

21. März 2023

Zwischen Ambition und Transformation: was Green Finance leisten muss

Thomas Lemper
CFO, ista SE

Jacqueline Preußer
Leiterin, F.A.Z. Business Media | research

Christoph Trautner
Leiter Business Development & Digitalisierung,
Landesbank Baden-Württemberg



Nachhaltigkeit und Green Finance 2023

Zwischen Ambition und Transformation:
Was Green Finance leisten muss

Studiendesign

Methode: Online-Befragung

Feldphase: November/Dezember 2022

Region: DACH

Befragte: insgesamt 318

Unternehmensentscheider darunter
188 Geschäftsführer und andere CSR-
Unternehmensentscheider sowie
130 Finanzentscheider (CFOs, Treasurer)

Link zur Studienseite mit
Downloadmöglichkeit:

<https://www.finance-magazin.de/research/studien/green-finance-zwischen-ambition-und-transformation/>



Nachhaltigkeit und Green Finance
Zwischen Ambition und Transformation



Die Krisenlage verdrängt das Thema Nachhaltigkeit nicht von der Agenda

91%

95% 96% 95%

Nachhaltige
Unternehmensführung
ist (sehr) wichtig



91%

92% 88% 87%

Der Stellenwert von
Nachhaltigkeit wird sich
weiter (stark) erhöhen



52%

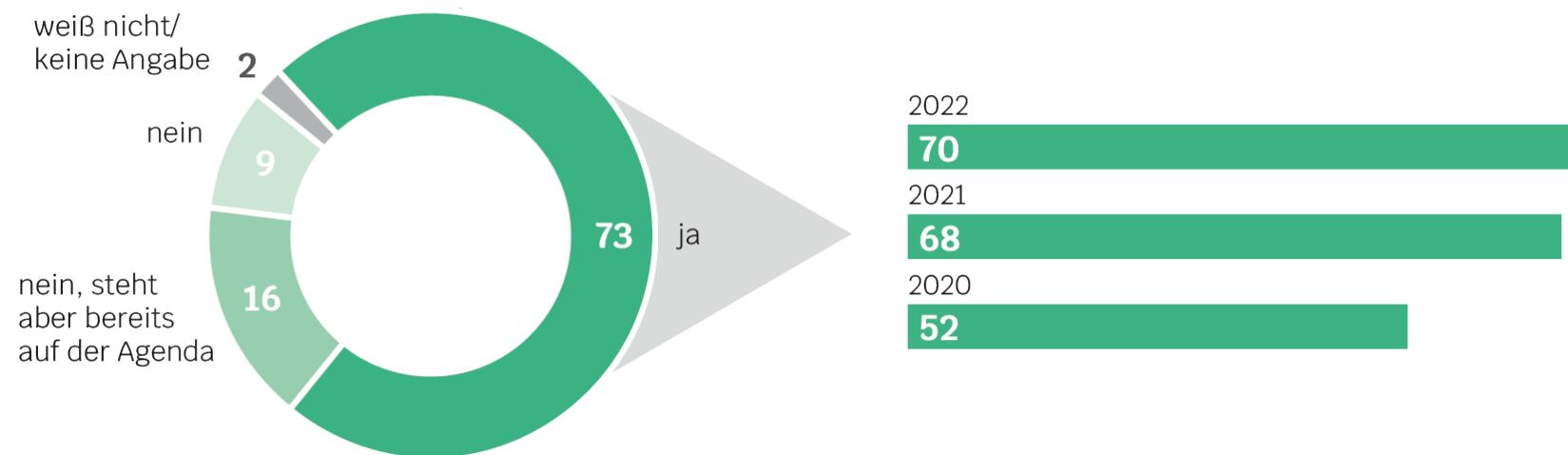
Die Energiekrise wird
den Umbau zu einer
nachhaltigen Wirtschaft
nicht zurückwerfen



Fast drei Viertel der befragten Finanzentscheider haben sich bereits mit dem Thema nachhaltige Finanzierungen auseinandergesetzt

Interesse an nachhaltigen Finanzierungsmöglichkeiten wächst weiter

„Haben Sie sich bereits mit dem Thema nachhaltige Finanzierungen auseinandergesetzt?“;
in Prozent der befragten Finanzentscheider; n = 130

