

Zukunftsgestalter

ist ein Produkt von

GENOVISION

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

Stakeholderanalyse

KundInnen & Mitglieder



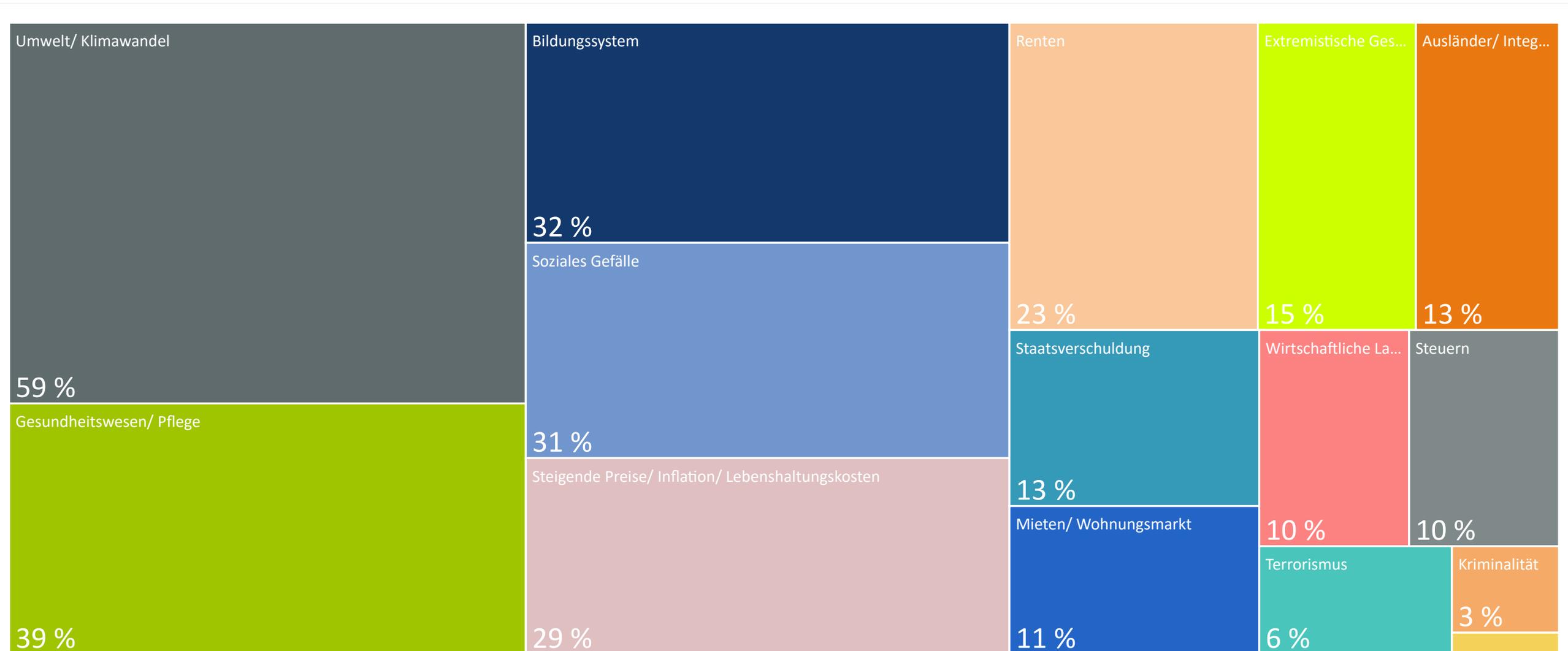
Teil 1: Nachhaltigkeit im Alltag

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit im Alltag unserer KundInnen und Mitglieder?
Wo und wie müssen wir sie „abholen“? Welches Framing/ welche Sprache sollten wir nutzen? Auf welche Themenschwerpunkte sollten wir besonders setzen?



Was sind aus Sicht unserer KundInnen/ Mitglieder die drei wichtigsten Herausforderungen, denen sich unser Land gegenüber sieht?

3 der 15 Themen konnten ausgewählt werden.

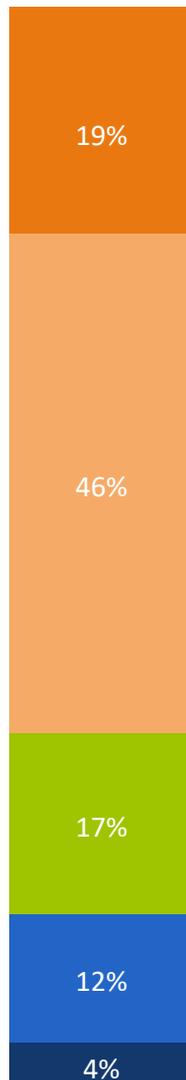




Wie blicken unsere KundInnen und Mitglieder auf den Klimawandel?

Klimaschutz als Konjunkturprogramm

Zweifellos ist der Klimaschutz eine große Chance zur Modernisierung unserer Volkswirtschaft. Man könnte sogar sagen, das Ziel der Treibhausneutralität ist ein groß angelegtes Konjunkturprogramm, das neue Branchen entstehen lässt und auch viele Arbeitsplätze sichern und schaffen wird.



- 1) Stimme ganz und gar nicht zu
- 2) Stimme nicht zu
- 3) Neutral
- 4) Stimme zu
- 5) Stimme voll und ganz zu
- keine Angabe

Klimawandel ist nicht menschengemacht



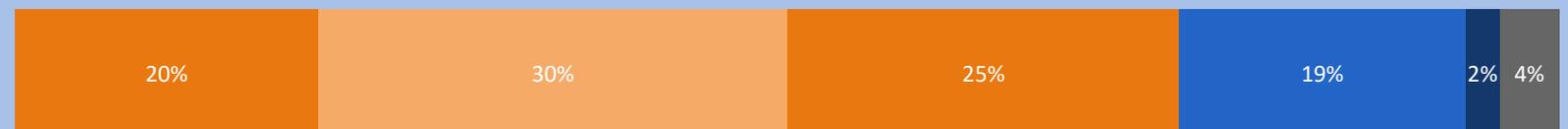
Der Klimawandel ist ein natürlicher Prozess und eher nicht durch den Menschen verursacht. Der menschliche Einfluss und CO₂-Ausstoß ist viel zu gering, um Einfluss auf das Klima zu nehmen.

Andere sollten sich zuerst bewegen



Die Emissionen, die in Deutschland entstehen, sind global betrachtet so gering, dass es eigentlich keinen Unterschied macht, ob wir CO₂ reduzieren oder nicht. Andere Länder wie China oder die USA stoßen deutlich mehr Treibhausgase aus und müssten daher auch als erste etwas tun.

