Kundenbeziehungen und Transparenz

Vertiefung und Umsetzung der Leitlinien 3 und 6 der Principles for Responsible Banking

Veranstaltung des VfU am 18. Oktober 2022

global **environmental** and **advisory** solutions

Ergebnisse der Befragung

Top 3 Themen:

1. Impact-Analyse und Target-Setting (Leitlinie 2: Auswirkungen und Zielsetzung)
2. Berichterstattung (Leitlinie 6: Transparenz und Verantwortung)
3. Engagement beim Kunden (Leitlinie 3: Kundenbeziehungen)

Erwartungen der Teilnehmer aus der ersten Veranstaltung

- pragmatische Schritte, konkrete Umsetzungsvorschläge
- Erfahrungsaustausch, Best Practice-Beispiele
- umfassende Information

Die Ergebnisse der Befragung bezogen auf die PRB



Leitlinie 1: Strategische Ausrichtung

Wir werden unsere Geschäftsstrategie so ausrichten, dass sie in Übereinstimmung mit den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (SDGs), dem Pariser Klimaabkommen und wesentlichen nationalen und regionalen Rahmenwerken zur Erreichung gesellschaftlicher Ziele beiträgt und den Mensch in den Mittelpunkt stellt.

am 10.11.2022



Leitlinie 2: Auswirkungen und Zielsetzung

Wir werden die aus unseren Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen resultierenden positiven Auswirkungen auf Mensch und Umwelt fortwährend steigern. Zeitgleich werden wir die negativen Auswirkungen verringern und die entsprechenden Risiken managen. Dabei werden wir uns in der Entwicklung und Veröffentlichung von Zielvorgaben auf die Bereiche konzentrieren, in denen wir die größten Auswirkungen haben.



Leitlinie 3: Kundenbeziehungen

Wir werden vertrauensvoll mit unseren Kundinnen und Kunden zusammenarbeiten, um nachhaltige Arbeitsweisen zu ermutigen. Wir werden Kundinnen und Kunden darin unterstützen, Wirtschaftstätigkeiten so auszurichten, dass gemeinsamer Wohlstand für jetzige und künftige Generationen geschaffen wird.



Leitlinie 4: Stakeholder

Wir werden auf eigene Initiative hin relevante Anspruchsgruppen verantwortungsvoll zu Rate ziehen, einbinden und mit diesen partnerschaftlich zusammenarbeiten, um gesellschaftliche Ziele zu erreichen.



Leitlinie 5: Governance und Unternehmenskultur

Wir werden unser Bekenntnis zu diesen Leitlinien durch eine wirksame Unternehmensführung („corporate governance") und eine Unternehmenskultur des verantwortungsvollen Bankwesens umsetzen.

heute



Leitlinie 6: Transparenz und Verantwortung

Wir werden regelmäßig unsere eigene und die kollektive Umsetzung der Leitlinien überprüfen. Für unsere positiven und negativen Auswirkungen und unseren Beitrag zur Erreichung gesellschaftlicher Ziele, übernehmen wir Verantwortung und stellen hierüber Transparenz her.

Agenda

Begrüßung und Vorstellung neuer Teilnehmer	VfU, alle	10 Minuten
Leitlinie 3: Kundenbeziehungen	SLR	25 Minuten
Best Practice und weiterführende Angebote	SLR	15 Minuten
Kurze Pause (in die Ferne schauen)	Alle	5 Minuten
Leitlinie 6: Transparenz und Verantwortung	UNEP FI	30 Minuten
Zeit für Fragen	alle	20 Minuten

Durch das heutige Webinar begleiten Sie:



Henrik Ohlsen
VfU



Dr. Johanna Dichtl
UNEP FI



Christoph Ott
SLR Deutschland



Rüdiger Senft
SLR Deutschland

Kurze Vorstellungsrunde der neuen Teilnehmer*innen

Name
Institut
Funktion
Bezug zu PRB (Unterzeichner? Seit wann?)



