

Ergebnisse Kundenumfrage **Nachhaltigkeit**



Agenda

1. Basis
2. Alltag der Teilnehmer
3. Nachhaltigkeit im Finanzkontext
4. Anregungen und Wünsche der Umfrageteilnehmer

01 Basis

Umfragedesign der anonymen Befragung

Erhebungszeitraum: 31.08.2023 – 22.09.2023

Stichprobe: 360 Mitarbeitende
13 Aufsichtsratsmitglieder
341 Vertreter
100 Kunden (ohne VR-NetKey, Alter: 40 bis 50 Jahre)
Alle Kunden und Nichtkunden

Erhebungsweg: Website, OnlineBanking, VR BankingApp, Social Media, E-Mail,
Teams PR – Nachhaltigkeit

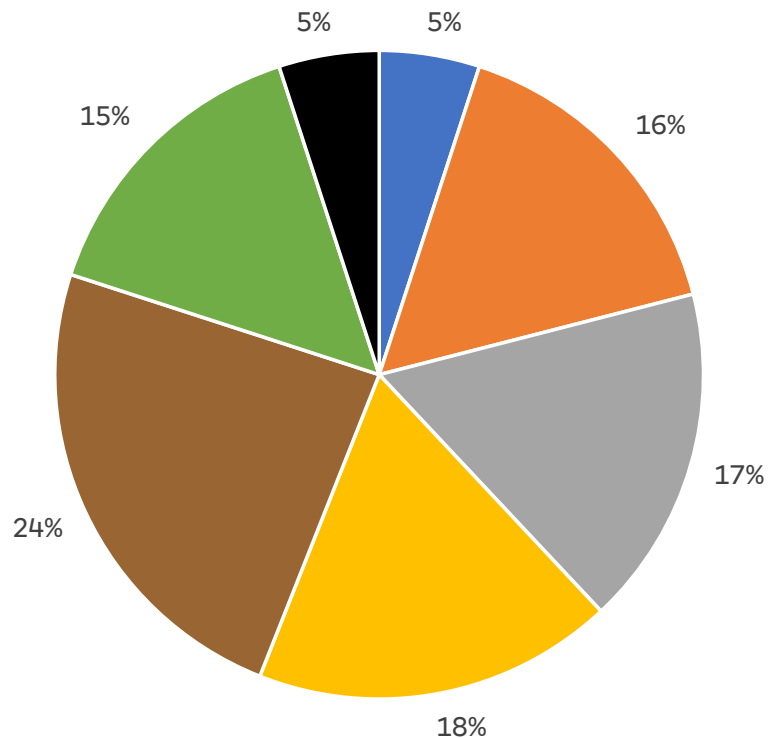
Auftraggeber: VR Bank Fulda eG

Erhebung: Projektteam Nachhaltigkeit

249 Teilnehmer

Alter

- 18 bis 24
- 25 bis 29
- 30 bis 39
- 40 bis 49
- 50 bis 59
- 60 bis 69
- Über 70



