

# ESG-PRICING & -PRODUKTBÜNDEL: REGULATORISCHES MUSS ODER STRATEGISCHE CHANCE?

Impulse für eine pragmatische Umsetzung

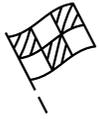
Düsseldorf, den 17.03.2025



# Ausgehend von aufsichtlichen Vorgaben bildet ESG-Pricing auch vertriebliche Impulse

## ESG-Pricing & -Produktbündel – Überblick

### Ausgangslage



Banken mit Nachhaltigkeitsfokus halten rund 40,6 Mrd. € an Kundeneinlagen und vergeben 27,8 Mrd. an Krediten mit ESG-Strategie (2024).<sup>1</sup> Bereits 2022 hat die Deutsche Bank ihr zeitanteiliges Ziel für nachhaltige Kredite und ESG-Anlagen über 200 Mrd. €<sup>2</sup> erreicht (Ziel 2025: 500 Mrd. €)



Seit 2015 stieg das emittierte Volumen an grünen Anleihen in Deutschland von 0,5 auf zeitweise auf 92,4 Mrd. € im Jahr 2022 (Stand 2024: 17,9 Mrd.€)<sup>3</sup>

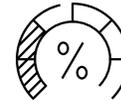


Die Europäische Zentralbank verlangt schon seit 2020, dass im Rahmen der Preisgestaltung Klima- und Umweltrisiken zu berücksichtigen sind (*EZB-Leitfaden Erwartungen 8.5 und 8.6*)



Die EBA-Leitlinie zum ESG-Risikomanagement (*EBA/GL/2025/01*) fordert konkrete Anpassungen der Konditionen / Preise entlang ESG-risikorelevanter und weiterer Faktoren (*Tz. 46b*) sowie die Beachtung der Preisgestaltung im Umsetzungsplan (*Tz. 109d*)

### Was machen EZB-überwachte Banken?<sup>4</sup>



ESG-Scorings werden bei der Festlegung von Kreditkonditionen berücksichtigt (z. B. bei Transformationsfinanzierungen / EPC)



Grüne Einlagen werden ausgegeben, um Refinanzierungskosten zu senken und so an die ökologisch nachhaltigen Finanzierungen weiterzugeben



Bonus-System: Kreditkunden erhalten einen Zinsnachlass bei der Erfüllung festgelegter ESG-Risikokennziffern (z.B. CO<sub>2</sub>-Emission)



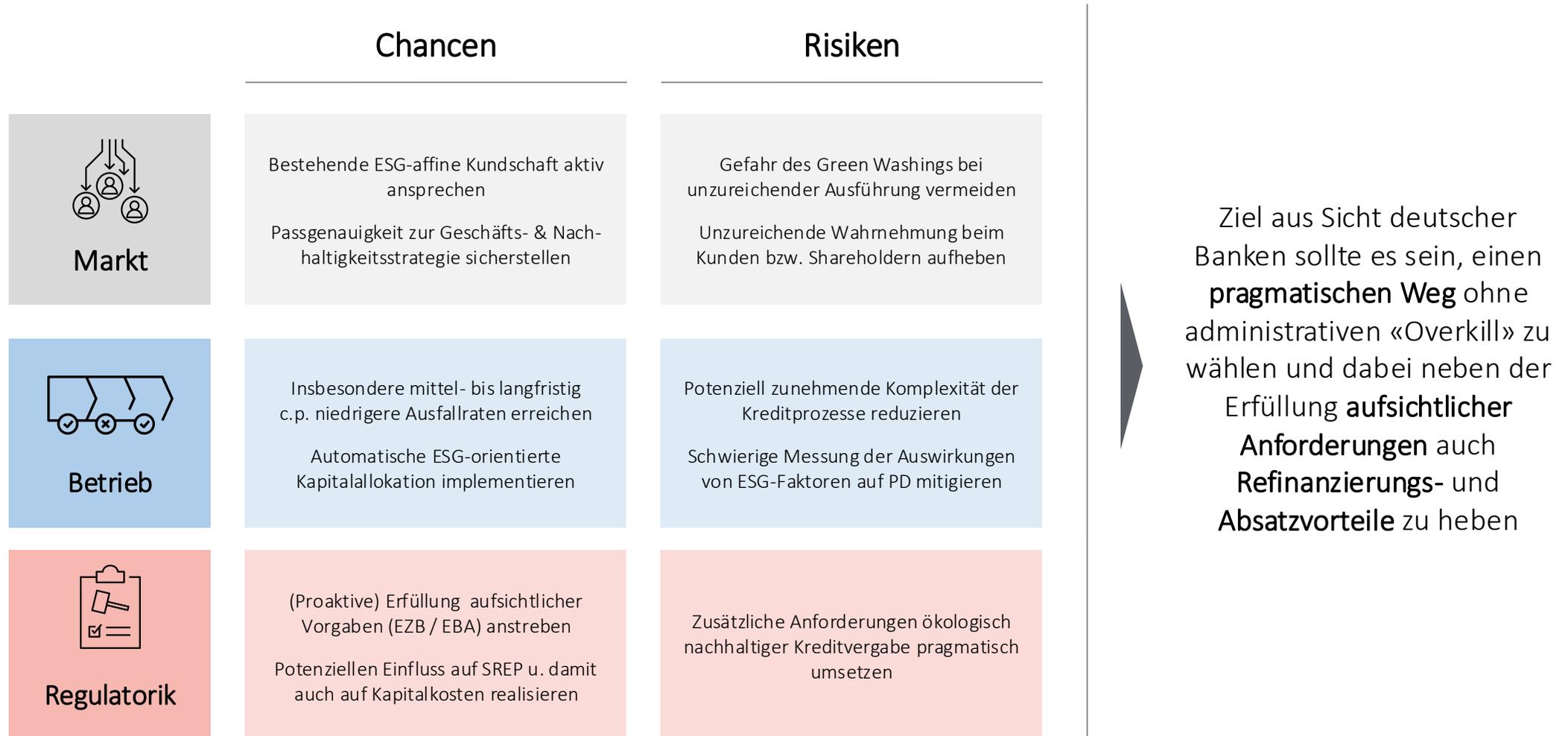
Malus-System: Vereinbarung eines Aufschlages auf den Kreditzins bei Nichterfüllung der festgelegten ESG-Covenants