Agenda

Begrüßung und Vorstellung neuer Teilnehmer	VfU, alle	10 Minuten
Leitlinie 3: Kundenbeziehungen	**SLR**	**25 Minuten**
Best Practice und weiterführende Angebote	SLR	15 Minuten
Kurze Pause (in die Ferne schauen)	Alle	5 Minuten
Leitlinie 6: Transparenz und Verantwortung	UNEP FI	30 Minuten
Zeit für Fragen	alle	20 Minuten

Leitlinie 3: Kundenbeziehungen

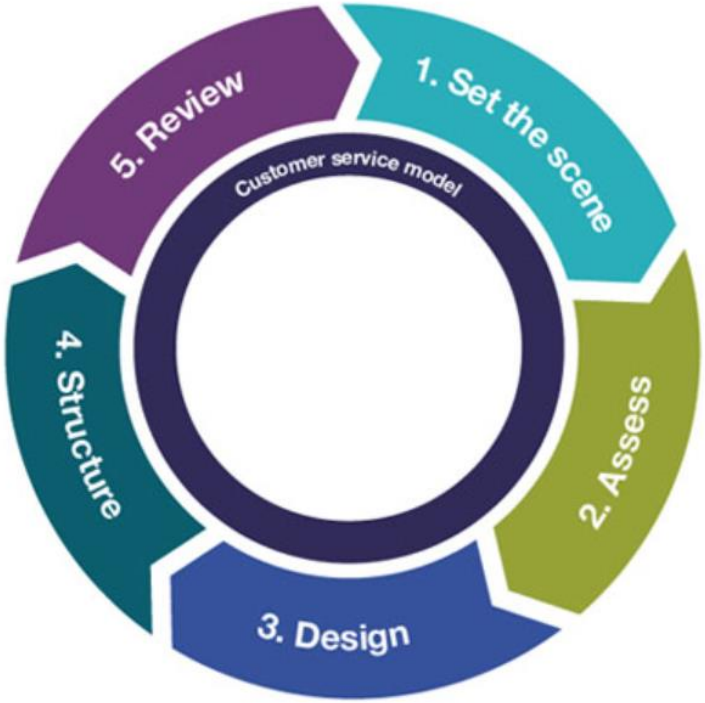
„Wir werden verantwortungsvoll mit unseren Kunden und Auftraggebern zusammenarbeiten, um nachhaltige Praktiken zu fördern und wirtschaftliche Aktivitäten zu ermöglichen, die gemeinsamen Wohlstand für heutige und zukünftige Generationen schaffen.“

Leitlinie 3: Kundenbeziehungen

Leitfaden zur Kundenbeziehung

(„Let‘s discuss climate“ – Client Engagement Circle der Banking Environment Initiative des Cambridge Institute for Sustainability Leadership (CISL) 2021 (Link zum Guide)

- Sektor-agnostischer Ansatz
- Größere Firmenkunden (wegen Verfügbarkeit von Daten und Strategien)
- 5 Phasen (Details auf Folgeseiten)
- Beispielhaft angewendet auf Thema Klima/Net-Zero-Strategie



Der Leitfaden zur Kundenbeziehung im Detail (1/3)



1. Basis legen (set the scene)

- Recherche & Verstehen:
  - Rolle des Sektors mit Blick auf Klimawandel
  - Rolle des Unternehmens
  - Quellen: öffentliche (Nachhaltigkeitsberichte, Berichte zu TCFD, UNGC, SBTI, etc.) oder nicht öffentliche (Ratings, CDP Antworten)
- Bank positionieren:
  - Eigene Bank = passender Gesprächspartner
  - Eigene Commitments herausstellen

Ziel Verständnis von:
- Chancen & Risiken des Klimawandels für Kunde
- warum jetzt zu handeln ist und Rolle der Bank im Prozess

2. Bewerten (assess)

- Strategie des Kunden verstehen:
  - Daten vorhanden? In Entscheidungsprozesse integriert? Chancen und Risiken identifiziert?
- Transformationsplan:
  - Existiert einer? Zeithorizont des Plans? Wie weit entwickelt? (grober Plan vs. Managemententscheid.)
  - Supply Chain des Kunden berücksichtigen
- Finanzierung der Transformation:
  - Investitionen, Rückstellungen, Vorsorge,?
  - Zusätzliche Erträge oder Kostensenkungen?
  - Finanzierungsbedarf identifizieren

Der Leitfaden zur Kundenbeziehung im Detail (2/3)