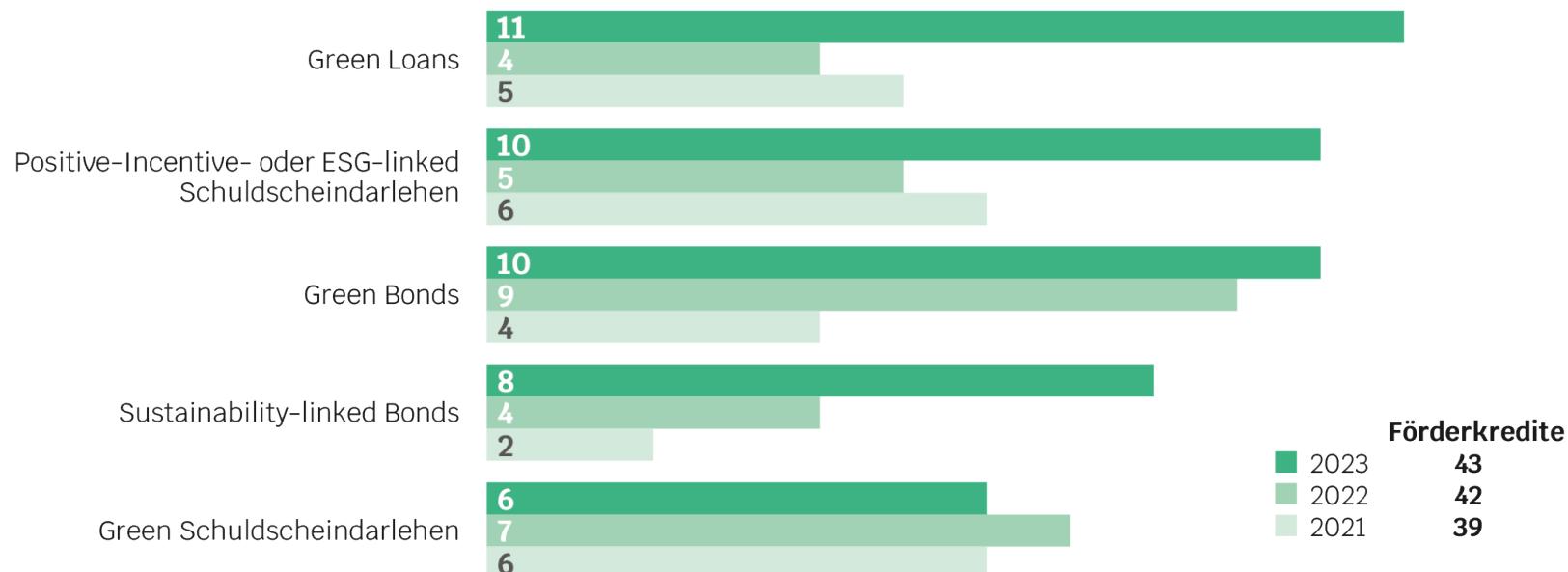


Quellen: LBBW, FINANCE/F.A.Z. Business Media | research

Grüne Finanzierungen entwachsen immer mehr ihrem Nischendasein

Breite Auswahl an nachhaltigen Finanzierungsinstrumenten

„Welche nachhaltigen Finanzierungsinstrumente hat Ihr Unternehmen schon genutzt?“¹⁾;
in Prozent der befragten Finanzentscheider; n = 121



