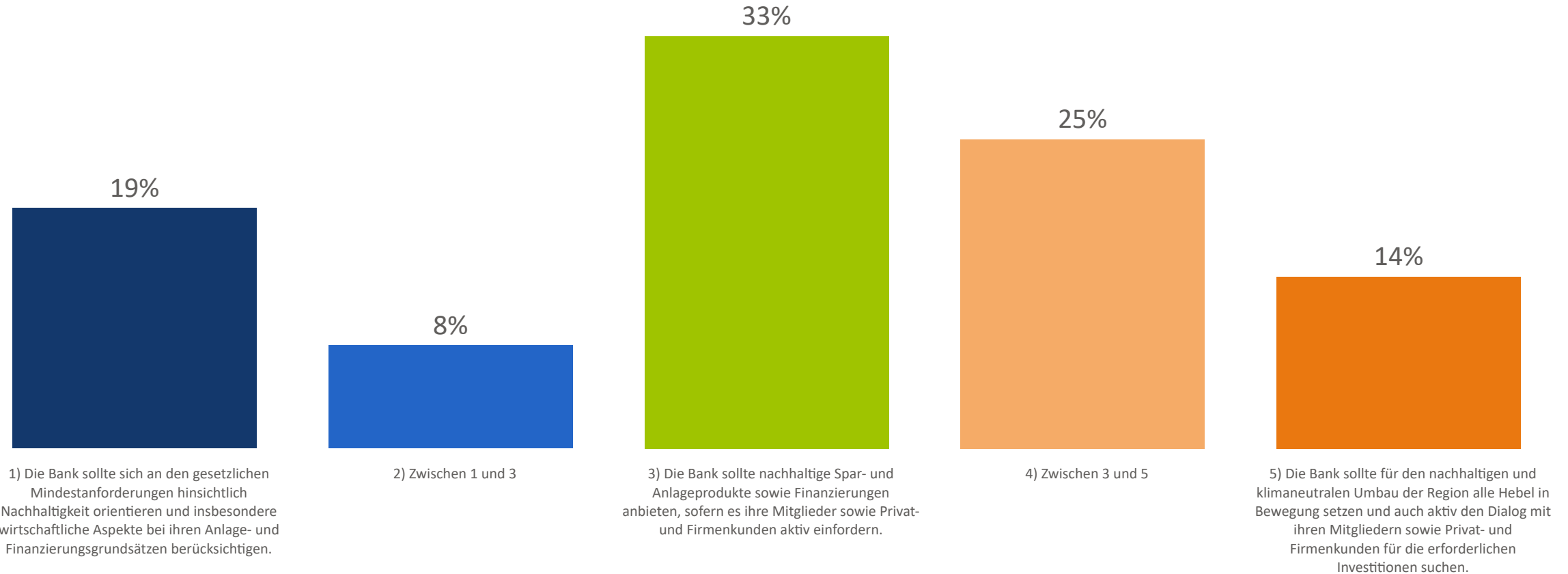


## Teil 4: Nachhaltigkeitsbezogene Erwartungen an die Bank

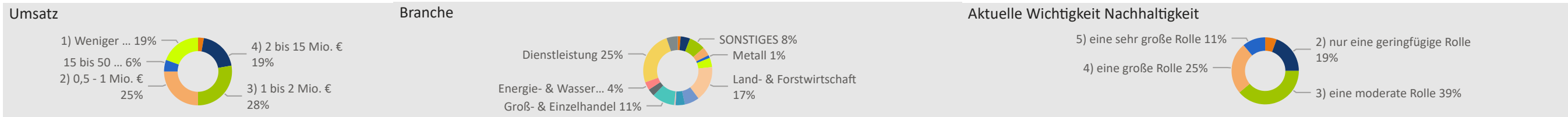
Was erwarten unsere Firmenkunden von unserer Bank im Hinblick auf Nachhaltigkeit?



## Welches Ambitionsniveau sollte die Bank hinsichtlich Nachhaltigkeit zukünftig aus Sicht unserer Firmenkunden einnehmen?



Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme



# Nachhaltigkeitsbezogene Erwartungen an die Bank (2/2)



WIR

← zurück



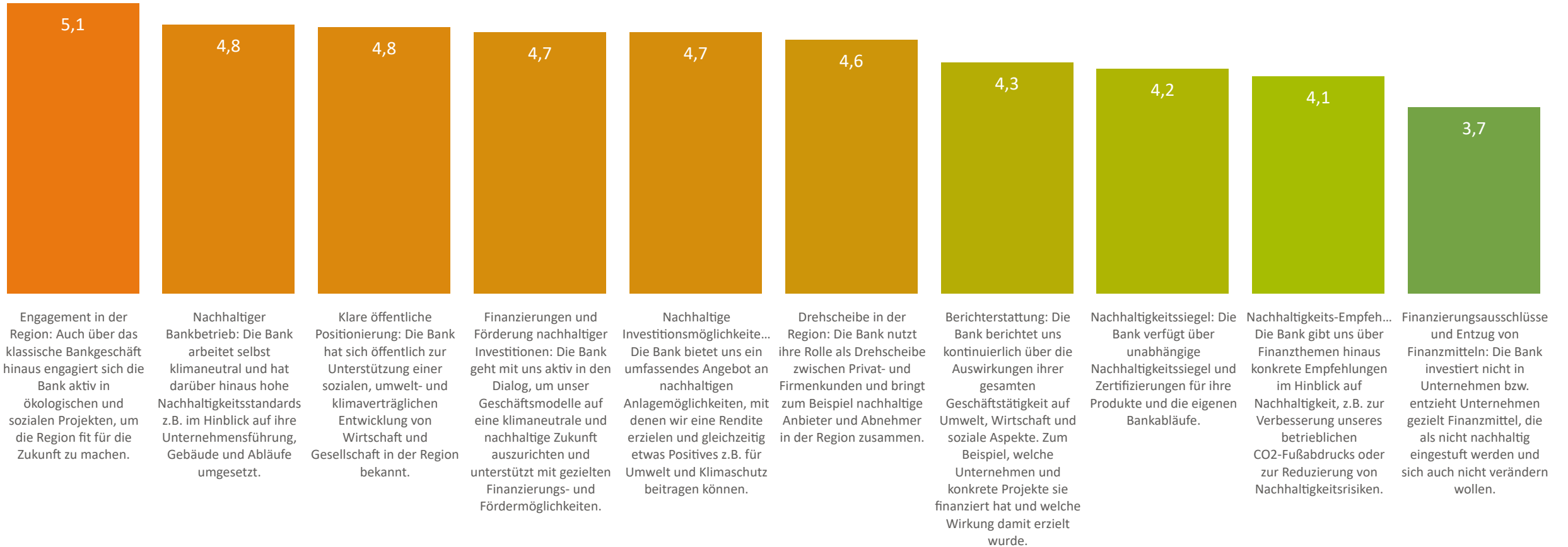
Zum Inhaltsverzeichnis

→ nächste

Zukunftsgestalter

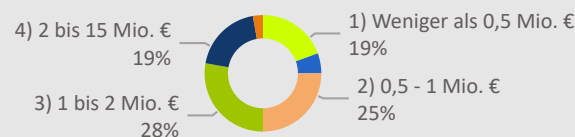
## Wie wichtig sind unseren Firmenkunden die folgende Aspekte im Hinblick auf Nachhaltigkeit in unserer Bank?

(Durchschnittswerte 1: Nicht wichtig bis 7: Sehr wichtig)

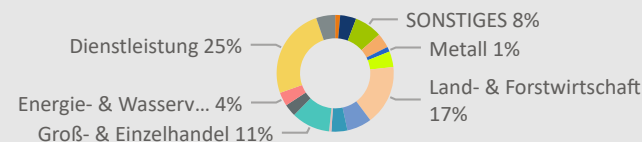


Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

Umsatz



Branche



Aktuelle Wichtigkeit Nachhaltigkeit



# Teil 5: Interesse an nachhaltigen Finanzprodukten und Dienstleistungen

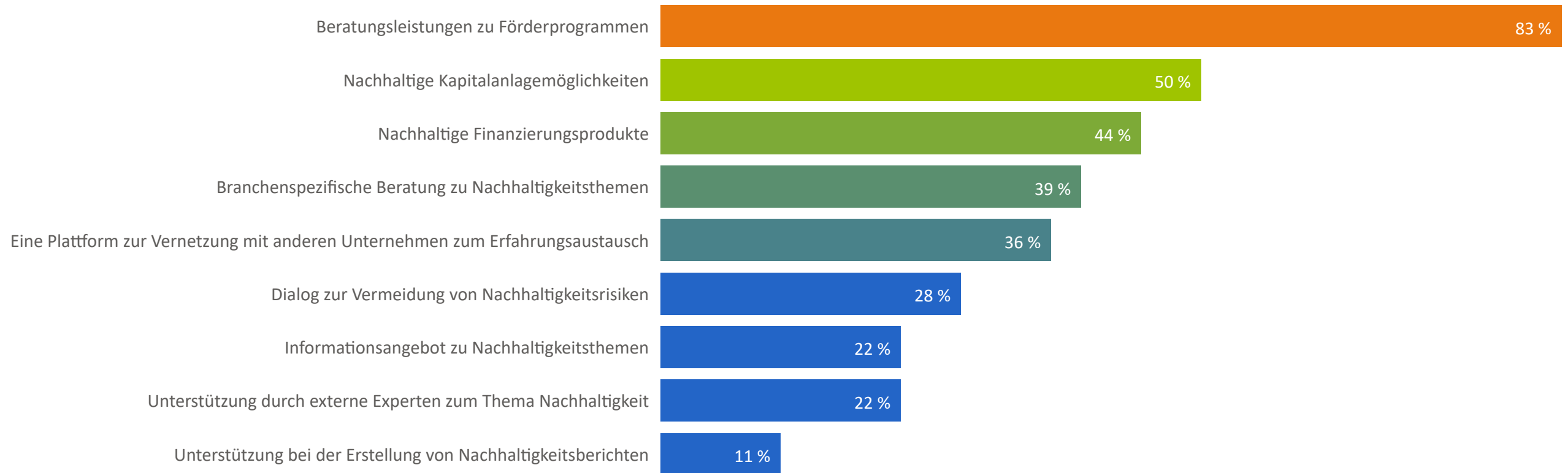
An welchen nachhaltigen Finanzprodukten und Dienstleistungen sind unsere Firmenkunden interessiert?