3. Entwerfen (design)

- Umsetzungsplan mit konkreten Maßnahmen erstellen (Portfolio ESG-Ziele der Bank einsteuern)
- Erfolgsmessung der def. Maßnahmen aufbauen (KPIs definieren, third party verification, SPOs)
- Hilfreich: Nachhaltigkeits-Ökosystem als unterstützendes Netzwerk für Bank & Kunde
- Finanzierungsbedarf je nach Phase des Transformationsplans identifizieren und priorisieren

Ziel Transformationsplan inkl. Festlegung von Maßnahmen, Zielen, KPIs, Messung und Finanzierungsbedarfen

4. Strukturieren (structure)

- Basierend auf Transformationsplan wird Finanzierungsplan entwickelt:
  - Inhalt: Finanzierungsinstrumente, Volumen, Laufzeiten, ESG-Datenanforderungen, KPIs, Verifizierungen
  - Einbinden anderer Finanzierungspartner des Kunden (Syndikate)
  - Dafür enge Kooperation zw. Generalist und Produktspezialisten
- Besprechung mit Kunde und Sign-off
- Umsetzung des Finanzierungsplans

Der Leitfaden zur Kundenbeziehung im Detail (3/3)



5. Überprüfen (Review)

- Ergebnisse/Erkenntnisse aus vorherigen Phasen sichern
  - Erkenntnisse über Kunde
  - Erkenntnisse über neu entwickelte Produkte (skalieren)
- Wissen mit Kollegen teilen (RMs vergleichbarer Kunden)
- Kundenfeedback einholen und geben
- Fortschritt der Transformation beim Kunden beobachten und Finanzierungsplan ggf. anpassen
- Bei umfangreicheren Anpassungen Kreislauf vorne wieder starten

Fazit:

- Blaupause/Prototyp, der auf Bank und Kunde angepasst werden muss
- In bestehende Kundenprozesse integrieren
- Aufwendig. Daher eher für größere Banken (und Kunden) darstellbar
- Wissensaufbau bei Kundenbetreuern notwendig (Lernangebote nutzen)
- Kundendialog-Tool des GSFC Germany in Entwicklung (ET im November 2022)

Schulungsangebote für Kundenbetreuer

PRB Academy

- Global ausgerichtetes Lernangebot für Bankmitarbeiter verschiedener Disziplinen und Level von UNEP FI, Chartered Banker Institute und GIZ.
- Kurse für Einsteiger, Spezialisten und C-Level Management.
- Ab Ende November 2022 in englischer Sprache www.prbacademy.com