Verlust an hundertausenden Arbeitsplätzen

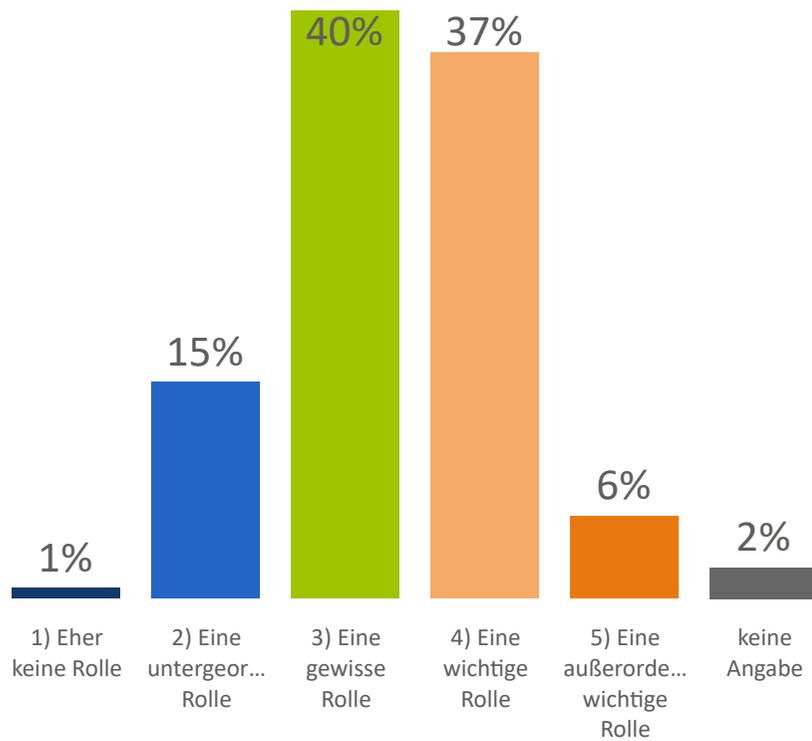


Viele Unternehmen werden durch immer ambitioniertere Klimaziele gefordert. Die geplante Transformation wird am Ende zu einem Verlust von hunderttausenden Arbeitsplätzen in Deutschland führen.

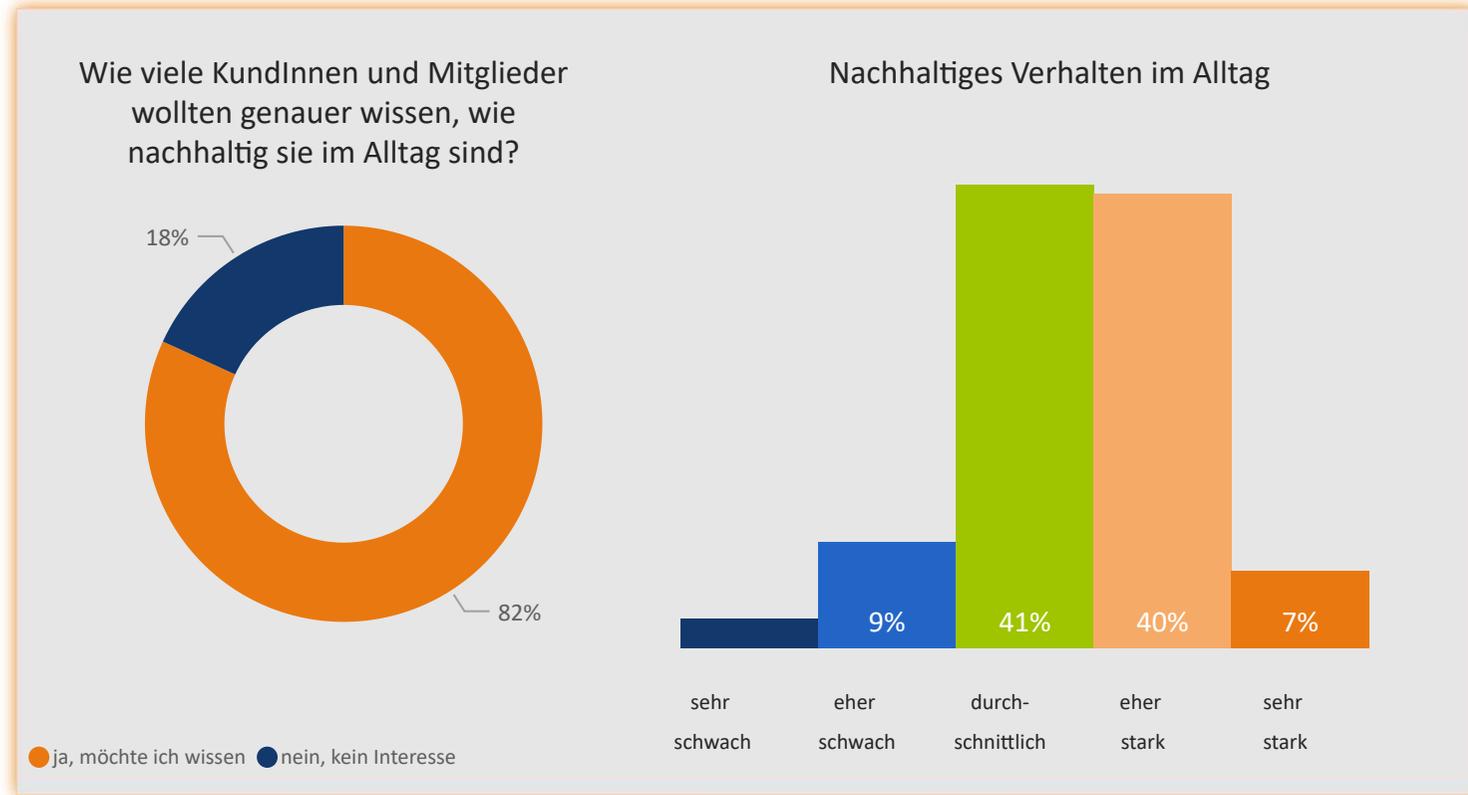
- 1) Stimme ganz und gar nicht zu
- 2) Stimme nicht zu
- 3) Neutral
- 4) Stimme zu
- 5) Stimme voll und ganz zu
- keine Angabe

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit aktuell bei unseren KundInnen und Mitgliedern im Privaten?

Stellenwert von Nachhaltigkeit im Privaten (angegeben)



Stellenwert von Nachhaltigkeit im Privaten (gemessen)



Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

Geschlecht

Weiblich / Männlich

Alter

1) Jünger als 30 Jahre
2) 30 bis 49 Jahre
3) 50 bis 67 Jahre
4) 68 Jahre und älter

HH-Einkommen

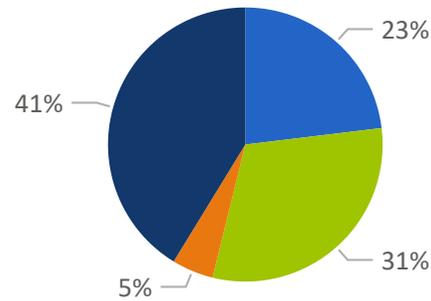
Möchte ich nicht angeben/Weiblich
3) 1.000 bis unter 2.500 Euro
4) 2.500 bis unter 5.000 EUR
5) 5.000 EUR und mehr

Nachhaltigkeit im Alltag

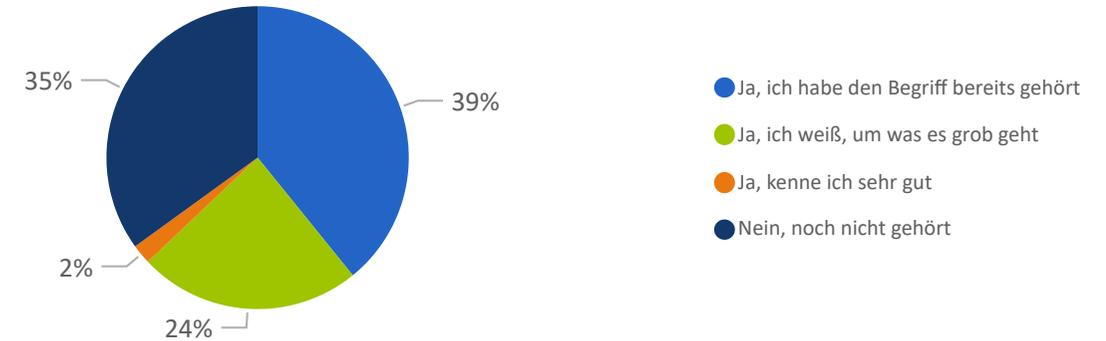
2) Eine untergeordnete Rolle
3) Eine gewisse Rolle
4) Eine wichtige Rolle



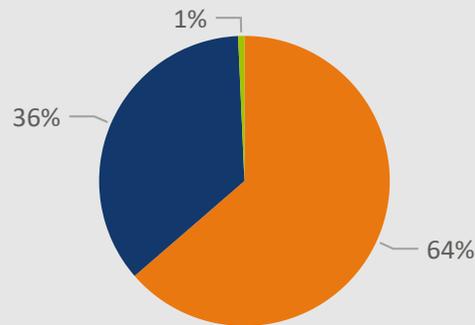
Inwieweit sind unseren KundInnen und Mitgliedern die 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (SDGs) bekannt?