Geschlecht

- 57 % männlich
- 43 % weiblich

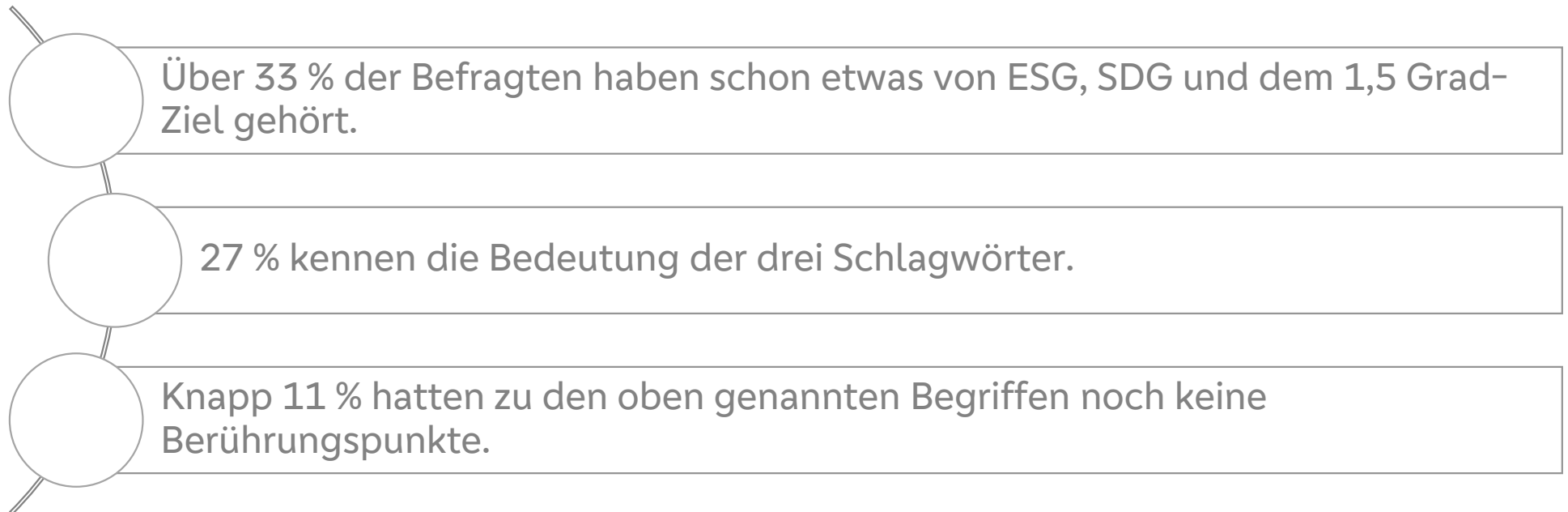
Kundenart

- 77 % Privatkunden
- 4 % Firmenkunden
- 12 % Privat- und Firmenkunden
- 7 % ohne Angabe