Weitere Schulungsangebote

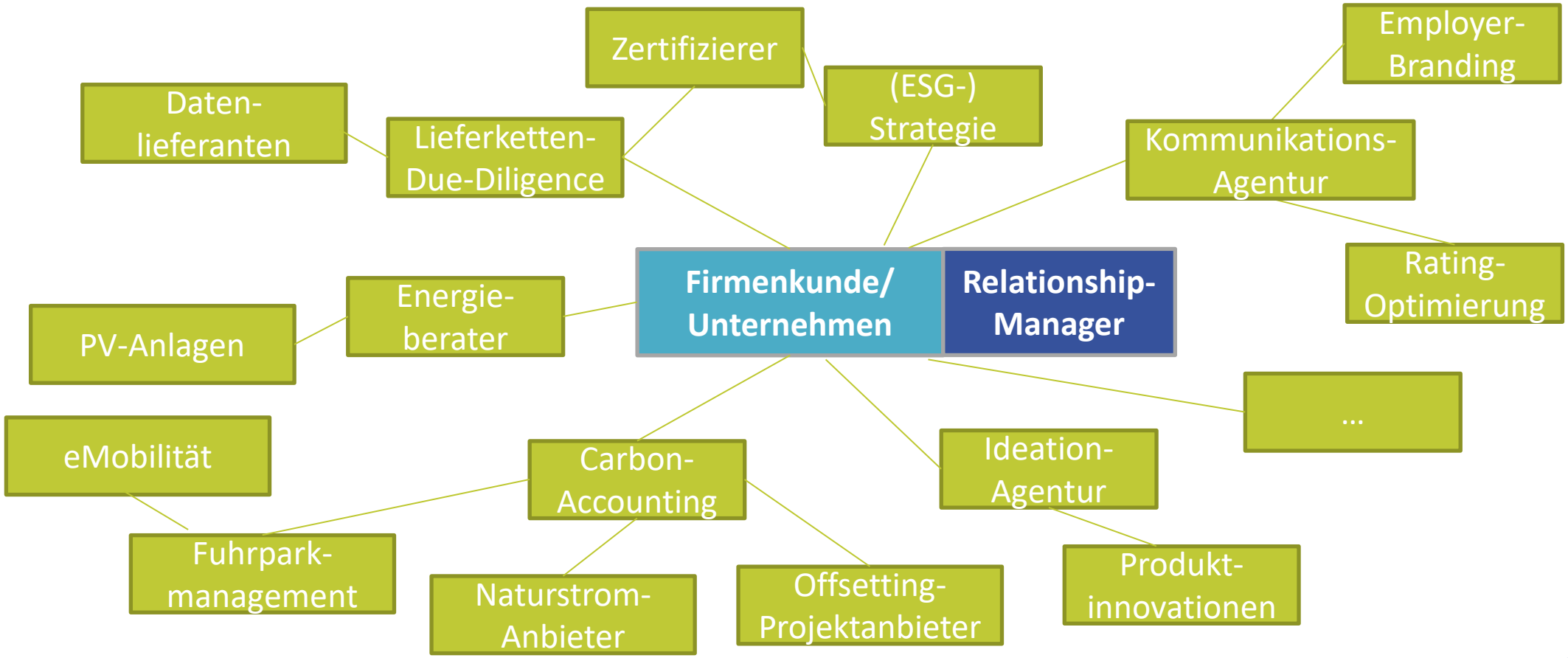
- Certified Expert in Sustainable Finance - Studiengang der Frankfurt School in deutscher und englischer Sprache (Link)
- Sustainability Management – Zertifikatslehrgänge der EBS Universität (Link)
- Online Lehrgänge unter www.coursera.org



Bankindividuelle Schulungsangebote aufbauen oder nutzen

„Green-Ecosystem“ bestehend aus externen ESG Spezialisten

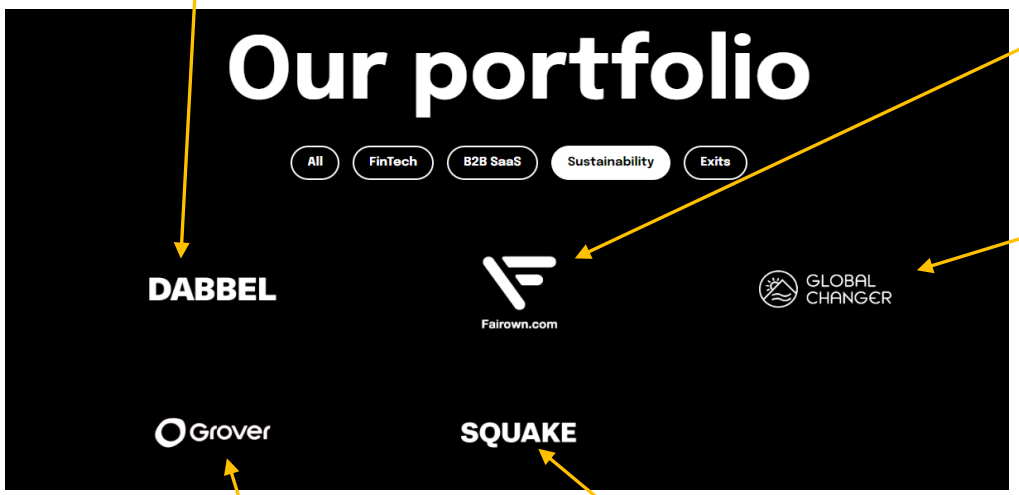
Beispielhafte Darstellung möglicher Dienstleister, die Firmenkunden bei Strategieumsetzung unterstützen



Von Banken finanzierte Green Start-ups als natürliche Partner

Beispiel Commerzbank

- Wagniskapital für digitale und disruptive Technologien
- Nachhaltigkeit Fokusthemen Klima und Kreislaufwirtschaft
- Roll-out auf eigenes Firmenkunden-Portfolio
  - Steigert Marktdurchdringung und Umsätze der Start-ups
  - Löst Kundenprobleme
  - Verbessert deren Risikoprofil („Zukunftsfähigkeit“)
  - Wertsteigerung des Start-ups



