

# bankenverband

---

## Corporate Social Responsibility

Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage  
im Auftrag des Bankenverbandes

Januar 2015

## *Thema und Intention der Umfrage*

Das über die reine Geschäftstätigkeit hinausgehende gesellschaftliche Engagement von Unternehmen ist in Deutschland weder gesetzlich normiert noch im Rahmen der Wirtschaftsordnung näher definiert. Gleichwohl betätigen sich zahlreiche Unternehmen, darunter die übergroße Mehrheit der Banken, in vielfältiger Weise im Rahmen ihrer Corporate Social Responsibility (CSR).

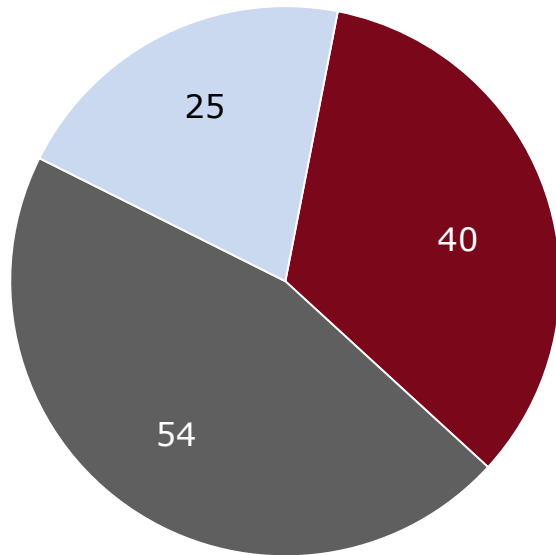
Kleine, mittlere und international aufgestellte Kreditinstitute prägen damit an ihren Standorten, in ihrer weiteren regionalen Reichweite oder überregional das gesellschaftliche Umfeld aktiv mit – durch finanzielle Förderung kultureller und sozialer Projekte in Millionenhöhe, durch persönlichen Einsatz der eigenen Mitarbeiter oder die Aktivierung bürgerschaftlicher Initiativen.

Mit diesem Engagement bekunden ihre Träger ihr naheliegendes Interesse an der Gesellschaft, in der sie wirtschaftlich agieren. Sie fühlen sich für diese mitverantwortlich und wollen ihren Beitrag zu deren Weiterentwicklung leisten.

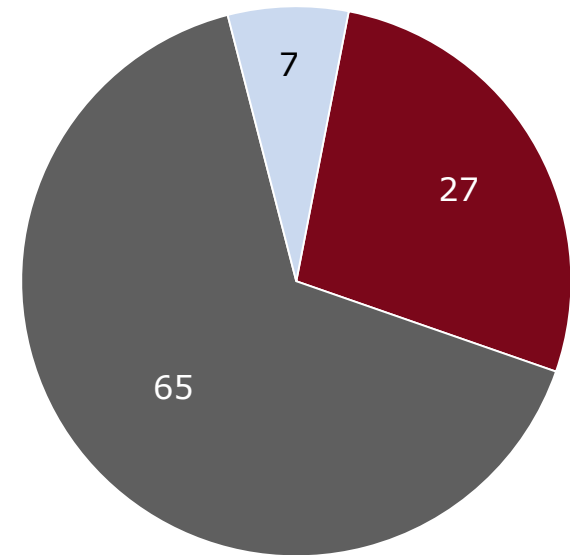
Die vorliegende Meinungsumfrage soll über die Wahrnehmung des gesellschaftlichen Engagements der Banken in der deutschen Bevölkerung Aufschluss geben und damit die Grundlage für einen offenen und konstruktiven Dialog zu diesem Thema bereitstellen.

„Die Unternehmen/Banken in Deutschland werden ihrer gesellschaftlichen Verantwortung ...“