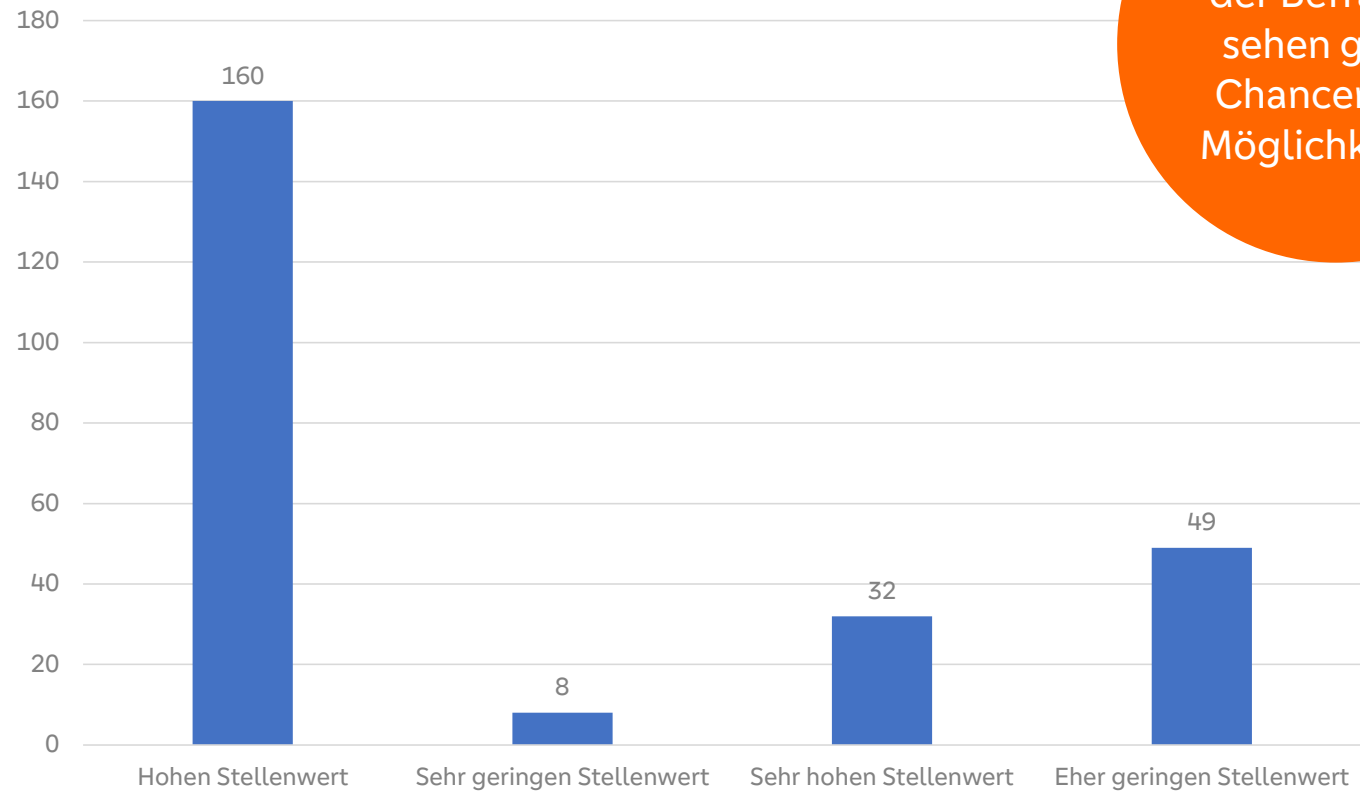
02

Alltag der Teilnehmer

Über 99 % der Befragten ist der Begriff „Nachhaltigkeit“ grundsätzlich bekannt



Stellenwert Nachhaltigkeit



25 %
der Befragten
sehen große
Chancen und
Möglichkeiten!