Klimaeffizienz in gewerblichen Gebäuden

Miet-Commerce

Carbon Accounting & Reduction

Quelle: neosfer / Commerzbank

Miet-Commerce Unterhaltungselektronik

Marktplatz für CO2-Offsetting

Gemeinsames Arbeiten mit Kunden

Beispiel Sparkasse Bremen / Campus Space

- „Raum für Innovationen“
  - Nähe Universität, Technologiepark, Sparkassen-Zentrale
  - Co-Working-Area, UX-Labor, Veranstaltungsfläche

- Programme für Firmenkunden:
  - **Campus Innovation Sprint**: Methodische Begleitung von einer neuen Idee bis zum Prototyp innerhalb einer Woche
  - **Campus Accelerator**: Fortsetzung über 6 Monate mit strategischer, finanzieller und operativer Unterstützung



Banca Intesa Sanpaolo‘s Arbeit mit Kunden

- Bank geht **strategische Allianz** mit CE-Thinktank Ellen MacArthur Foundation ein (vgl. Leitlinie 4)
- Aufbau eines Intesa Sanpaolo **Innovationszentrums** („CE-Lab“, CIRCULAR ECONOMY LAB) für
  - die Förderung und Verbreitung von CE-Ansätzen durch Veranstaltungen, Netzwerk Plattformen unter Einbeziehung von **externen Interessengruppen** und Partnern
  - Den Aufbau eines **CE-Ökosystems** (Förderung von Start-ups und KMU)
  - Anbindung von Forschungszentren und **Universitäten**

Beispiel „Circular Journey“ eines Bekleidungsherstellers

- Bislang linearer Prozess:
  - Rohstoff – Verarbeitung – Tragen – Wegwerfen
- Anwendbare CE-Ansätze
  - Material: Garne sind haltbar, reparierbar, möglichst recycelbar oder kompostierbar
  - Produkte: Mono-Materialien, leicht auseinander-zunehmen, digitalisierte Produktentwicklung mit Einbindung der Zulieferer
  - Vertrieb: Vermieten statt Verkaufen
- Rolle der Bank: „Ermöglicher“, Finanzierer

Agenda

Begrüßung und Vorstellung neuer Teilnehmer	VfU, alle	10 Minuten
Leitlinie 3: Kundenbeziehungen	SLR	25 Minuten
Best Practice und weiterführende Angebote	SLR	15 Minuten
Kurze Pause (in die Ferne schauen)	Alle	5 Minuten
Leitlinie 6: Transparenz und Verantwortung	**UNEP FI**	**30 Minuten**
Zeit für Fragen	alle	20 Minuten

Präsentation von UNEP FI (Dr. Dichtl) werden zu späterem Zeitpunkt verschickt



Nächste Schritte

- **10. November:** Vertiefungsworkshop 2 zum Thema Wirkungsmessung und Zielsetzung (Leitlinie 2)

- **VfU-Angebot (2023):** halbjährlicher Peer-Austausch zu aktuellen Herausforderungen bei der Umsetzung der PRB





UN environment programme | finance initiative
Principles for Responsible Banking

VfU

Gemeinsam unterstützen wir Sie bei der Umsetzung der Principles for Responsible Banking!

Wir freuen uns auf den weiteren Austausch.

SLR

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Christoph Ott
Senior ESG Advisor

t +49 (0) 175 547 1490
e ChristophOtt@slrconsulting.com
w www.slrconsulting.com

SLR Consulting
Baseler Str. 10
Oval am Baseler Platz
60329 Frankfurt am Main



Ruediger Senft
Principal Advisor

t +49 (0)151 6190 9191
e RSenft@slrconsulting.com
w www.slrconsulting.com

SLR HEUTE

SLR bietet weltweit **Umwelt-** und **Beratungslösungen**

Wir bieten Beratung- und Dienstleistungen für Kunden in den Bereichen Öl und Gas, Bergbau, Infrastruktur, Gebäude, Industrie, Finanzen und Energie.