Unternehmen



Banken



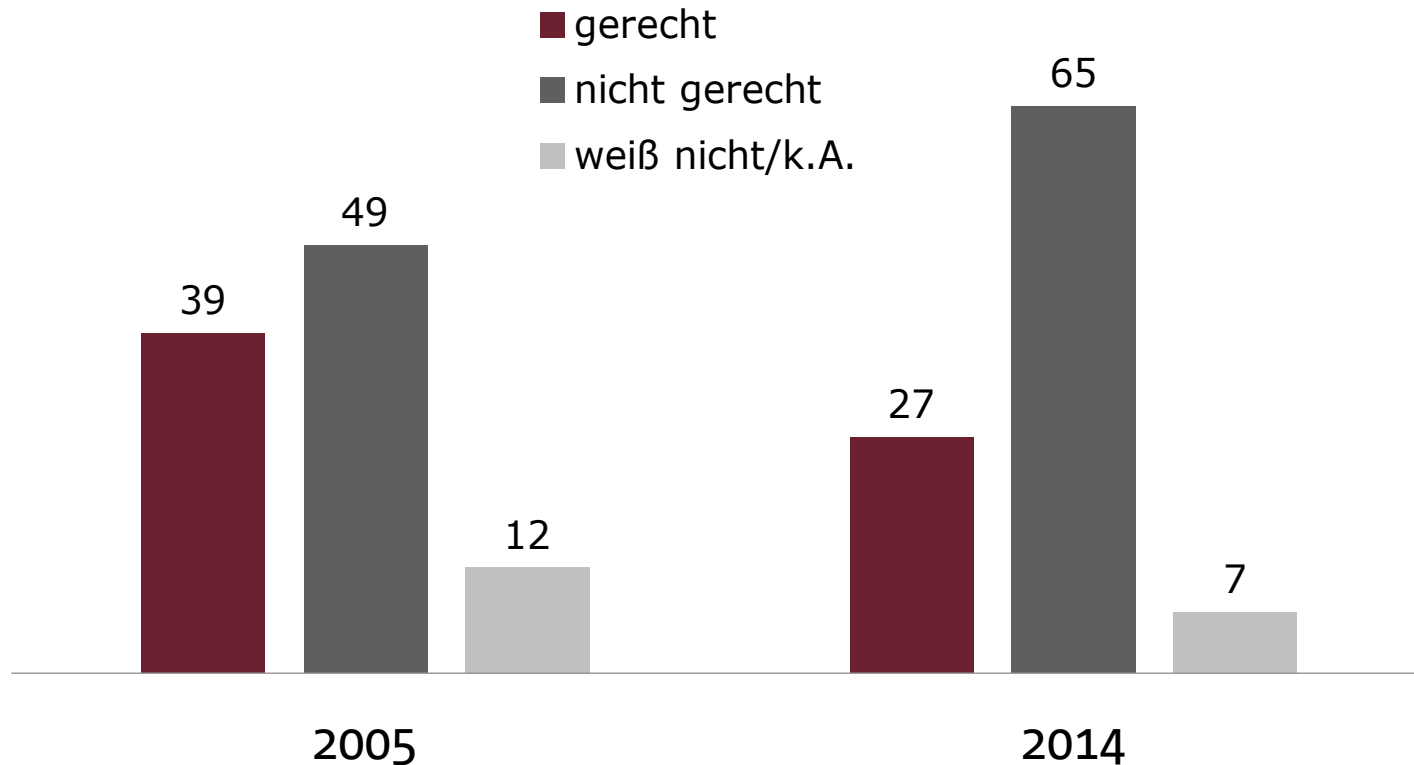
- gerecht
- nicht gerecht
- weiß nicht/k.A.

### *Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung*

Die Unternehmen in Deutschland stellen den zentralen Kern der Wirtschaftsordnung dar und sind Fundament des gesellschaftlichen Wohlstands. Dennoch zeigen sich die Bürger ihnen gegenüber mehrheitlich reserviert bis skeptisch, wenn es darum geht, ob die Unternehmen ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden. 54% glauben Letzteres nicht, ein weiteres Viertel will oder kann dazu nicht Stellung nehmen.

Mit Blick speziell auf Banken fällt das Urteil noch kritischer aus: Während immerhin vier von zehn Befragten von den Unternehmen insgesamt sagen, sie würden ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden, glauben das von den Banken nur drei von zehn Befragten. Die größere Skepsis dürfte nicht zuletzt auch eine Folge der Finanzkrise sein. Bei einer gleichlautenden Umfrage des Bankenverbandes vor der Krise hatten 2005 noch ebenfalls vier von zehn Befragten angegeben, dass die Banken ihrer Verantwortung gerecht würden (s.u.).