Persönliches Engagement

82 %

Mülltrennung/
Vermeidung von
Plastikmüll

68 %

Öffentliche
Verkehrsmittel/
CO₂ freie
Mobilität

70 %

Maßnahmen zur
Reduzierung des
CO₂-
Fußabdrucks



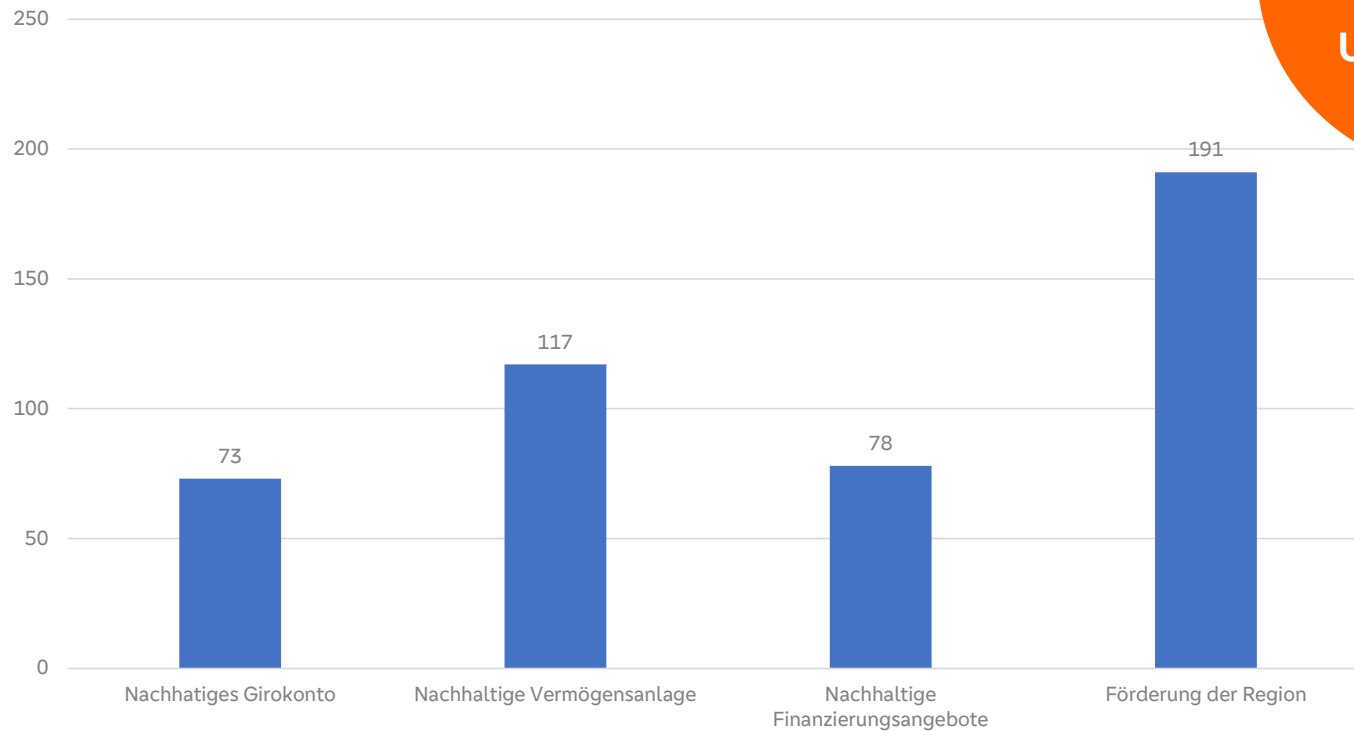
47 %

fordern **globale Anstrengungen** zur Umsetzung von Nachhaltigkeit
und einen **gemeinsamen Einsatz** im Alltag!