Haben unsere KundInnen und Mitglieder schon einmal vom EU-Green-Deal gehört?



Wissen unsere KundInnen und Mitglieder bis wann Deutschland Klimaneutralität anstrebt?



● Ja ● Nein ● (Leer)

Wenn ja, wann (je größer die Jahreszahl, desto häufiger die Nennung)?



Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

Geschlecht



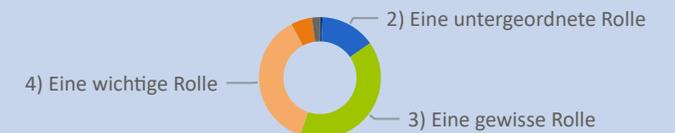
Alter



HH-Einkommen



Nachhaltigkeit im Alltag

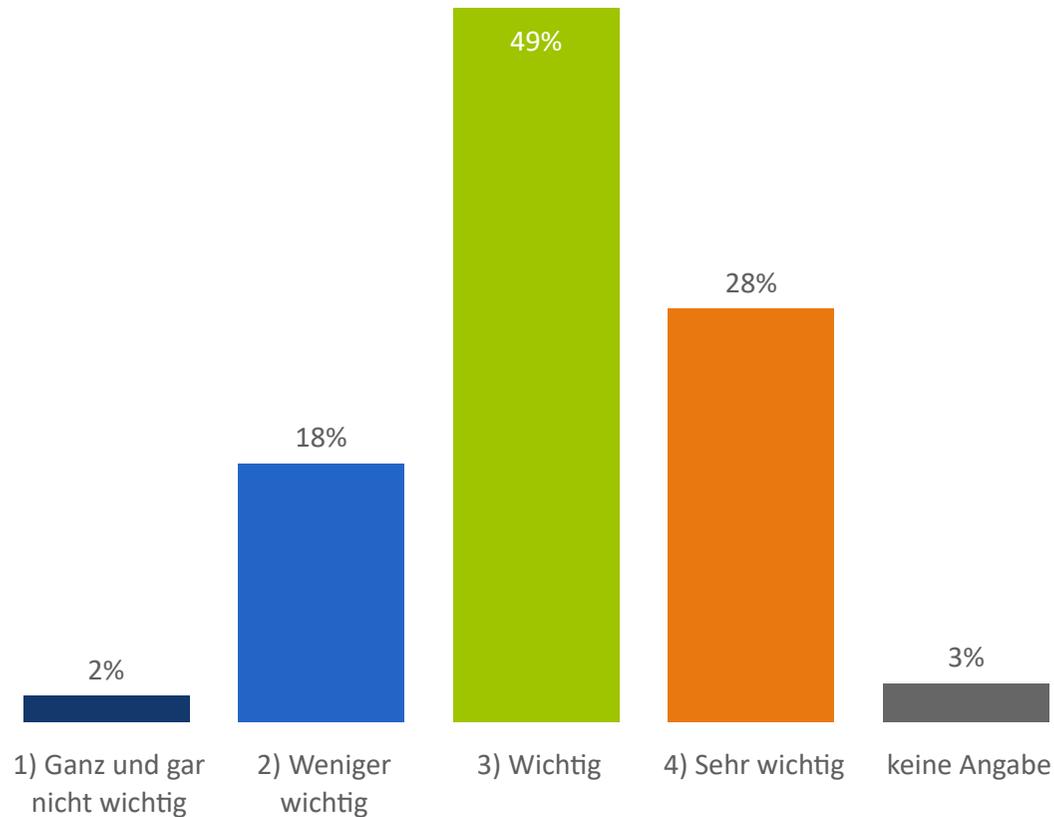


Teil 2: Erwartung an unsere Bank

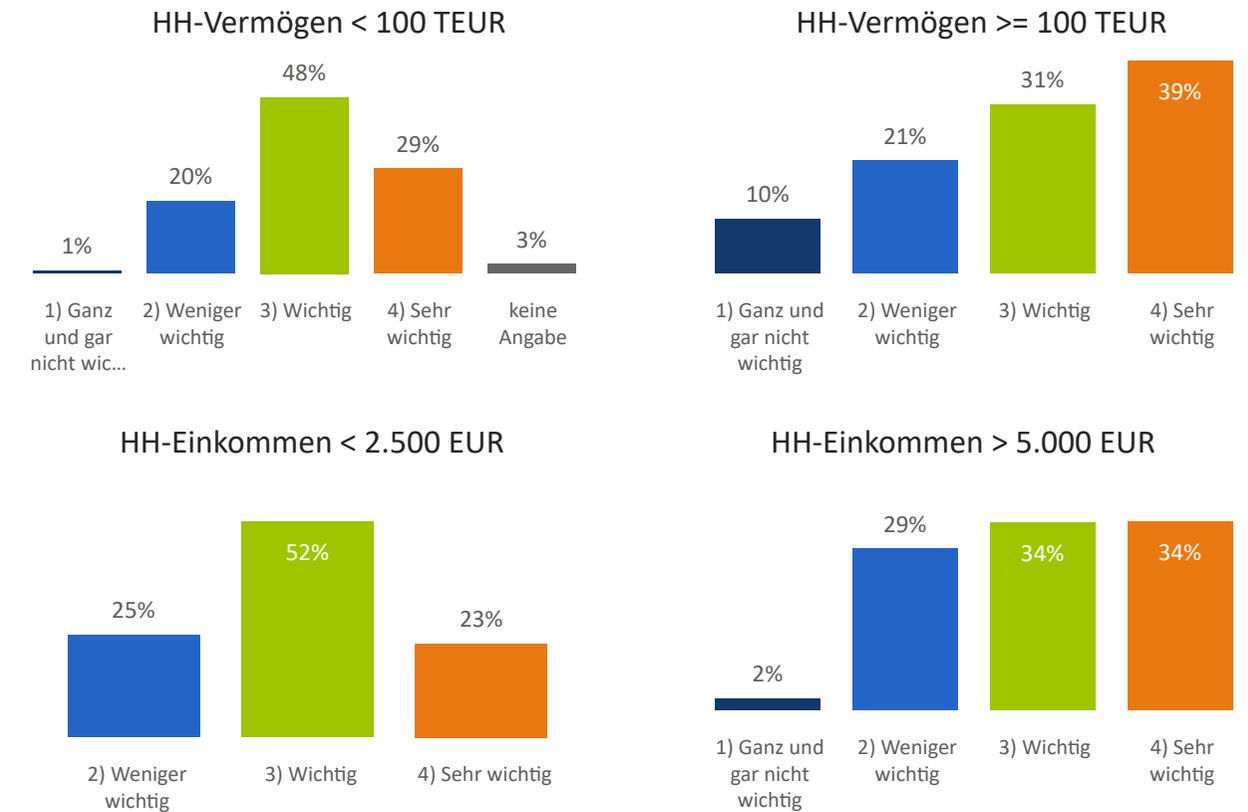
Was erwarten unsere KundInnen und Mitglieder von unserer Bank im Hinblick auf Nachhaltigkeit?