# „Die Banken in Deutschland werden ihrer gesellschaftlichen Verantwortung ...“

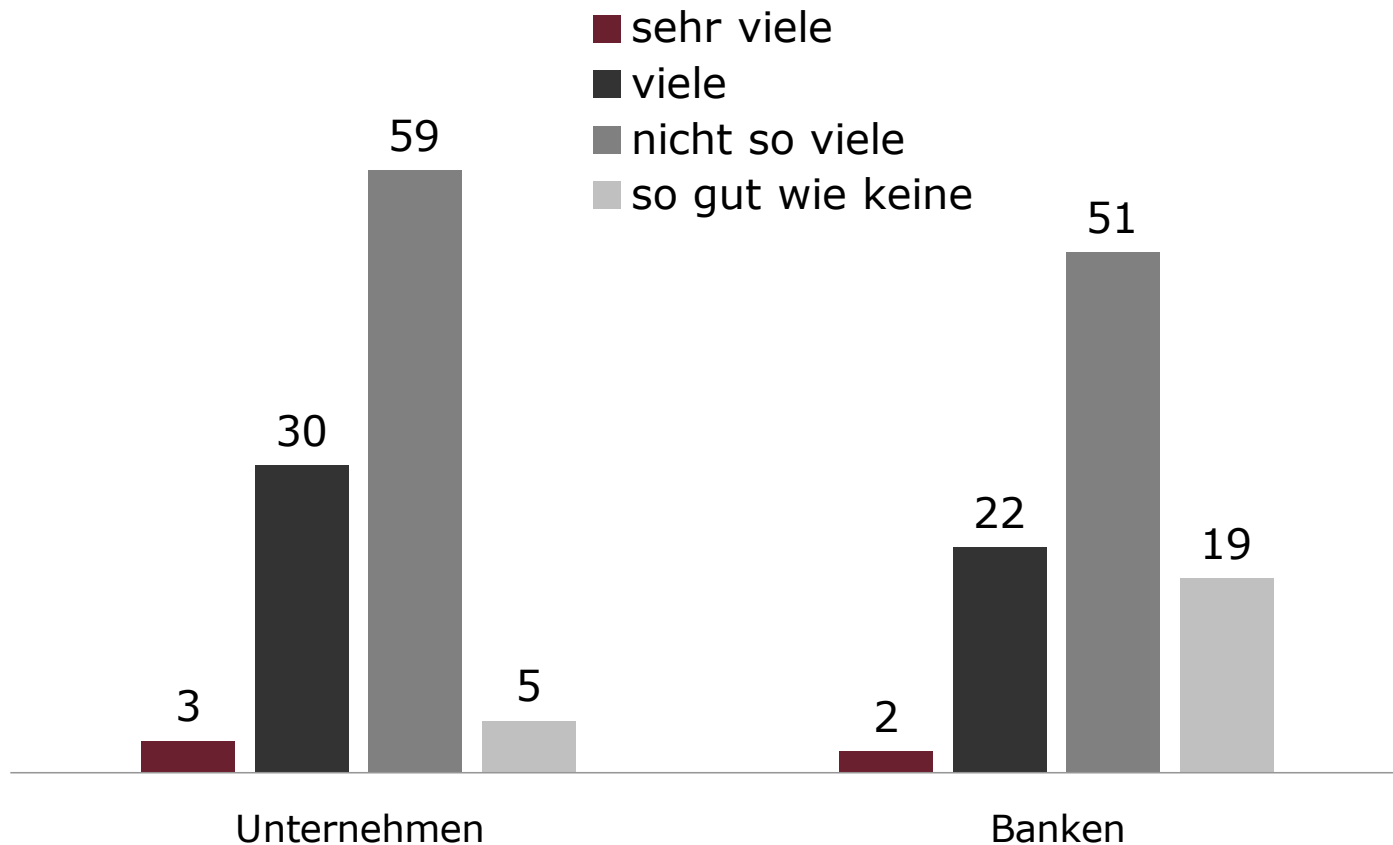


## *Gesellschaftliches Engagement der Banken wenig bekannt*

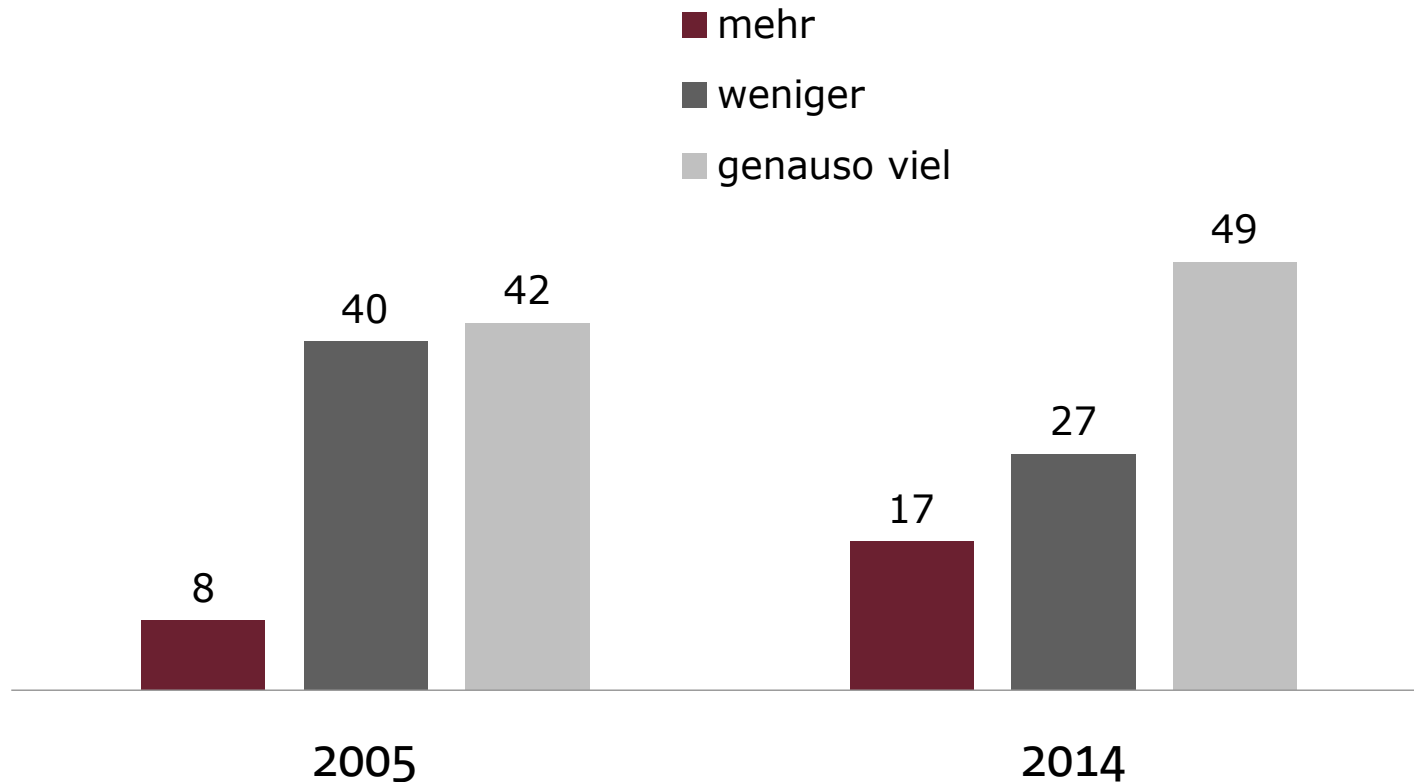
Dass sich die meisten Banken über ihre Finanzgeschäfte hinaus auch gesellschaftlich engagieren, wissen nur relativ wenig Befragte. Gut die Hälfte der Bürger (51%) glaubt, dies würden „nicht so viele“ Banken tun, ein weiteres Fünftel nimmt gar an, es würde „so gut wie keine“ Bank tun. Der Anteil jener, die meinen, dass sich „(sehr) viele“ Banken für die Gesellschaft einsetzen, ist allerdings seit 2005 von 18% auf immerhin ein knappes Viertel (24%) gestiegen.

Auch beobachten heute mit 17% fast doppelt so viele Befragte wie 2005 (8%), dass die Banken mehr gesellschaftliche Verantwortung übernehmen als einige Jahre zuvor. Nach 40% im Jahre 2005 glaubt heute hingegen nur noch rund ein Viertel (27%) der Befragten, dass das Engagement zurückgegangen sei; knapp die Hälfte der Bürger sieht in dieser Hinsicht keine Veränderung.