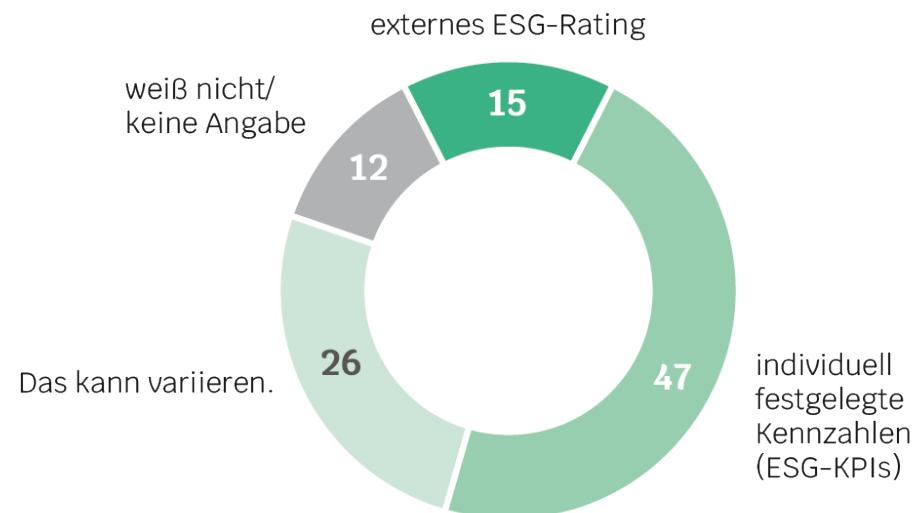
1) Mehrfachnennungen möglich; Darstellung ohne Antwortoptionen „Sustainable Supply Chain Finance (2023: 3%)“, „Social Bonds (2023: 3%)“, Sustainable Bonds (2023: 1%)“, „Sonstige“ und „weiß nicht/keine Angabe“

Quellen: LBBW, FINANCE/F.A.Z. Business Media | research

Nachhaltige Finanzierungsmodelle werden zunehmend an eigene KPIs geknüpft

Eigene KPIs bevorzugt

„Bei Positive-Incentive-/ESG-verknüpften Finanzierungen kann die Zinshöhe an verschiedene Größen gekoppelt werden. Was bevorzugen Sie in Ihrem Unternehmen?“; in Prozent der befragten Finanzentscheider, die Positive-Incentive- oder ESG-linked Finanzierungen bereits nutzen oder für die diese grundsätzlich denkbar sind; n = 62