03

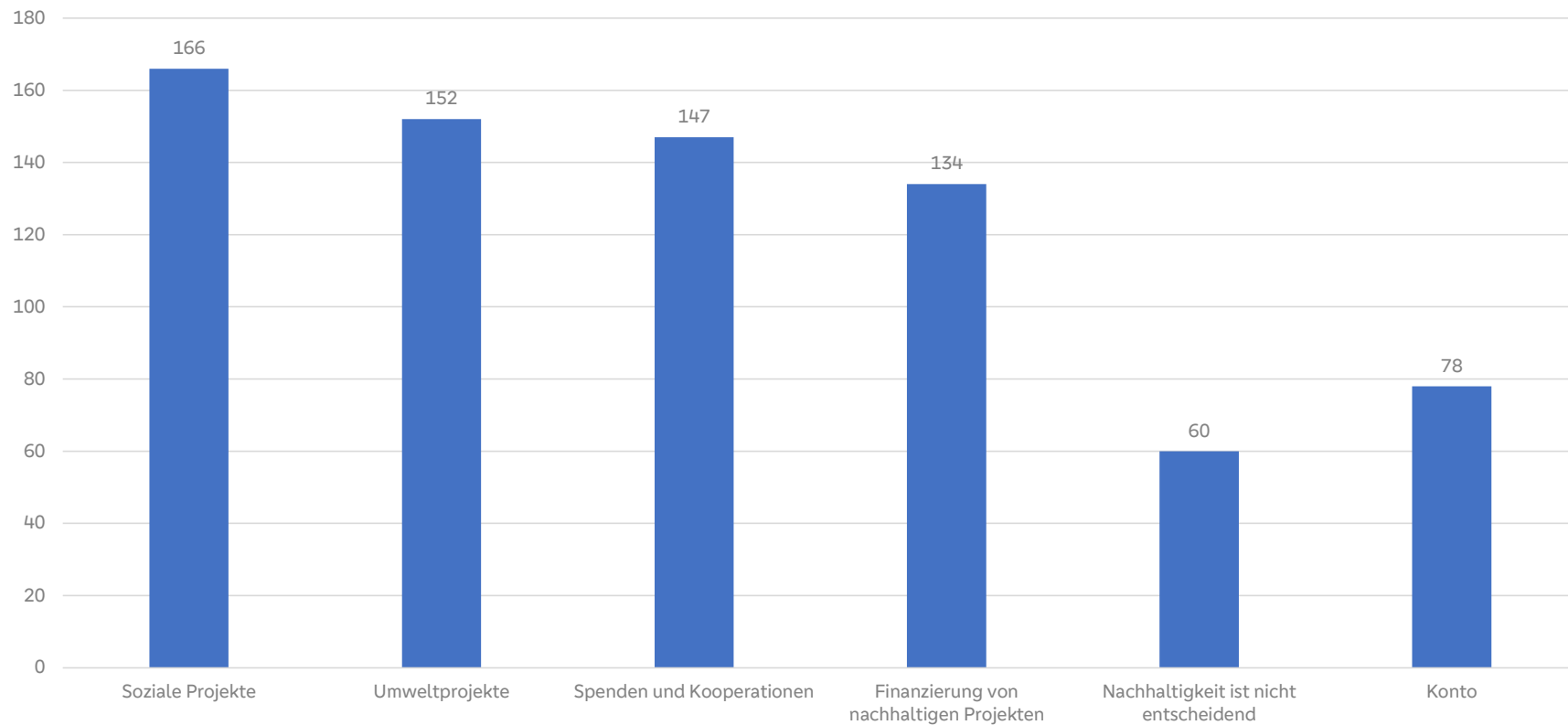
Nachhaltigkeit im Finanzkontext

Förderung der Region ist die „Nummer 1“ in Bezug auf unser Bankengagement

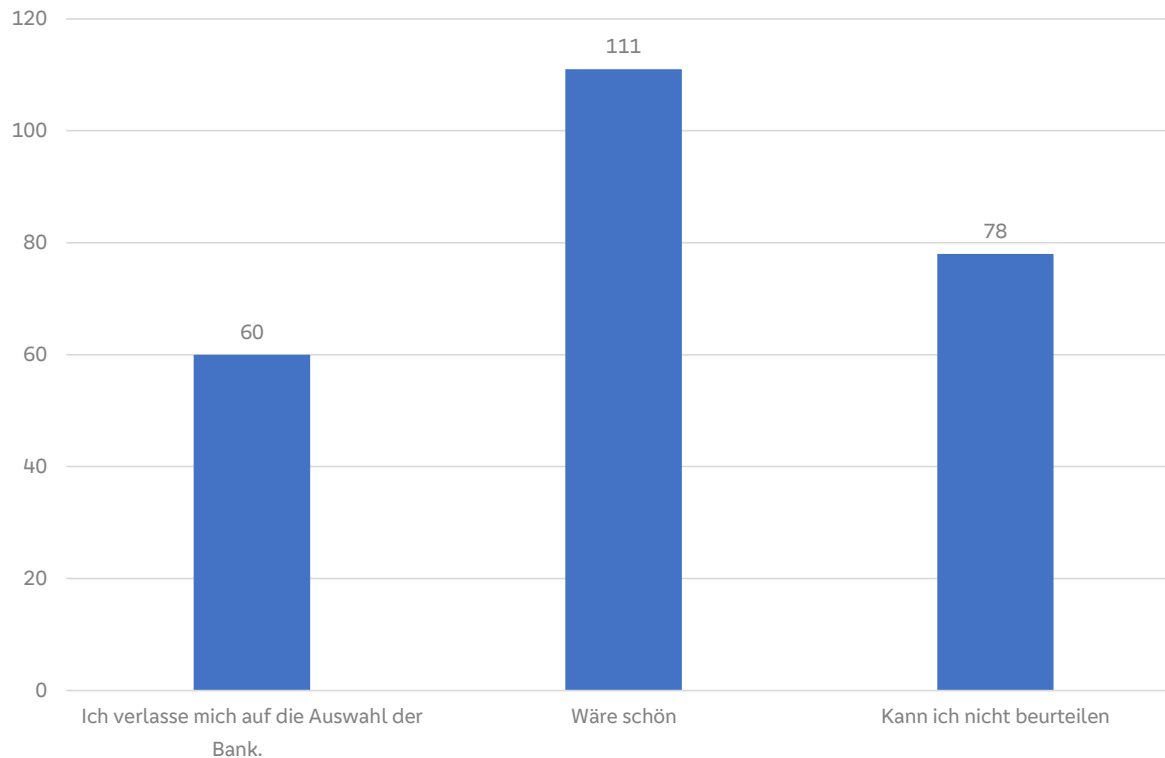


67 % der Befragten fordern regionale Unterstützung der Bank!

