



**FENNTARTHATÓSÁGI
PERCEPCIÓS INDEX
MAGYARORSZÁG 2023**

**IRÁNYTŰ A MAGYAR
BANKSZÉKTOR ZÖLD ÁTÁLLÁSÁHOZ**

RIPORT

Publikálva: 2023. szeptember



TARTALOM

Előszó	4
Bevezetés	6
Az index eredményeinek összegzése	10
A fenntarthatósági kontextus összefoglalása	14
Szabályozások összefoglalása	14
A fenntarthatósággal kapcsolatos kihívások összefoglalása	15
A Fenntarthatósági Percepció Index eredményei	18
Banki Felkészültségi Percepció	18
Fogyasztói Percepció	30
Átláthatóság	40
Fenntarthatóság az elfogadói tevékenységek során – Áttekintés	48
A fenntarthatóság kontextusa	50
Szabályozások áttekintése	50
A fenntarthatósággal kapcsolatos kihívások	52
Módszertan	54
Hivatkozások	56
Definíciók	58



ELŐSZÓ

Magyarországi Fenntarthatósági Percepciós Index: IRÁNYTŰ A MAGYAR BANKSZÉKTOR ZÖLD ÁTÁLLÁSÁHOZ



Eölyüs Endre,
a Mastercard Magyarországiért
és Szlovéniáért felelős igazgatója

Évekkel ezelőtt lett volna a tökéletes idő, hogy cselekedjünk a klímaváltozás ellen, azonban még most sincs túl késő. A ma véghez vitt cselekedeteink alapvetően befolyásolják a jövő nemzedékeinek életét. Ezért mindannyiunk erkölcsi kötelessége, hogy minden tőlünk telhetőt megtegyünk a földi élet jelenlegi formájában való fenntartásáért.

A fenntartható fejlődéshez, amelynek révén egy zöldebb társadalomra és gazdálkodásra térhetünk át, az üzleti szektor teljes összefogására van szükség, és ez alól a pénzügyi szolgáltatók sem kivételek. A pénzügyi intézmények kulcsfontosságú szerepet játszanak a fenntartható társadalom felé vezető úton, ugyanis a finanszírozási, hirdetési és kommunikációs döntéseik által felhívják a figyelmet a fenntarthatósággal kapcsolatos problémákra. Habár a fenntartható jövő felé vezető út rögös, az emberiségnek végig kell haladnia rajta.

A Mastercard elkötelezte magát amellett, hogy támogassa a pénzügyi szektort ebben a létfontosságú

zöld átállásban, ezért megalkottuk a Fenntarthatósági Percepciós Indexet. Ez az átfogó tanulmány sokoldalú elemzést nyújt a magyar bankszektor környezeti fenntarthatóságáról alkotott percepciójáról. A Mastercard a piac igényeinek, kilátásainak és lehetőségeinek vizsgálatával és összefoglalásával támogatja a bankokat a fenntarthatóbb és zöldebb jövő felé vezető úton.

Az indexben három különböző szempontól vizsgáljuk meg a magyar pénzügyi szektor környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos percepcióját: felmérjük a bankok percepcióját a fenntartható működésükről és kezdeményezéseikről, az ügyfelek percepcióját a bankok fenntarthatósági teljesítményéről, valamint a pénzügyi intézmények átláthatóságát a közzétételi tevékenységeik elemzésével. A Fenntarthatósági Percepciós Index célja, hogy aktuális képet nyújtson a magyar pénzügyi szektor környezeti fenntarthatósági állapotáról mindazoknak, akik érdeklődnek ezen létfontosságú téma iránt.



BEVEZETÉS



Az Egyesült Nemzetek Szervezete 1987. évi meghatározása szerint a fenntarthatóság „kielégíti a jelen szükségleteit anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő nemzedékek esélyét arra, hogy ők is kielégíthessék szükségleteiket” (UN, 2023).