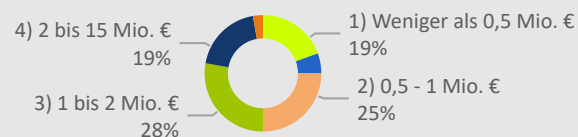
## Welche nachhaltigen Produkte/Dienstleistungen sind für unsere Firmenkunden interessant?

(Anzahl Nennungen in Prozent)

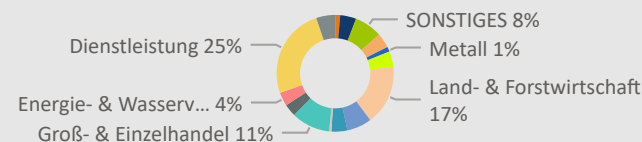


Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

Umsatz




Branche



Aktuelle Wichtigkeit Nachhaltigkeit



← zurück

 Zum Inhaltsverzeichnis

→ nächste

## Teil 6: Mitwirkung

Wie möchte das Unternehmen in die nachhaltige Ausrichtung unserer Bank einbezogen werden?

## Wie möchten unsere Firmenkunden in die Nachhaltigkeitsinitiativen der Bank eingebunden werden?

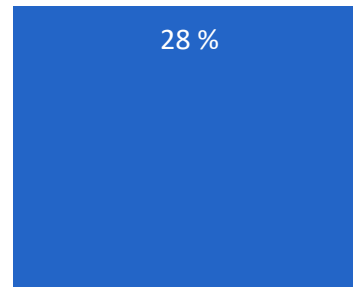
(Anzahl Nennungen in Prozent)



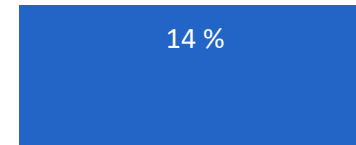
Wir möchten gern regelmäßig Information zu Fortschritten hinsichtlich Nachhaltigkeit erhalten.



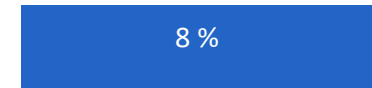
Wir möchten gern Informationen zu neuen Produkten erhalten.



Wir möchten uns gern weiterhin bei Umfragen einbringen.



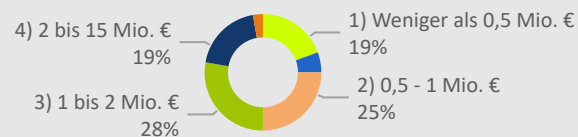
Wir möchten gern aktiv in einzelnen Nachhaltigkeitsinitiativen mitarbeiten.



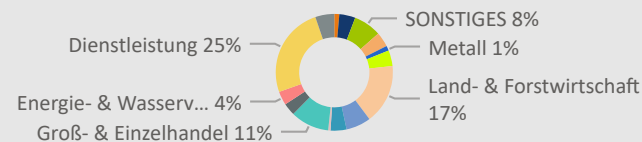
Wir möchten gern an der Entwicklung von Produkten mitarbeiten, die unserem Unternehmen helfen, nachhaltiger zu wirtschaften.

Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

Umsatz



Branche



Aktuelle Wichtigkeit Nachhaltigkeit



## KundInnen und Mitglieder für eine nachhaltige Zukunft mobilisieren!

Inspirieren



Informieren



Aktivieren



Befähigen



Zukunftsgestalter ist ein Produkt von GENOVISION, einer unternehmensübergreifenden Initiative von engagierten Experten im Einsatz für Nachhaltigkeit bei Genossenschaftsbanken.

[www.genovision.de](http://www.genovision.de)

Ihr fachlicher Ansprechpartner und Verantwortlicher für den Datenschutz:

**Holger Junghanns**

inspired.green GmbH - Mitglied von GENOVISION

Bürgerstraße 52

60437 Frankfurt

Tel. +49 151 125 73 673

E-Mail: [holger@inspired.green](mailto:holger@inspired.green)

[www.inspired.green](http://www.inspired.green)