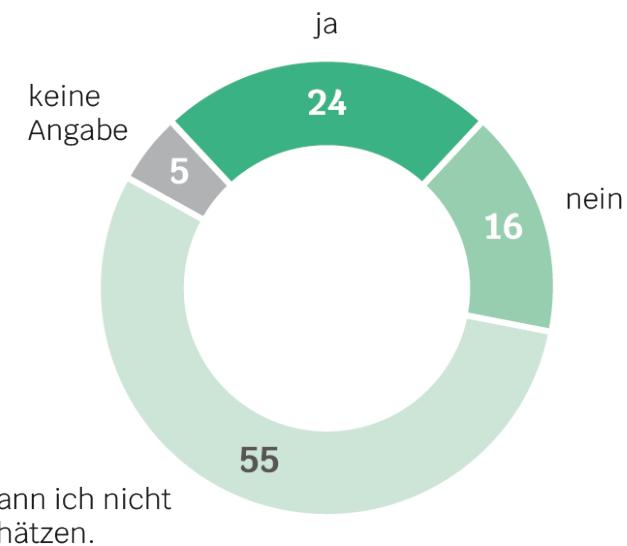


Quellen: LBBW, FINANCE/F.A.Z. Business Media | research

KPIs einzuschätzen fällt oft noch schwer

Unsicherheit über die Wirkung von KPIs

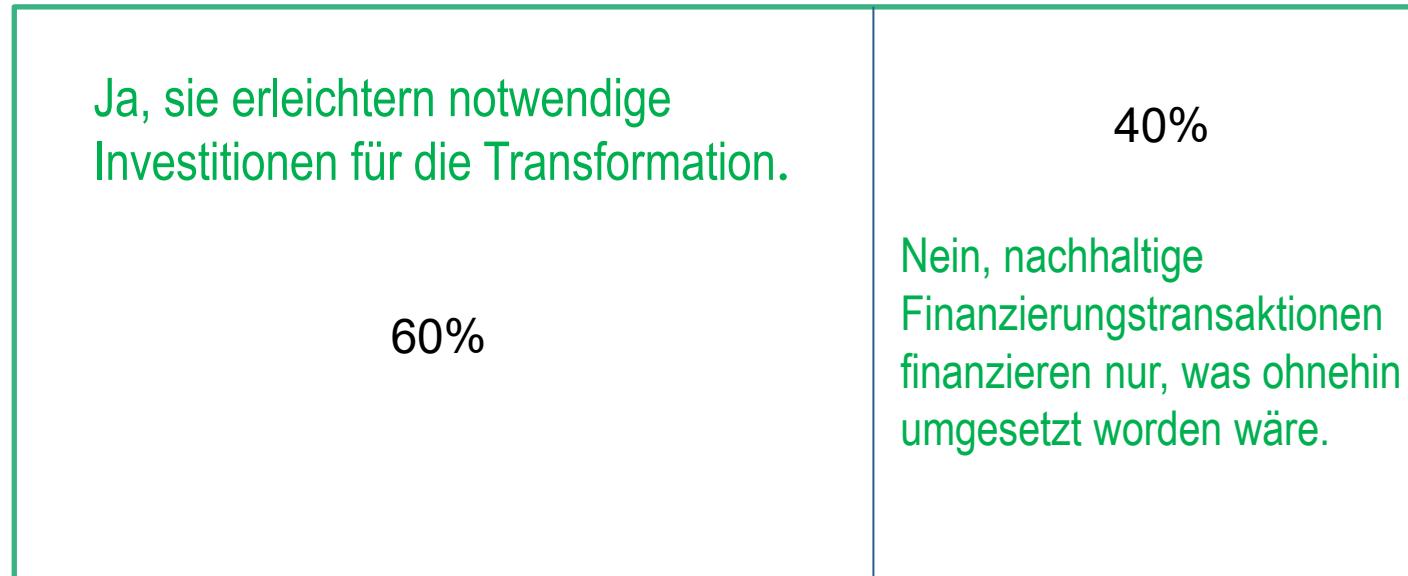
„Wie schätzen Sie KPI-verknüpfte Finanzierungen ein?
Sind die darin gesetzten Ziele Ihrer Einschätzung nach in der
Regel ambitioniert genug?“; in Prozent der befragten Finanz-
entscheider; n = 118



Quellen: LBBW, FINANCE/F.A.Z. Business Media | research

Helfen nachhaltige Finanzierungen dabei, die Transformation im eigenen Unternehmen voranzutreiben?