„Über ihre Geschäftsinteressen hinaus setzen sich für die Gesellschaft ... Unternehmen/Banken ein.“



„Die Banken übernehmen heute ... gesellschaftliche Verantwortung als vor einigen Jahren.“



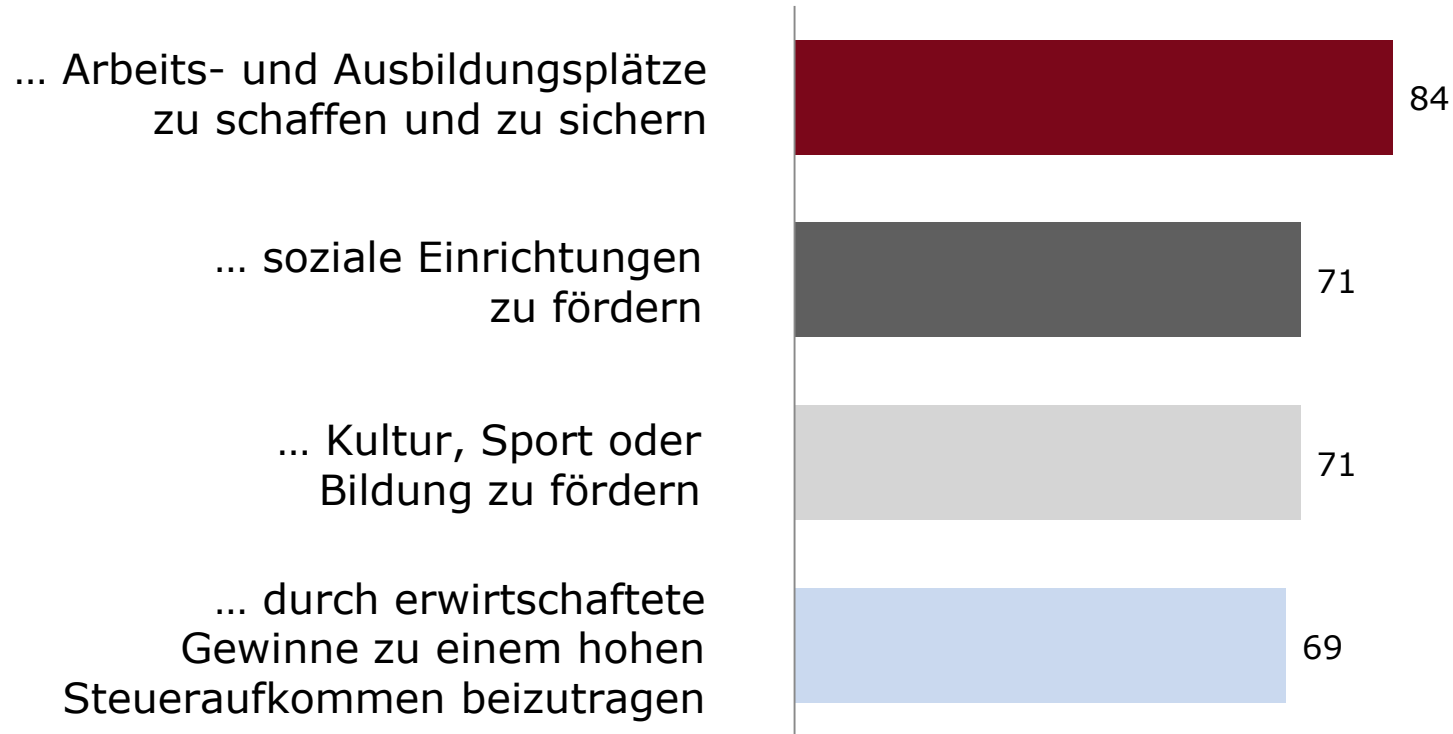


### *Worin liegt die gesellschaftliche Verantwortung der Banken?*

Die Bürger haben ein breites Verständnis davon, was zur gesellschaftlichen Verantwortung der Banken gehört. Für sie umfasst dies nicht nur die Unterstützung sozialer Einrichtungen (71%) und die Förderung von Kultur, Sport oder Bildung (71%). In sogar noch höherem Maße sehen die Befragten die Aufgabe, Arbeits- und Ausbildungsplätze zu schaffen oder zu erhalten (84%), ebenfalls als Teil der gesellschaftlichen Verantwortung von Banken an. Sieben von zehn Deutschen (69%) nehmen auch die Erwirtschaftung von Gewinnen und den damit verbundenen Beitrag der Banken zum Steueraufkommen als deren gesellschaftliche Aufgabe wahr.