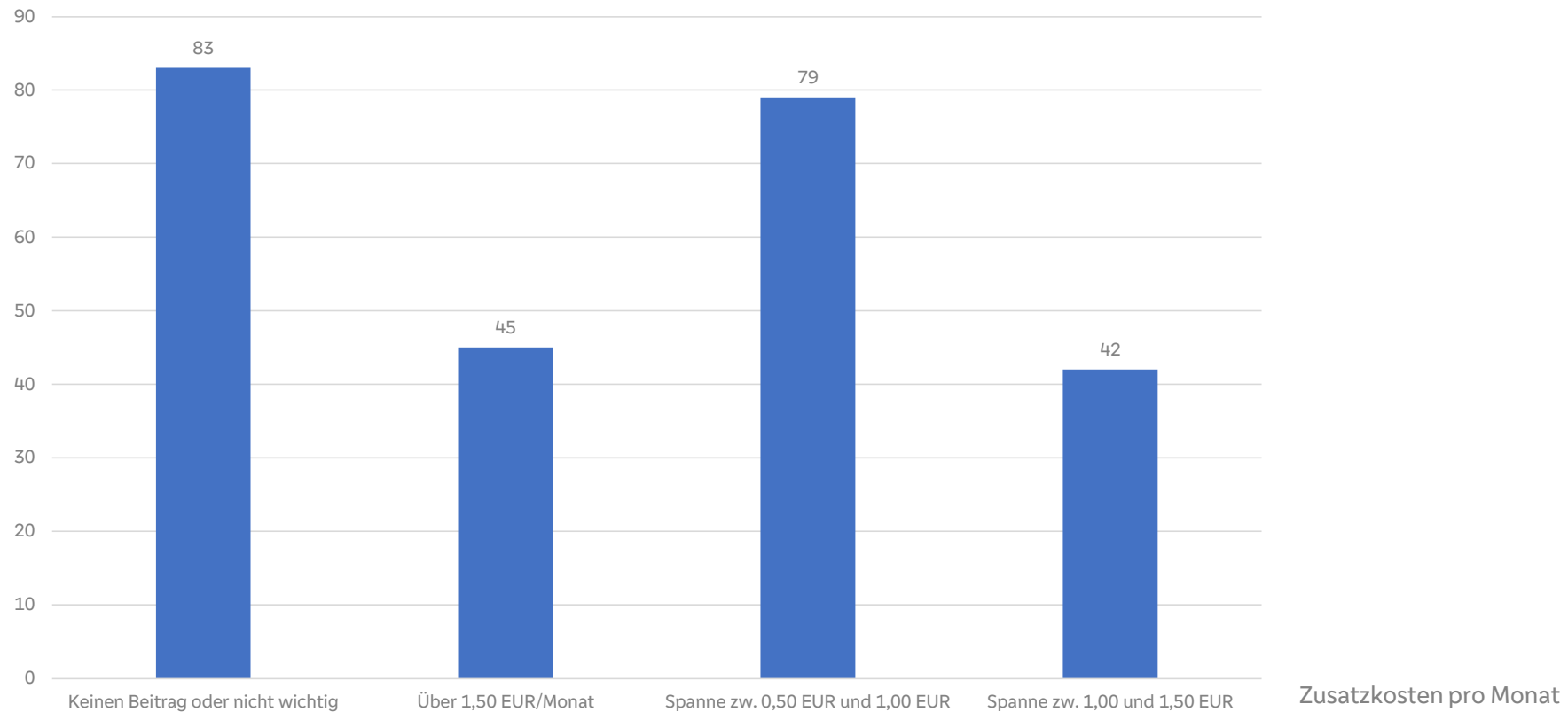
Soziale Projekte und Umweltprojekte werden präferiert