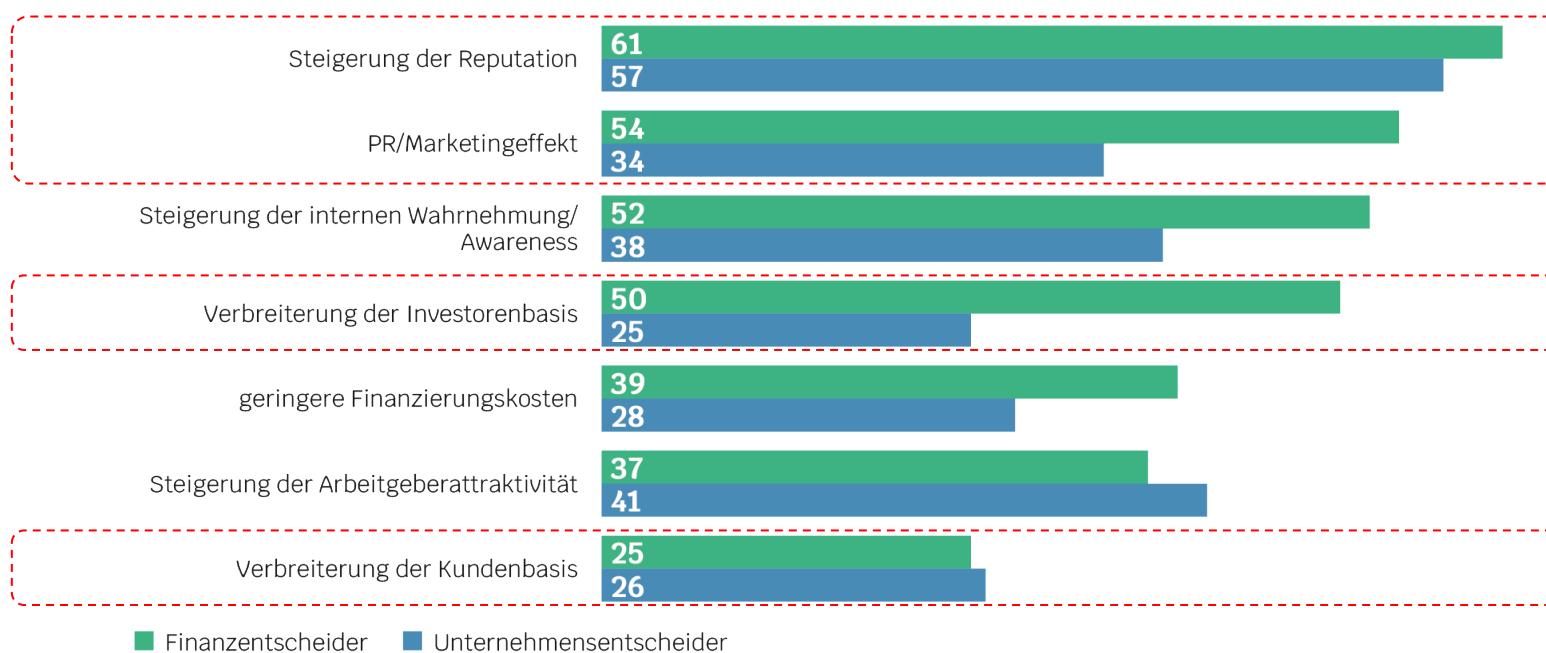
In % der befragten Finanzentscheider



Externe Faktoren treiben Nachhaltigkeit

Gesellschaftliche Erwartungen treiben Transformation voran

„Was ist aus Ihrer Sicht an nachhaltigen Finanzierungen besonders attraktiv, unabhängig davon, ob Sie diese bereits nutzen?“¹⁾; in Prozent der befragten Finanzentscheider (n = 114) und der befragten Unternehmensentscheider (n = 161)



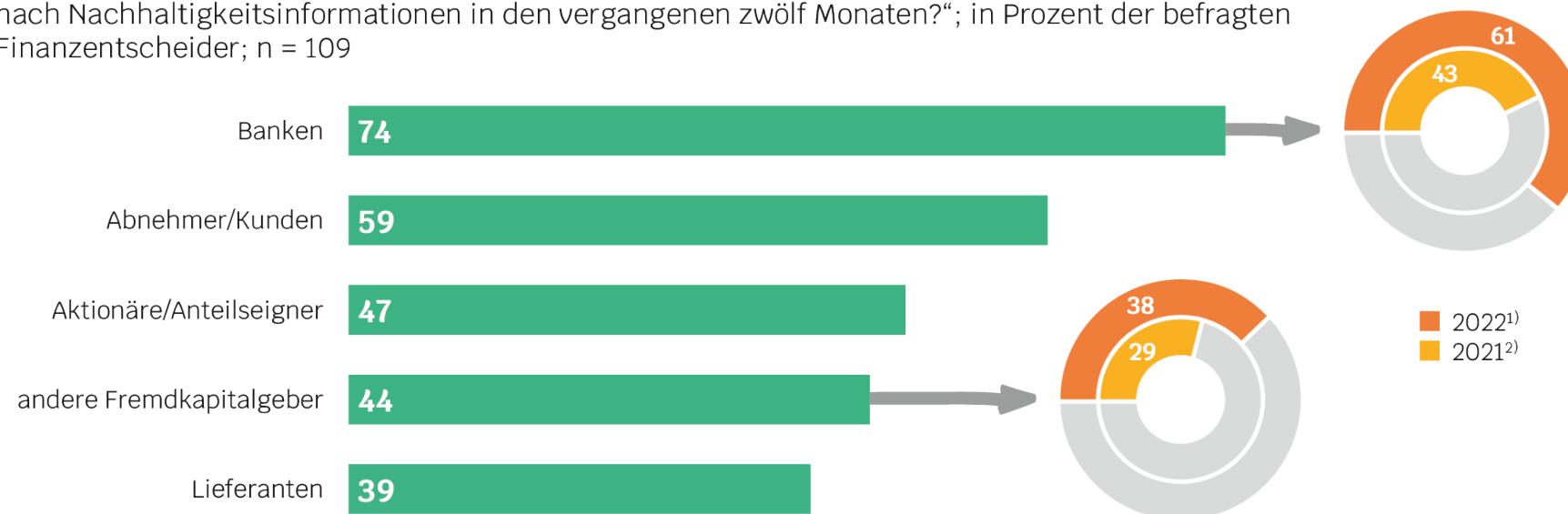
1) Mehrfachnennungen möglich; Darstellung ohne Antwortoptionen „Sonstiges“ (5%/4%) und „weiß nicht/keine Angabe“ (4%/12%)