Die Erwartungen der Bürger umfassen demnach auch den betriebs- und volkswirtschaftlichen Beitrag, den die Banken für die Gesellschaft erbringen. Damit gilt umgekehrt: Je besser die Banken ihre Leistungen auf diesem Feld vermitteln und unter den gegebenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen erbringen können, desto positiver wird die Beurteilung der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung der Banken ausfallen können.

# „Zur gesellschaftlichen Verantwortung der Banken gehört ...“

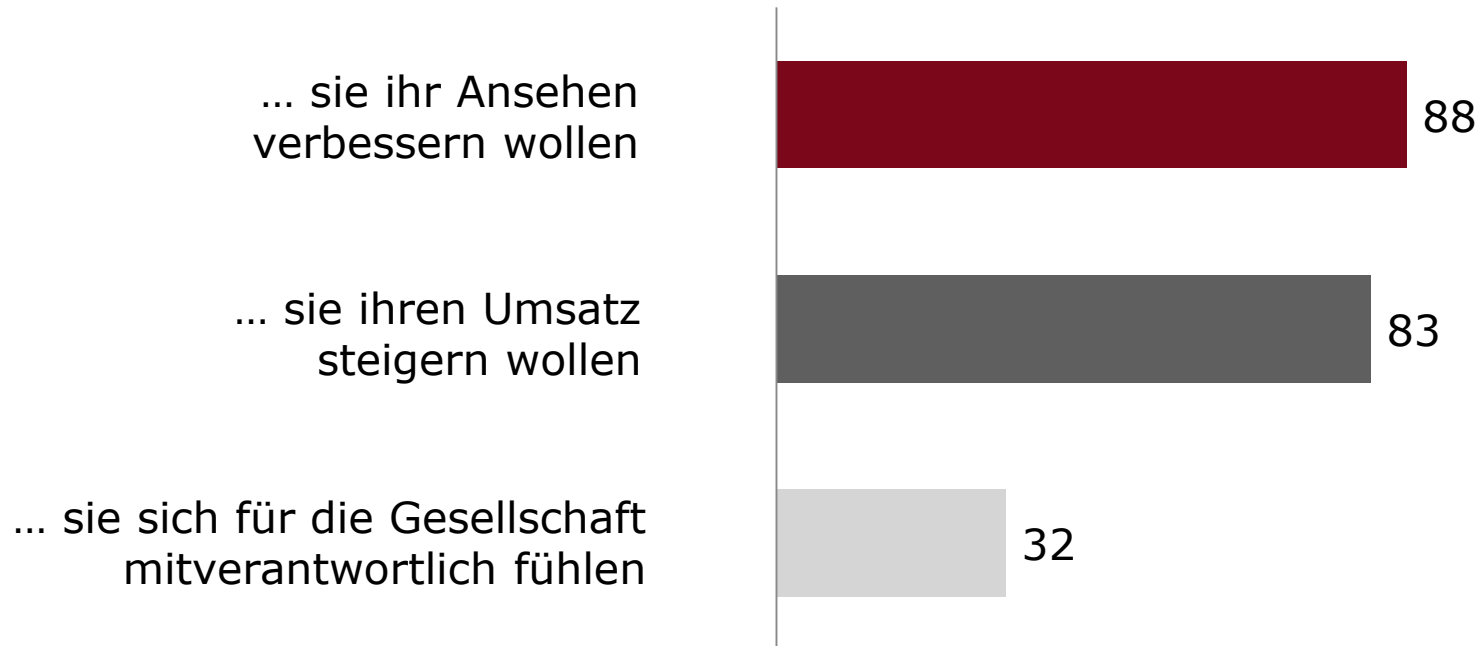


*Dem CSR-Engagement werden oft egoistische Motive unterstellt*

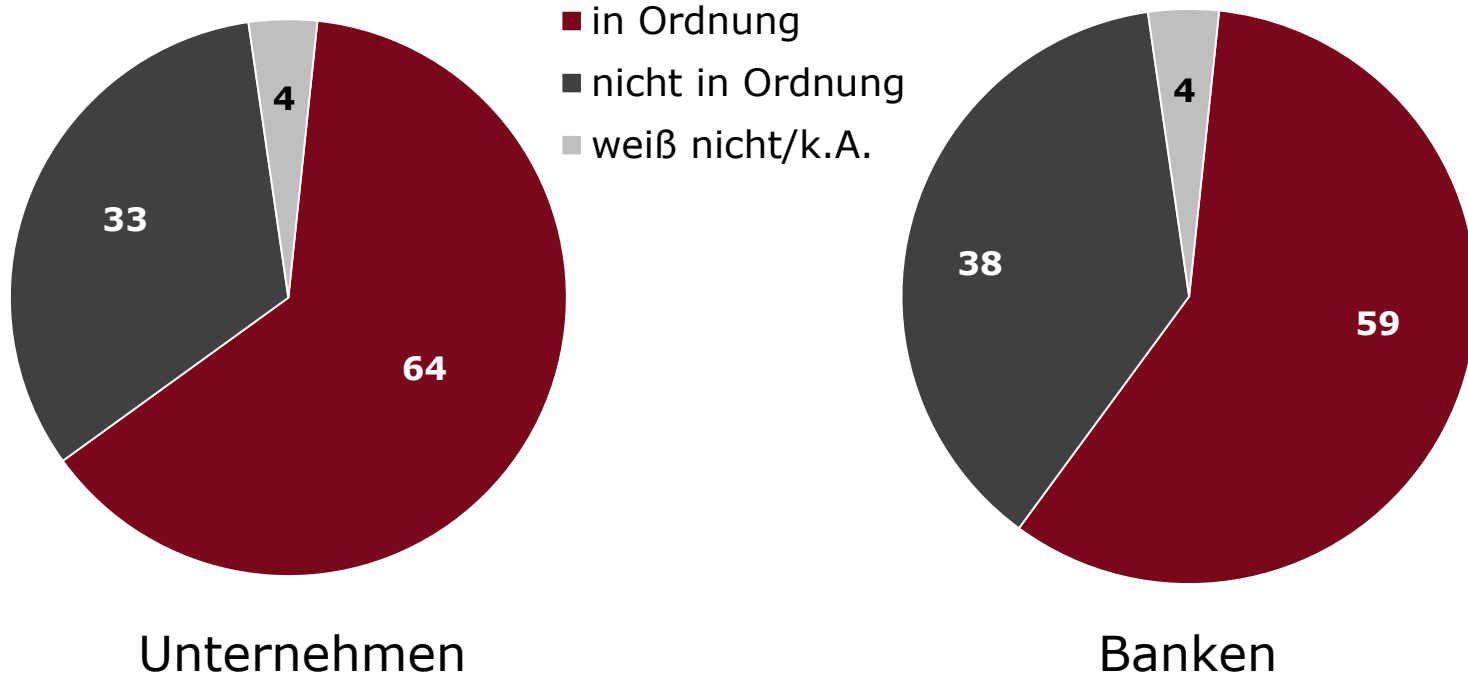
Nur rund ein Drittel der Befragten glaubt, dass sich Banken für die Gesellschaft engagieren, weil sie sich für diese mitverantwortlich fühlen. Hingegen meinen fast neun von zehn Befragten, die Banken würden sich für gesellschaftliche Belange vor allem einsetzen, um ihr Ansehen zu verbessern; acht von zehn nehmen an, es gehe den Banken insbesondere darum, ihren Umsatz zu steigern.

Letzteres halten allerdings die wenigsten Bürger für verwerflich. Für fast zwei Drittel der Befragten (64%) ist es durchaus „in Ordnung“, wenn Unternehmen mit ihrem gesellschaftlichen Engagement gleichzeitig auch geschäftliche Interessen verfolgen. Speziell mit Blick auf Banken sind es 59%, die diese Auffassung vertreten.

„Wenn sich Banken um gesellschaftliche Aufgaben kümmern, dann tun sie das, weil ...“



„Wenn Unternehmen/Banken mit ihrem gesellschaftlichen Engagement geschäftliche Interessen verfolgen, ist das ...“



## Informationen zur Umfrage

Erhebungszeitraum:	Anfang Dezember 2014
Stichprobe:	1.412 Befragte ab 18 Jahren (dt. Wohnbevölkerung) darunter: 710 Personen in der Teilstichprobe „Unternehmen“ 702 Befragte in der Teilstichprobe „Banken“
Erhebungsmethode:	Repräsentative, telefonische Befragung; CATI (Computer-Assisted Telephone Interview)
Auftraggeber:	Bundesverband deutscher Banken, Berlin
Erhebung:	GfK Marktforschung, Nürnberg