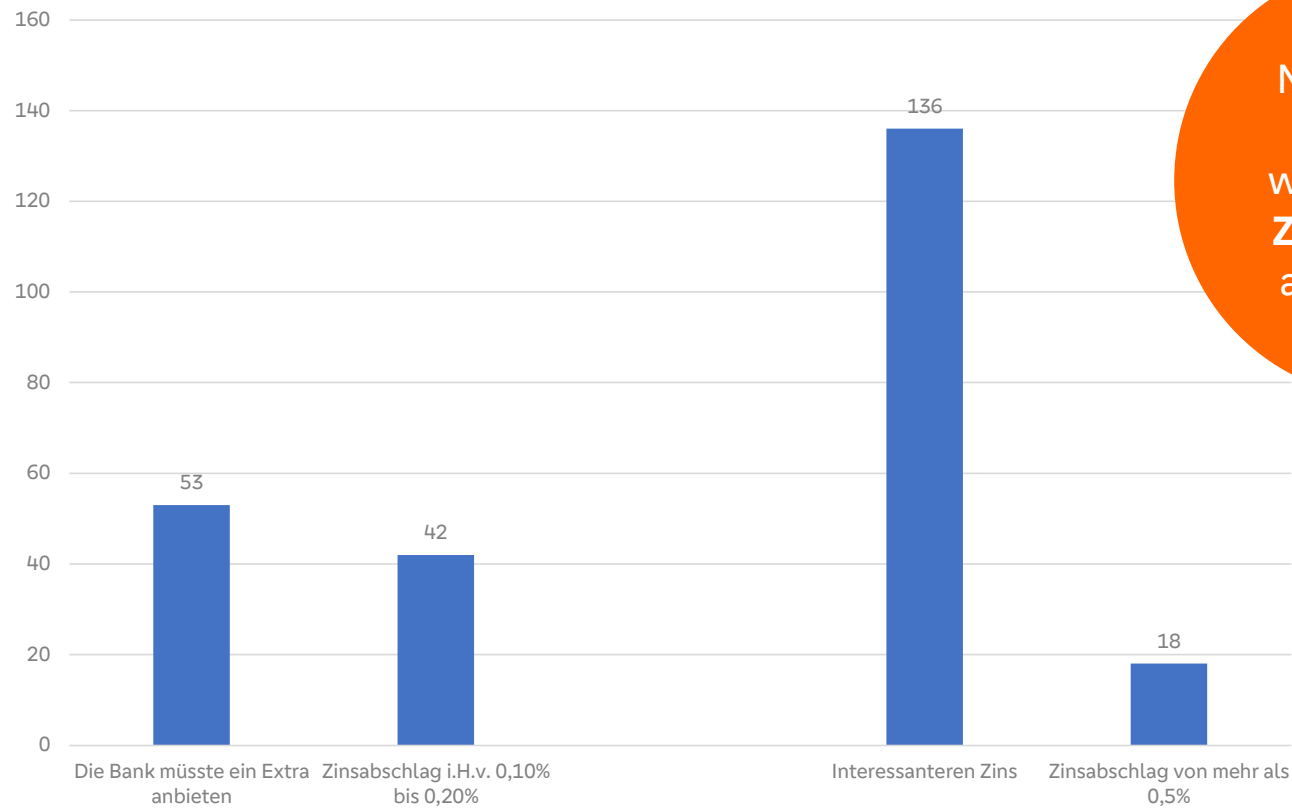
Über 44 % der Befragten wünschen sich eine Mitbestimmung bei der Auswahl nachhaltiger Projekte