Az ENSZ által megfogalmazott fenntartható fejlődési célok (Sustainability Development Goals, SDG-k) egy 17 összefüggő célból álló keretrendszer, amely segítségével javíthatjuk a világ lakosságának életkörülményeit és csökkenthetjük a klímaváltozás hatásait, azonban a globális felmelegedés egyre növekvő fenyegetése miatt további erőfeszítéseket kell tennünk ezen a területen (UN, 2023).

A fenntarthatóság az első hivatalos meghatározása óta alapvető témává vált a világ piaci szereplői között, a multinacionális óriásvállalatok vezérigazgatóitól egészen a tudatos ügyfelekig. 2023-ra csaknem a világ összes jelentős cége közzéteszi a fenntarthatósági jelentését, és Európa legnagyobb részvénytársaságainak közel egyharmada tett ígéretet arra, hogy 2050-re elérik a nettó zéró kibocsátást (Harvard Business Review, 2022). A baby boomerektől a Z generációig az ügyfelek minden nemzedéke egyre inkább hajlamosabbá válik a fenntartható termékekre, és hűségesebbek azokhoz a cégekhez, amelyek elkötelezték a fenntarthatóság mellett (Forbes, 2022).

Bár a fenntarthatóság egy összetett és folyamatosan változó kérdéskör, ahhoz nem férhet kétség, hogy sürgős és globális lépésekre van szükség ahhoz, hogy elérjük az egész társadalomra kiterjedő fenntartható fejlődést és zöld átállást, nem fosszilis tüzelőanyagokon és a természeti erőforrások nem túlzott felhasználásán alapul (Finnish Ministry of the Environment, 2023). Ennek eredményeképp számos egyezmény és összefogás jött létre, amelyek a kormányzati szervezetek és vállalatok a klímaváltozás

elleni cselekvésre ösztönzik. Az egyik legismertebb ilyen egyezmény a Párizsi Megállapodás, egy jogilag kötelező erejű szerződés, amelynek célja a globális hőmérséklet emelkedésének 1,5 °C alatt tartása az iparosodás előtti szinthez képest (UNDP, 2015).



A pénzügyi intézmények kulcsfontosságú szerepet játszanak a klímaváltozás elleni harcban a fogyasztói szokásokra gyakorolt hatásukkal és a vállalatok finanszírozásával. Ezért a klímasemléses bankolás egy fontos lépés a klímaválság megelőzésében, amely egyúttal a bankok számára is potenciális előnyt jelent.

A klímasemléses bankolás nemcsak további üzleti lehetőségeket teremt a pénzügyi intézmények számára (pl. új ügyfelek, új piacok, új zöld termékek stb.), de lehetővé teszi a hatékonyabb kockázatkezelést is, miközben biztosítja a kapcsolódó fenntarthatósági szabályozásoknak való megfelelést. A környezeti fenntarthatóság prioritizálása egyúttal csökkentheti az információs aszimmetriát az értékláncban és a pénzügyi szolgáltatások ágazatában, ezáltal növelve az átláthatóságot és enyhítve az adatok elérhetőségére vonatkozó kihívásokat. Ezenfelül a fenntartható márkák vonzóbbak az ügyfelek, valamint a potenciális alkalmazottak és befektetők számára is, így hosszú távon növelik a márka értékét (Forbes, 2022).

Az adatok közzététele elengedhetetlen a fenntartható fejlődéshez. A fenntarthatósági jelentésekre vonatkozó követelmények napról napra szigorodnak az olyan szabályozásoknak köszönhetően, mint a pénzügyi szolgáltatási ágazatban fenntarthatósággal kapcsolatos nyilvánosságra hozatalról szóló rendelet (Sustainable Finance Disclosure Regulation, SFDR) és a vállalati fenntarthatósági jelentési irányelv

(Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD). Ezek és más irányelvek azt az üzenetet közvetítik, hogy a vállalati szektorban minden cégnek proaktív módon részt kell vennie a klímaváltozás ellen vívott harcban azáltal, hogy hangsúlyt helyeznek a fenntartható működésre. Bár a jelentésekre vonatkozó követelmények folyamatosan változnak az átláthatóság növelése érdekében, a klímasemlésesség jelenleg önkéntes alapú, és az Európai Unió és a magyar jogszabályok nem írják elő kötelezően (Green Policy Center, 2022).