Wie wichtig ist unseren KundInnen und Mitgliedern, dass wir als Bank ökologisch und sozial nachhaltig wirtschaften?



Wichtigkeit nach Haushaltsvermögen und -einkommen



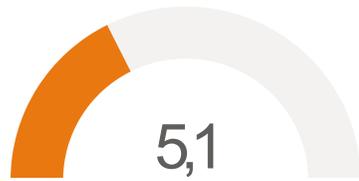
Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme



Wie wichtig sind unseren KundInnen und Mitgliedern die folgenden Einzelaspekte im Hinblick auf Nachhaltigkeit in unserer Bank?

Ausgefüllter Halbkreis/ Zahl unter dem Halbkreis: Wichtigkeit des Aspekts (1: niedrig bis 7: hoch)

Klare öffentliche Positionierung



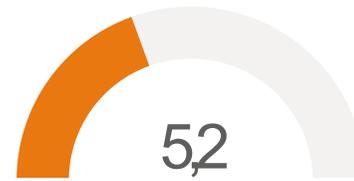
Die Bank hat sich öffentlich zur Unterstützung einer sozialen, umwelt- und klimaverträglichen Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft in der Region bekannt.

Nachhaltige Spar- und Anlageprodukte



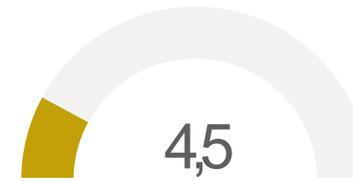
Die Bank bietet mir ein umfassendes Angebot an nachhaltigen Spar- & Anlageprodukten, mit denen ich eine Rendite erzielen und gleichzeitig etwas Positives z.B. für Umwelt und Klimaschutz beitragen kann.

Finanzierungen nh. Investitionen



Die Bank unterstützt mich mit konkreten Empfehlungen sowie gezielten Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten z.B. wie ich energieeffizienter und nachhaltiger bauen/wohnen kann.

Nachhaltigkeits-Tipps



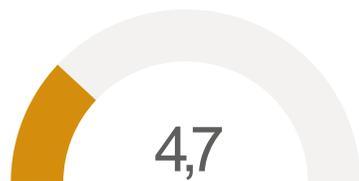
Die Bank gibt mir über Finanzthemen hinaus konkrete Tipps, z.B. zur Verbesserung meines CO2-Fußabdrucks auf Basis meines Kaufverhaltens oder durch Empfehlung regionaler Unternehmen/ Händler/ Handwerker, die besonders nachhaltig wirtschaften.

Finanzierung nh. Geschäftsmodelle in der Region



Die Bank geht mit regionalen Unternehmen aktiv in den Dialog, um deren Geschäftsmodelle auf eine klimaneutrale und nachhaltige Zukunft auszurichten und unterstützt mit gezielten Finanzierungen.

Ausschlüsse und Entzug von Finanzmitteln



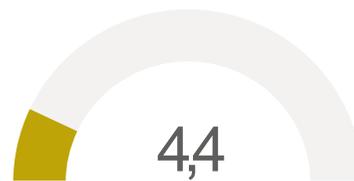
Die Bank investiert nicht in Unternehmen bzw. entzieht Unternehmen gezielt Finanzmittel, die als nicht nachhaltig eingestuft werden und sich auch nicht verändern wollen.

Nachhaltiger Bankbetrieb



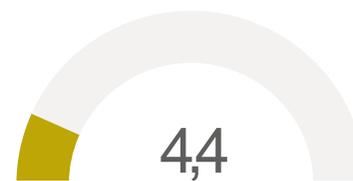
Die Bank arbeitet selbst klimaneutral und hat darüber hinaus hohe Nachhaltigkeitsstandards z.B. im Hinblick auf ihre Unternehmensführung, Gebäude und Abläufe umgesetzt.

Nachhaltigkeitssiegel



Die Bank verfügt über unabhängige Nachhaltigkeitsiegel und Zertifizierungen für ihre Produkte und die eigenen Bankabläufe.

Berichterstattung



Die Bank berichtet mir kontinuierlich über die Auswirkungen ihrer gesamten Geschäftstätigkeit auf Umwelt, Wirtschaft und soziale Aspekte (z.B. welche Unternehmen und Projekte sie finanziert hat und welche Wirkung damit erzielt wurde).

Engagement in der Region



Auch über das klassische Bankgeschäft hinaus engagiert sich die Bank aktiv in ökologischen und sozialen Projekten, um die Region fit für die Zukunft zu machen.

Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

Wichtigkeit, dass die Bank ökologisch und sozial nachhaltig wirtschaftet



Geschlecht



Alter



HH-Einkommen

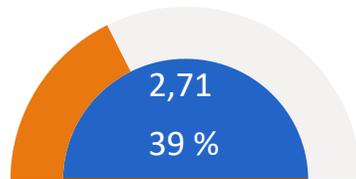


Wie beurteilen uns aktuell unsere KundInnen und Mitglieder im Hinblick auf die folgenden Nachhaltigkeitsaspekte?

Ausgefüllter Halbkreis: Wichtigkeit des Aspekts

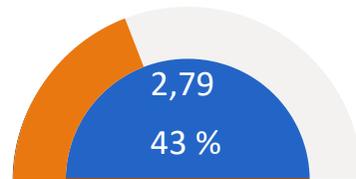
Unter dem Halbkreis: Durchschnittsnote (1 bis 6) sowie Anteil der Befragten, die keine Bewertung abgegeben haben (in %)

Klare öffentliche Positionierung



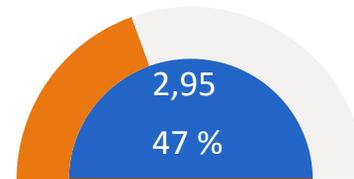
Die Bank hat sich öffentlich zur Unterstützung einer sozialen, umwelt- und klimaverträglichen Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft in der Region bekannt.

Nachhaltige Spar- und Anlageprodukte



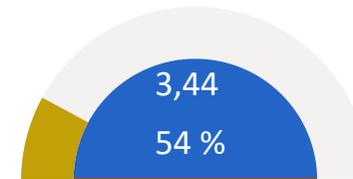
Die Bank bietet mir ein umfassendes Angebot an nachhaltigen Spar- & Anlageprodukten, mit denen ich eine Rendite erzielen und gleichzeitig etwas Positives z.B. für Umwelt und Klimaschutz beitragen kann.

Finanzierungen nh. Investitionen



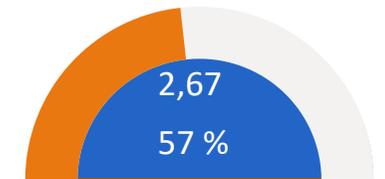
Die Bank unterstützt mich mit konkreten Empfehlungen sowie gezielten Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten z.B. wie ich energieeffizienter und nachhaltiger bauen/wohnen kann.

Nachhaltigkeits-Tipps



Die Bank gibt mir über Finanzthemen hinaus konkrete Tipps, z.B. zur Verbesserung meines CO2-Fußabdrucks auf Basis meines Kaufverhaltens oder durch Empfehlung regionaler Unternehmen/ Händler/ Handwerker, die besonders nachhaltig wirtschaften.

Finanzierung nh. Geschäftsmodelle in der Region



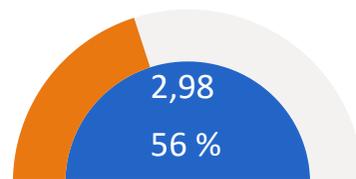
Die Bank geht mit regionalen Unternehmen aktiv in den Dialog, um deren Geschäftsmodelle auf eine klimaneutrale und nachhaltige Zukunft auszurichten und unterstützt mit gezielten Finanzierungen.