ESG-orientiertes Pricing bildet wichtigen **aktiven Steuerungsmechanismus** aus Sicht der Aufsicht sowie ein **Differenzierungsmerkmal** für ESG-affine Kunden

<sup>1</sup> FNG – Forum Nachhaltige Geldanlagen (2024), Marktbericht Nachhaltige Geldanlagen 2024    <sup>2</sup> Homepage der Deutschen Bank;    <sup>3</sup> CSDB (2024) zit. nach Bundesbank    <sup>4</sup> EZB (2022), Good practices for climate-related and environmental risk management

# Potenzielle Risiken lassen sich durch ein konzentriertes Vorgehen direkt umgehen

## ESG-Pricing & -Produktbündel – Chancen-Risiko-Profil



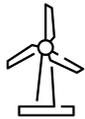
# Pragmatische Ansätze helfen, regulatorische und vertriebliche Potenziale zu heben

## ESG-Pricing & -Produktbündel – Impulse für Institute

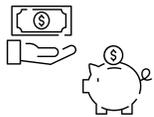
### Was macht Sinn?



Erhöhung der Granularität in Konzeption und Konditionen der in Banken häufig bereits bestehenden grünen Baufinanzierungen, um vertriebliche und regulatorische Stellhebel zu bedienen



Weitere Differenzierung nachhaltiger Vermögensverwaltungen (VV) hinsichtlich der jeweils verfolgten ESG-Kriterien (v.a. Themenschwerpunkte) sowie der möglichen VV-Varianten



Aufbau eines aufeinander abgestimmten Produktportfolios von nachhaltigen Einlagen und Krediten (*sog. ESG-Produktbündel, vergleichbar «Deckungsstock-Prinzip»*)



Sonstige Maßnahmen wie Absatz- / Kapitalkampagnen rund um Mitgliedschaften bei Genossenschaftsbanken (*i.S. Förderauftrag & Konditionenvorteile*) oder regionale Förderprogramme, um so soziale und Governance-Themen (*hier: Regionalprinzip*) zu fördern

### Hintergründe der Impulse

Aus den Erfahrungen von H&C fordert die Aufsicht – v. a. die EZB – mit ESG-Pricing einen Steuerungsmechanismus für ESG-Risiken und stellt hohe Anforderungen an dessen dezidierte, nachvollziehbare und dokumentierte Herleitung und Begründung

Durch Ausdifferenzierungen erhöhen sich der relevante Markt und potenziell Ansprachemöglichkeiten der Kunden. Um gleichzeitig Reputationsschäden (*Stichwort Green Washing*) zu vermeiden, bieten sich externe Prüfungen inkl. Offenlegung (Zertifizierung) an

Stand heute verfügen bereits viele größere Banken bzw. Verbände über Rahmenwerke, die *ESG-Produktbündel* ermöglichen; hinzu kommt, dass nachhaltige Einlagen zunehmend vertriebliche und mediale Präsenz erhalten

Aus der strategischen Ausrichtung liegt es bei deutschen Banken nahe, für ausgewählte Kundengruppen bzw. Shareholder Bonusprogramme aufzusetzen und so den USP der Hausbank auch unter S- und G-Gesichtspunkten zu spielen

# horn & company

Internationale Top-Management-Beratung

DÜSSELDORF | BERLIN | FRANKFURT | HAMBURG | KÖLN | MÜNCHEN | STUTTGART | CHARLOTTE | SINGAPUR | WIEN | ZÜRICH