Quellen: LBBW, FINANCE/F.A.Z. Business Media | research

Stakeholder fordern Nachhaltigkeit immer stärker ein und verstärken den Transformationsdruck

Informationsbedarf der Stakeholder wächst

Antwort „(stark) gestiegen“ auf die Frage: „Wie entwickelte sich das Bedürfnis Ihrer Stakeholder nach Nachhaltigkeitsinformationen in den vergangenen zwölf Monaten?“; in Prozent der befragten Finanzentscheider; n = 109



1) Befragung zur Studie „Nachhaltigkeit und Green Finance“ 2022; Befragungszeitraum: November und Dezember 2021

2) Befragung zur Studie „Nachhaltigkeit und Green Finance“ 2021; Befragungszeitraum: November und Dezember 2020; Einschätzungszeitraum: drei Jahre

Quellen: LBBW, FINANCE/F.A.Z. Business Media | research

Regulatorischer Druck steigt

CSRD – Corporate Sustainability Reporting Directive

Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz

NFRD – Non-Financial Reporting Directive

EU-Taxonomieverordnung

Unklare Definitionen und herausfordernde KPI-Gewinnung

»Die Taxonomie scheint noch recht breit zu sein, über 200 KPIs machen das Erfassen komplex. Es ist unklar, ob sich daraus ein Kondensat ableiten lässt, das vom Markt akzeptiert wird.«

Ein befragter Finanzentscheider

»Die größte Herausforderung besteht darin, dass die nachhaltigen Kennzahlen die gleiche Qualität wie die finanziellen Kennzahlen bekommen. Gleichzeitig sollte der Aufwand minimal gehalten werden, das heißt, es ist eine gute Integration in bestehende Prozesse erforderlich.«

Ein befragter Finanzentscheider

Noch Luft nach oben, bei der systematischen Erfassung von Nachhaltigkeitskennzahlen

60%

der Finanzentscheider geben an, dass ihr Unternehmen bereits systematisch Nachhaltigkeitskennzahlen erhebt.



78%

der Finanzentscheider geben an, dass die Herstellung von Datentransparenz zu wesentlichen Nachhaltigkeits-KPIs sie vor große Herausforderungen stellt.



Der administrative Aufwand steigt

45 Prozent der befragten Unternehmensentscheider sind der Ansicht, dass die Offenlegungspflichten zu weit gehen und zu großen Belastungen führen.

Quellen: LBBW, FINANCE/F.A.Z. Business Media | research

Nachhaltigkeit wird auch im Bereich Finanzierung immer wichtiger

73%

Ohne eine glaubhafte
Nachhaltigkeitsstrategie
werden die
Finanzierungskosten steigen.

30%

Nachhaltigkeit ist schon jetzt
ein wichtiges Kriterium bei
jedem Kreditantrag.

Kontakt

Jacqueline Preußer
Leiterin F.A.Z. Business Media | research

Telefon: 069 – 7591 1961
E-Mail: jacqueline.preusser@faz-bm.de

Verlag



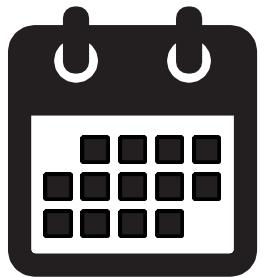
F.A.Z. BUSINESS MEDIA GmbH
Pariser Straße 1
60486 Frankfurt am Main

Telefon: (0 69) 75 91 – 32 39
E-Mail: verlag@faz-bm.de

www.faz-bm.de



Ihr Feedback zu diesem Programmpunkt ist uns wichtig! Geben Sie Ihre Bewertung direkt über die virtuelle Plattform ein.



10.25 Uhr Keynote