Ausschlüsse und Entzug von Finanzmitteln



Die Bank investiert nicht in Unternehmen bzw. entzieht Unternehmen gezielt Finanzmittel, die als nicht nachhaltig eingestuft werden und sich auch nicht verändern wollen.

Nachhaltiger Bankbetrieb



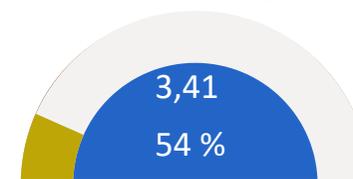
Die Bank arbeitet selbst klimaneutral und hat darüber hinaus hohe Nachhaltigkeitsstandards z.B. im Hinblick auf ihre Unternehmensführung, Gebäude und Abläufe umgesetzt.

Nachhaltigkeitssiegel



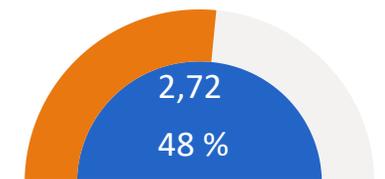
Die Bank verfügt über unabhängige Nachhaltigkeitssiegel und Zertifizierungen für ihre Produkte und die eigenen Bankabläufe.

Berichterstattung



Die Bank berichtet mir kontinuierlich über die Auswirkungen ihrer gesamten Geschäftstätigkeit auf Umwelt, Wirtschaft und soziale Aspekte (z.B. welche Unternehmen und Projekte sie finanziert hat und welche Wirkung damit erzielt wurde).

Engagement in der Region



Auch über das klassische Bankgeschäft hinaus engagiert sich die Bank aktiv in ökologischen und sozialen Projekten, um die Region fit für die Zukunft zu machen.

Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

Wichtigkeit, dass die Bank ökologisch und sozial nachhaltig wirtschaftet



Geschlecht



Alter

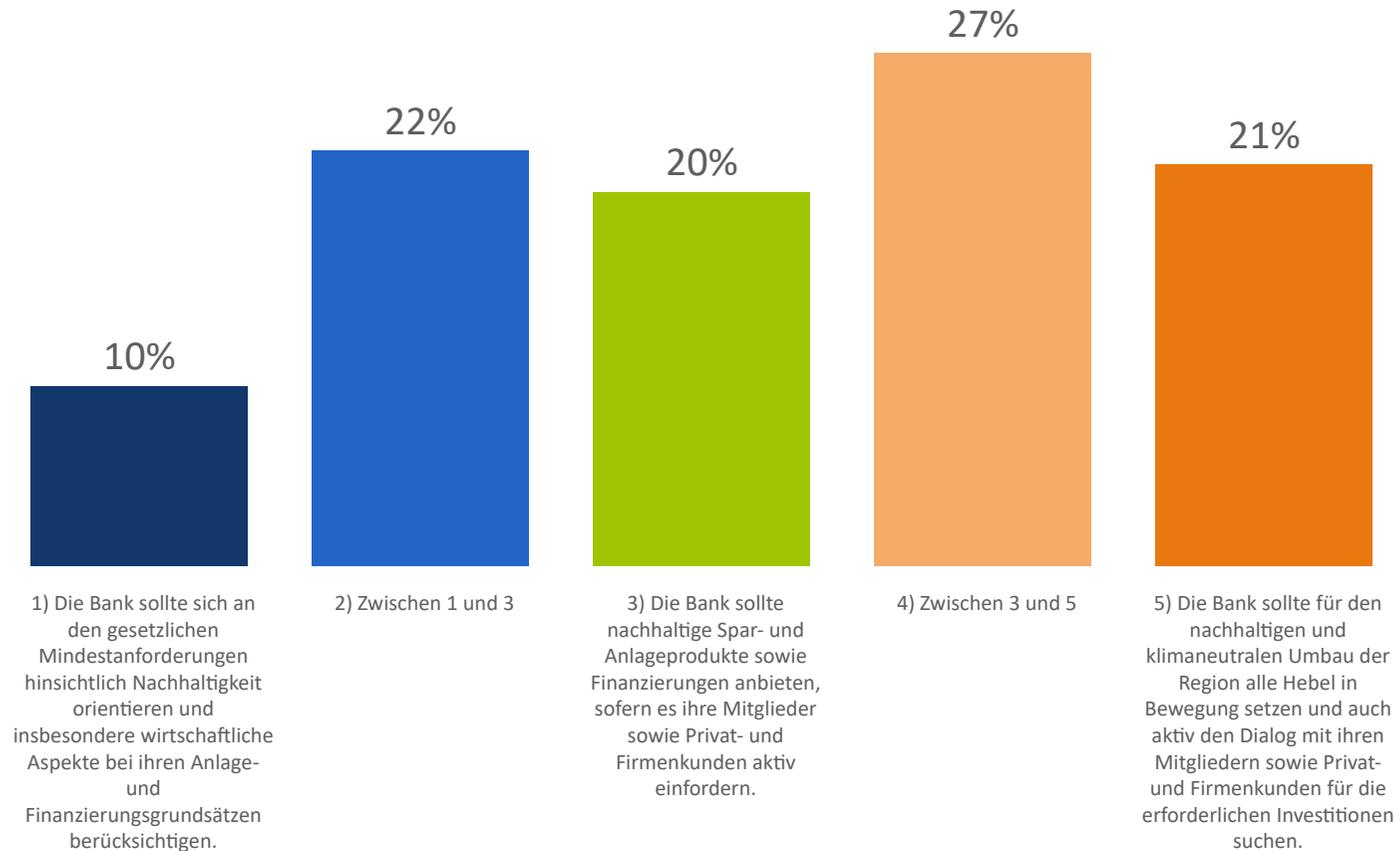


HH-Einkommen

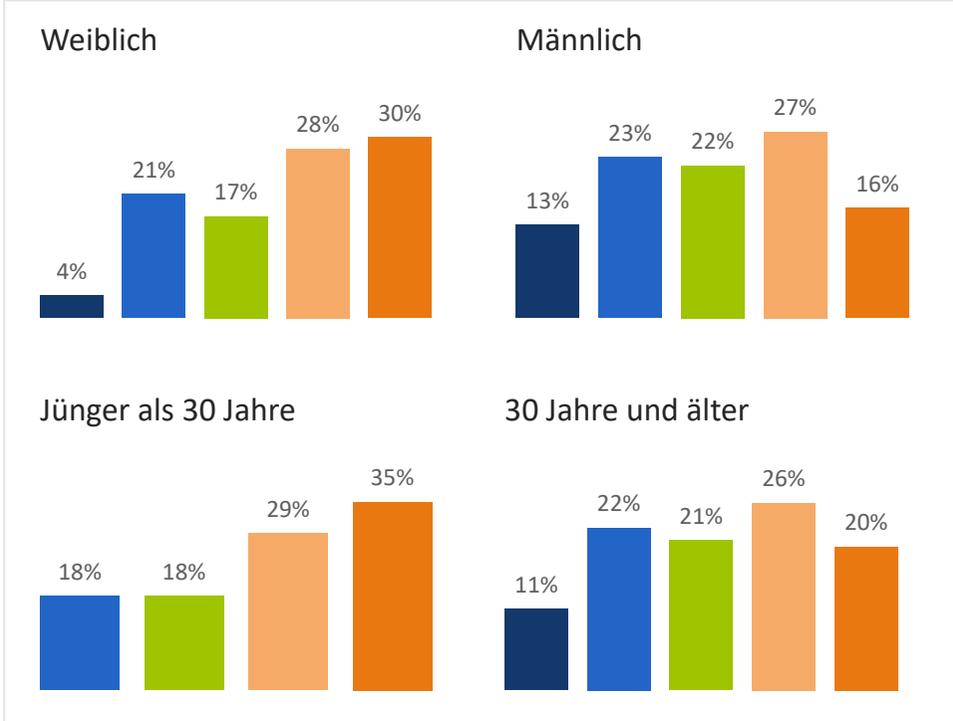




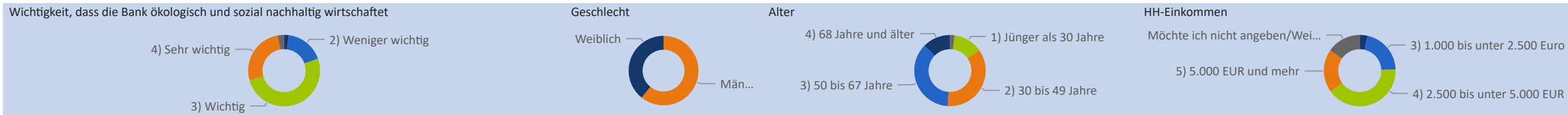
Welches Ambitionsniveau sollte die Bank hinsichtlich Nachhaltigkeit zukünftig aus Sicht unserer KundInnen und Mitglieder einnehmen?



Ambitionsniveau nach ausgewählten Segmenten



Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme



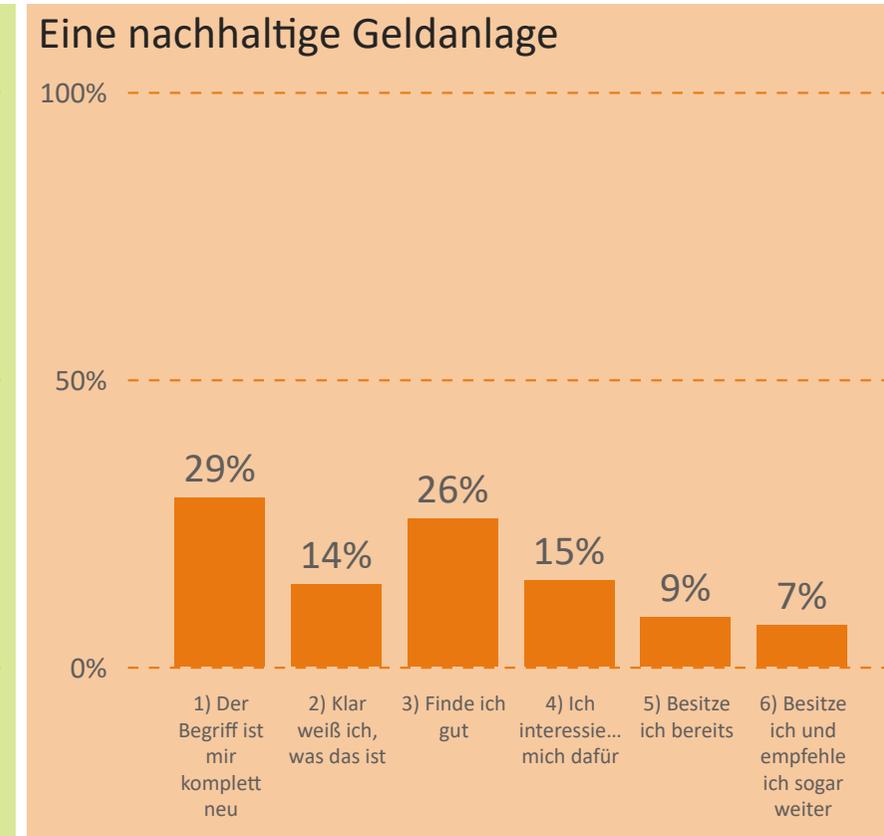
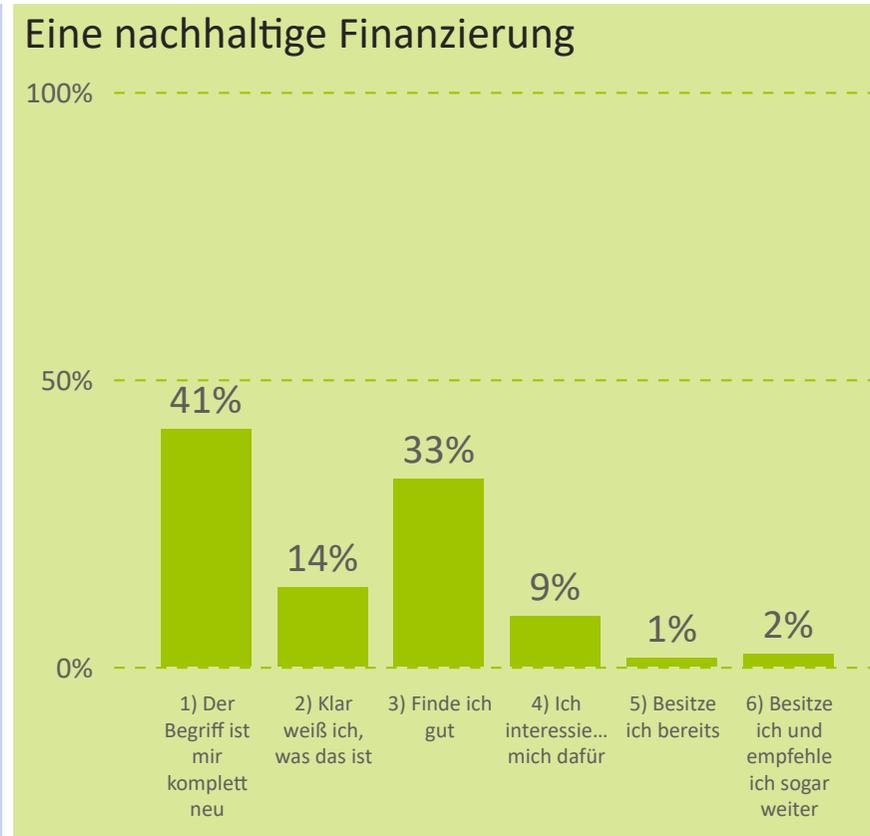
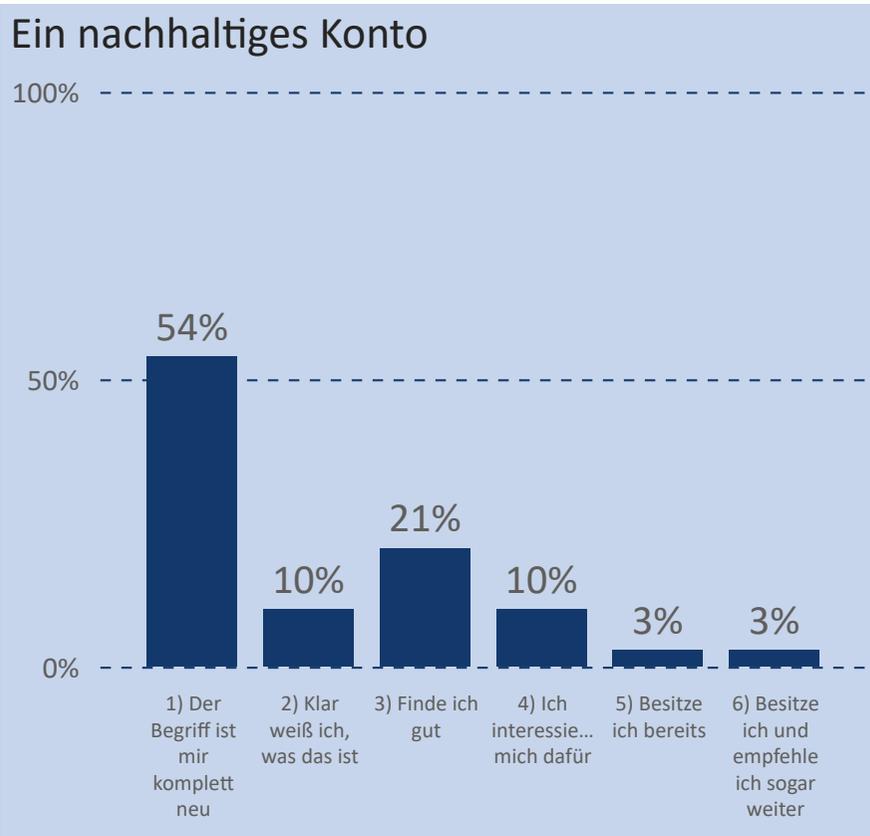
Teil 3: Nachhaltige Finanzprodukte

Welche Erfahrungen haben unsere KundInnen und Mitglieder bereits mit nachhaltigen Finanzprodukten gemacht. Welche Erwartungen haben sie?