Keine bis geringe Bereitschaft zur eigenen Beitragsleistung

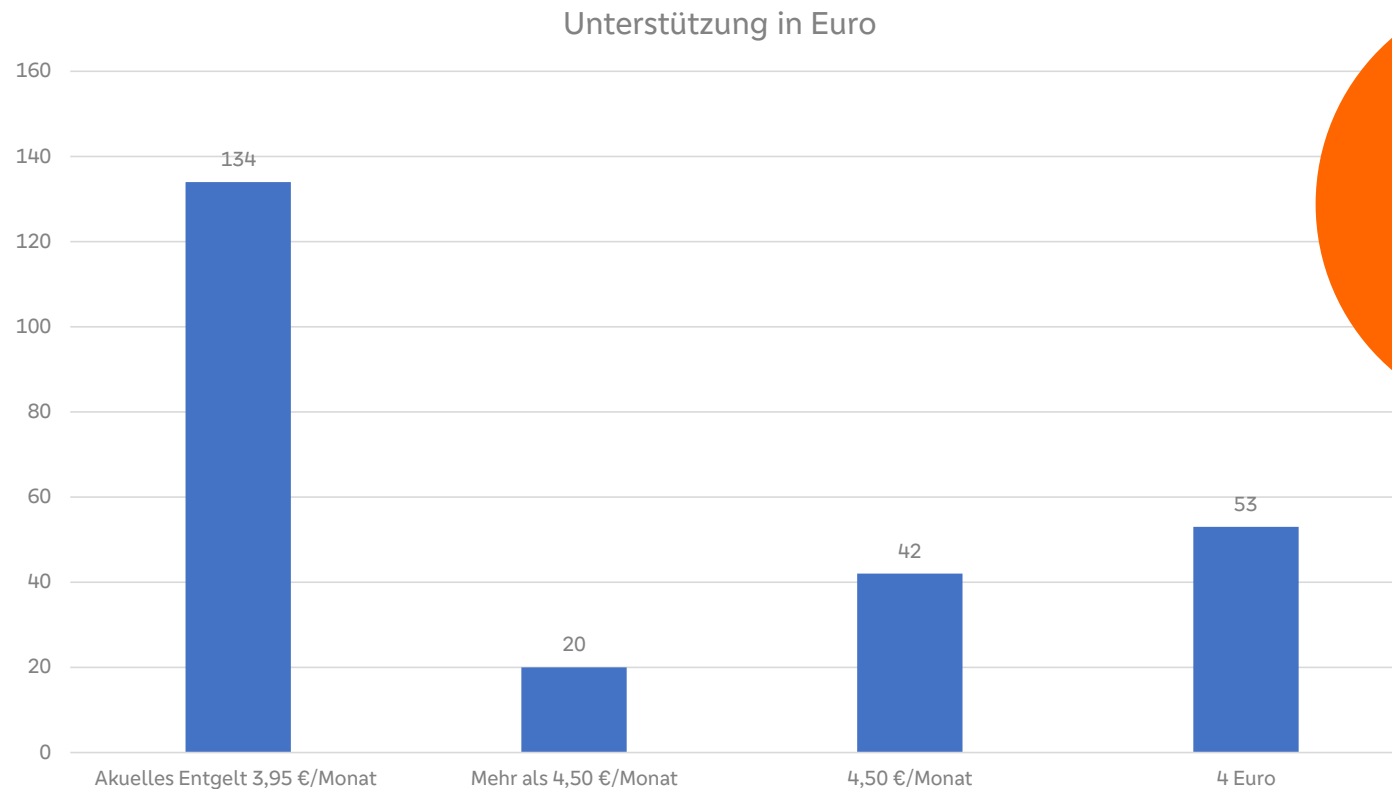


Anlagebereich: Rendite schlägt Nachhaltigkeit!



Nur **24 %** der Befragten würden einen **Zinsabschlag** akzeptieren!

Zahlungsverkehr: Kostensensibilität verhindert Nachhaltigkeit!



54 % der
Befragten
fordern
Nachhaltigkeit
bei gleichem
Preis!

04

Anregungen und Wünsche der Umfrageteilnehmer

✓ **Umfassende Nachhaltigkeit**

- Betonung von Nachhaltigkeit bei Einkauf, Energie- und Kfz-Nutzung
- Nachhaltiges Handeln nicht nur außerhalb, sondern auch in der Hauptgeschäftstätigkeit der Bank

✓ **Eigenverantwortung der Bank**

- Nachhaltigkeitsorientierte Ausrichtung der Bank in Bezug auf Dienstwagen, Immobilien und Unternehmensfinanzierungen
- Sicherstellung, dass Unterstützung auch im Projekt angewendet wird, kein Green-Washing → Glaubwürdigkeit

✓ **Effiziente Kostenstrukturen und differenzierte Zinspolitik**

- Prüfung und Optimierung der Kostenstruktur
- Differenzierte Zinspolitik mit Blick auf Nachhaltigkeitsaspekte
- Erwartung, dass die Bank die Kosten für ihre Nachhaltigkeitsbemühungen selbst trägt

77 Kunden
haben Ihre
Meinung
über einen
Freitext
geäußert!

✓ **Nachhaltige Projekte und Investitionen**

- Förderung von vielfältigen, nachhaltigen Projekten, sowohl regional als auch global (nicht nur Spenden)
- Effiziente Umsetzung von Projekten unter Einbeziehung von Kunden

✓ **Kundenorientierte Transparenz**

- Transparenz bezüglich der Nachhaltigkeitsbemühungen und klare Informationen über nachhaltige Projekte
- Keine Kostenübertragung an Kunden, sondern Investitionen in die Zukunft

✓ **Flexibilität für verschiedene Kundenbedürfnisse**

- Anerkennung der Vielfalt der Kunden in Bezug auf Alter und Bedürfnisse
- Berücksichtigung verschiedener Lösungen für nachhaltiges Handeln

✓ **Verzicht auf fragwürdige Technologien**

- Auch kritische Ansichten im Hinblick auf Finanzierung alternative Energien
- Nachhaltige Ausrichtung von Unternehmen im Laufe der Zeit (Transformationsprozess)

✓ **Selbstverantwortliche Nachhaltigkeit und zukunftsorientiertes Handeln**

- Verpflichtung zur eigenständigen Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen
- Betonung eines rationalen Ansatzes für Nachhaltigkeit

Vielen Dank an alle Teilnehmer!