Vertriebstrichter: Kennen, interessieren oder besitzen unsere KundInnen und Mitglieder bereits die folgenden Finanzprodukte?



Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

Wichtigkeit, dass die Bank ökologisch und sozial nachhaltig wirtschaftet



Geschlecht



Alter

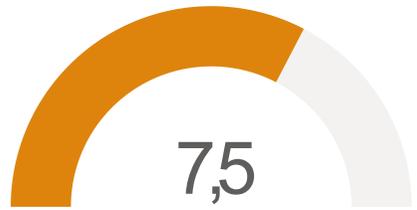


HH-Einkommen



Nachhaltige Finanzprodukte (2/3)

Nachhaltiges Konto: Was ist unseren KundInnen und Mitgliedern bei einem nachhaltigen Konto wichtig? Was würden sie dafür zahlen?



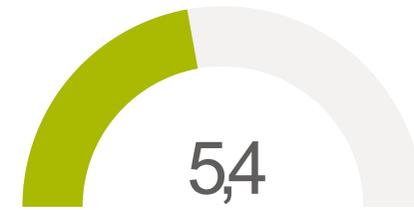
Geld-/Kreditkarten sind aus nachhaltigen Materialien



Mit meiner Einlage werden ausschließlich nachhaltige Branchen, Unternehmen oder Projekte in der Region finanziert. Ich erhalte darüber einen Überblick



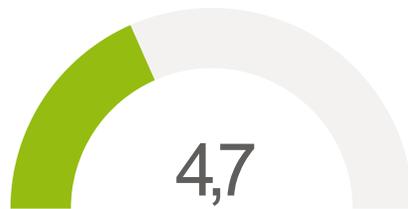
Das Konto wird digital, papierlos und klimafreundlich betrieben



Auf Basis meiner Kontoumsätze wird mein aktueller CO2-Fußabdruck angezeigt und ich erhalte konkrete Nachhaltigkeitstipps



Mein CO2-Fußabdruck im Alltag wird vollständig über das Konto kompensiert

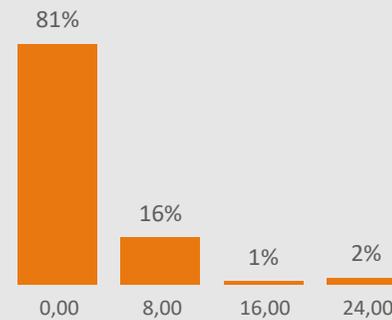


Jedes Mal, wenn ich mit meiner Karte bezahle, werden krumme Beträge automatisch aufgerundet. Die Differenz wird auf Wunsch nachhaltig angelegt oder wird für einen guten Zweck gespendet



Mit jedem über die Kreditkarte gezahlte Euro unterstützt die Bank ein nachhaltiges Projekt in der Region

Preisbereitschaft, für ein solches Konto (€/Monat)



Weitere Funktionalitäten?

- Wenn es dann nachhaltig ist würde ich gerne weniger bezahlen als für ein nicht nachhaltiges Konto
- Mit entscheiden, welche Projekte gesponsert werden.
- Kein Hausbankmodell mit Punkte sammeln, um weniger Gebühren zu zahlen.
- Grundsätzlich halte ich den CO2 Fußabdruck nicht ausreichend. Die aktuelle Situation erfordert negative Emissionen, Daher ist der CO2 Fußabdruck eine Maßnahme von gestern. Vielmehr geht es darum die Energieverbräuche zu minimieren.
- Einfache Menüführung
- Ein nachhaltiges Konto halte ich für eine Bevormundung die nicht gut ankommt. Wichtiger ist, dass die Leute nicht über Nachhaltigkeit reden, sondern im Alltag "möglichst" nachhaltig leben. Das geht an einigen Stellen nicht immer, aber an vielen Stellen besser als man denkt. Das eine Bank das Thema Nachhaltigkeit anspricht und entsprechende Produkte anbietet, finde ich aber gut. Aber, dass Unternehmen nachhaltig produzieren ist Aufgabe der Politik und dass das entsprechend kontrolliert wird, davon gehe ich als Investor aus.
- Ein Kredit mtl. Rate längere Laufzeit.

Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

Wichtigkeit, dass die Bank ökologisch und sozial nachhaltig wirtschaftet



Geschlecht



Alter



HH-Einkommen

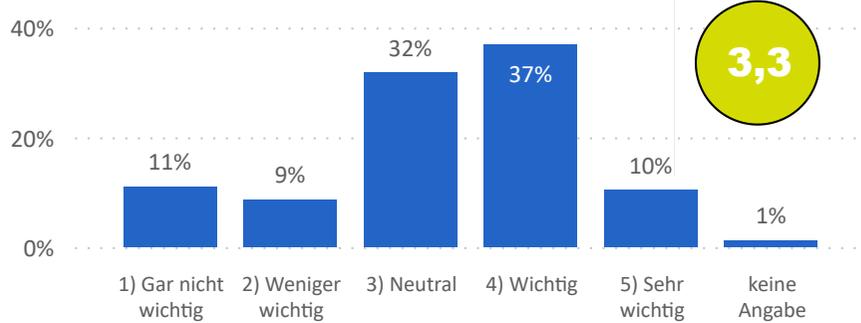




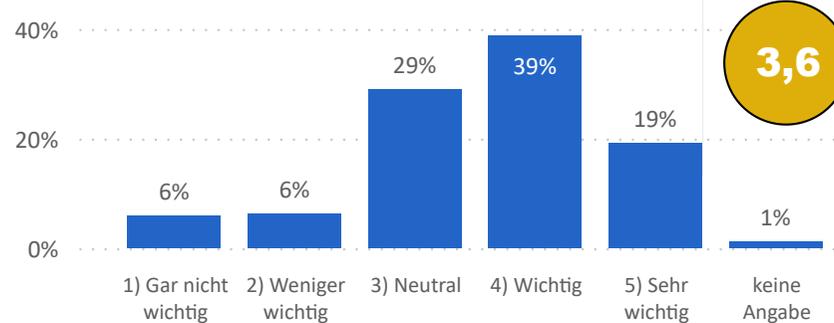
Nachhaltige Geldanlage: Was ist unseren KundInnen und Mitgliedern bei einer nachhaltigen Geldlage wichtig?

Zahl im Kreis (Min=1, Max=5): Fasst die Wichtigkeiten in einer Zahl zusammen (Mittelwert von 1=Gar nicht wichtig bis 5=Sehr wichtig)

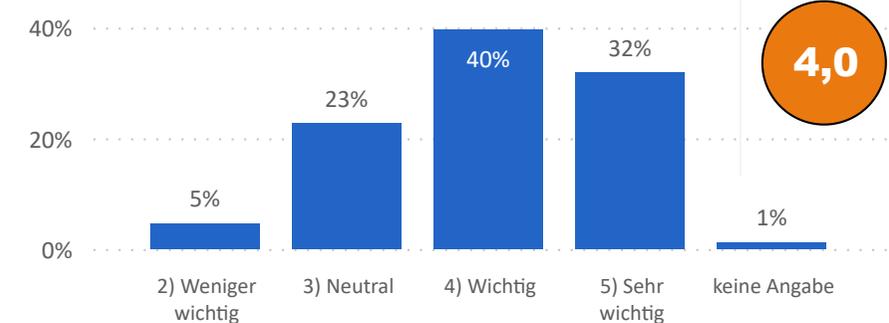
Die Bank über die ich investiere, ist eine nachhaltige Bank



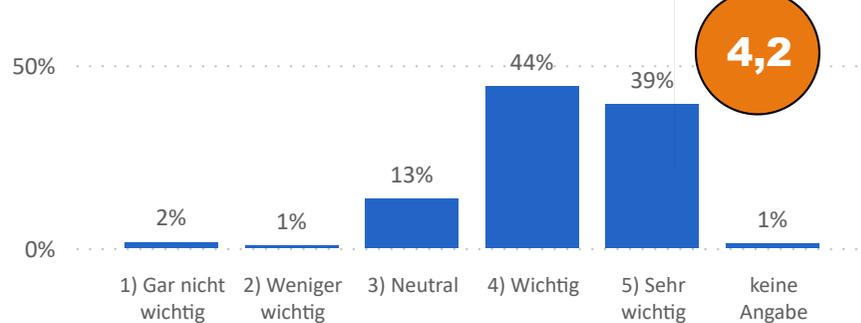
Positiver Einfluss des investierten Geldes auf Ökologie und Soziales



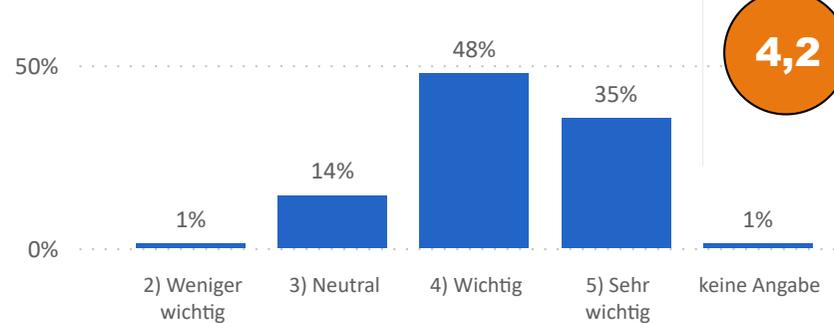
Geringes Risiko



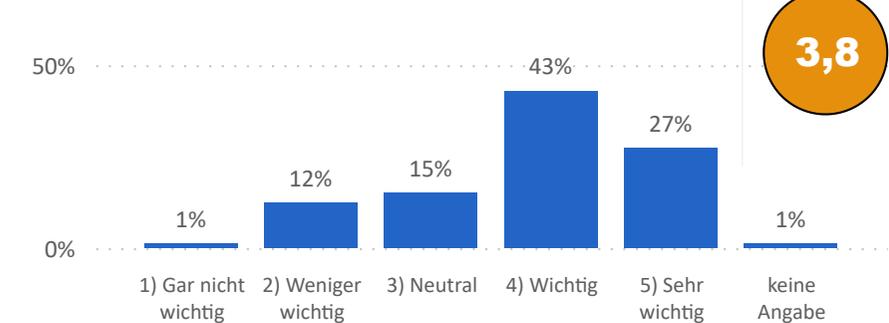
Niedrige Gebühren/Kosten



Gute Renditeaussichten



Jederzeit das Geld abrufen können



Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

Wichtigkeit, dass die Bank ökologisch und sozial nachhaltig wirtschaftet



Geschlecht



Alter



HH-Einkommen

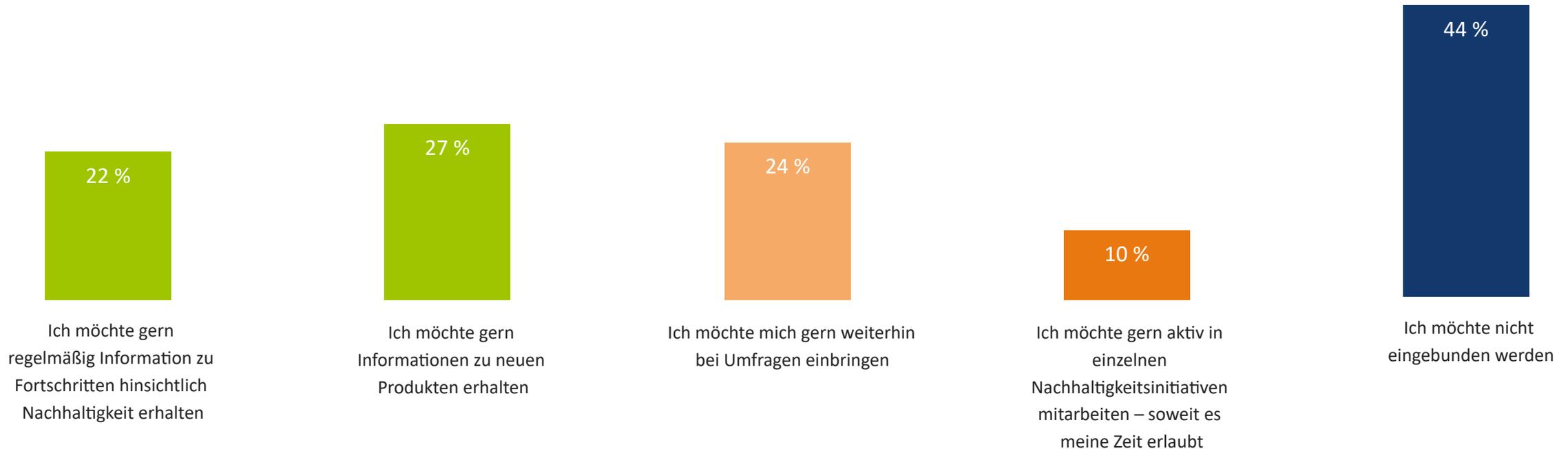


Teil 4: Mitwirkung

Wie möchten unsere KundInnen und Mitglieder in die nachhaltige Ausrichtung unserer Bank einbezogen werden?

Inwieweit möchten unsere KundInnen und Mitglieder in unsere Nachhaltigkeitsinitiativen eingebunden werden?

(Mehrfachantworten sind möglich)



Zum Filtern klicken Sie auf die Kreisdiagramme

Wichtigkeit, dass die Bank ökologisch und sozial nachhaltig wirtschaftet



Geschlecht



Alter



HH-Einkommen



KundInnen und Mitglieder für eine nachhaltige Zukunft mobilisieren!

Inspirieren



Informieren



Befähigen



Aktivieren



Zukunftsgestalter ist ein Produkt von GENOVISION, einer unternehmensübergreifende Initiative von engagierten Experten im Einsatz für Nachhaltigkeit bei Genossenschaftsbanken.
www.genovision.de

Ihr Ansprechpartner und Verantwortliche für den Datenschutz:
Holger Junghanns
inspired.green GmbH
Bürgerstraße 52
60437 Frankfurt
Tel. +49 151 125 73 4673
E-Mail: holger@inspired.green
www.inspired.green