Ez a riport támogatja a magyar pénzügyi szolgáltatási szektor zöld átállását, amely egybeesik a Mastercard fenntarthatósági küldetésével: „*doing well by doing good*”. Küldetésünk, hogy segítsünk az embereknek kibontakoztatni a bennük rejlő potenciált, törekedjünk a méltányos életszínvonal elérésére szerte a világon, és innovatív megoldásokat alkalmazzunk a bolygó védelmének érdekében. Míg az ESG-keretrendszer (környezet, társadalom, vállalatiirányítás) minden szempontja egyaránt fontos, ez a riport a környezeti fenntarthatóságra fókuszál olyan témákon keresztül, amelyek érintik többek között az üvegházhatásúgáz-kibocsátást, a klímaváltozást, az erdőirtást, a biodiverzitást, a hulladéktermelést, a környezetszennyezést és az erőforrások kimerülését.

Bár a pénzügyi intézmények számára minden fogyasztó kulcsfontosságú – a magánszemélyek (egyéni vagy lakossági banki ügyfelek) és a vállalati ügyfelek (kis- és középvállalkozások és nagyvállalatok) egyaránt –, ez a riport a B2C (magánszemélyek) szegmensre összpontosít, mivel az a folyamatosan növekvő igények miatt központi szerepet tölt be a fenntarthatóság előmozdításában.



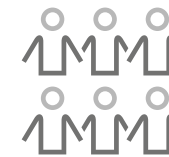
A Mastercard Fenntarthatósági Percepció Indexének célja, hogy egy percepció alapuló pillanatképet nyújtson a magyar bankszektor környezeti fenntarthatósági teljesítményéről.

Az index egy objektív kritériumrendszer szerint értékeli a bankok környezeti fenntarthatóságért tett aktuális lépéseit (önbevallású adatok alapján), a fogyasztók percepcióját a magyar bankok környezeti fenntarthatósági teljesítményéről, valamint a bankok átláthatóságát (a bankok fenntarthatósági jelentései alapján). Az index egy 1-től 100-ig terjedő skálán felméri a magyar bankszektor környezeti fenntarthatósági teljesítményének megítélését három fő dimenzió szerint.



BANKI FELKÉSZÜLTSGÉI PERCEPCIÓ

A magyar bankok jelenlegi teljesítménye a környezetvédelmi fenntarthatóság terén önbeművelés alapján (a saját percepciójuk szerint)



FOGYASZTÓI PERCEPCIÓ

Fogyasztói percepció a magyar bankszektor környezeti fenntarthatósági teljesítményéről



ÁTLÁTHATÓSÁG

A magyar bankok nyilvános környezeti fenntarthatósági tájékoztatásának értékelése a fenntarthatósági jelentéseik alapján

BEVEZETÉS

A RIPORTBAN BEMUTATOTT FŐ KÉRDÉSEK:

Hogyan látják a magyar kibocsátó bankok a saját teljesítményüket a környezeti fenntarthatóság tekintetében?

Mely környezeti fenntarthatósági kezdeményezések vannak jelen leggyakrabban a magyar kibocsátó bankoknál?

Melyek a fő eltérések a bankok és a fogyasztók percepciója között a magyar bankszektor környezeti fenntarthatósági teljesítménye tekintetében?

Hogyan ítélik meg a fogyasztók a bankszektort a környezeti fenntarthatóság szempontjából, és mik a fenntarthatósággal kapcsolatos elvárásaik?

Hogyan fejlődhetnek tovább a pénzügyi intézmények környezeti fenntarthatóság szempontból a fogyasztók véleménye szerint?

Milyen bevált gyakorlatokat alkalmazhatnának a magyar bankok a fenntarthatósági jelentéseik fejlesztése érdekében?

Ez a riport összefoglalja az index eredményeit, valamint bemutatja a fő komponenseit és azon mutatóit, amelyek felmerültek a magyar bankszektor környezeti fenntarthatósági teljesítményével kapcsolatos percepciók számszerűsítése során. A tanulmány felépítése a következő:

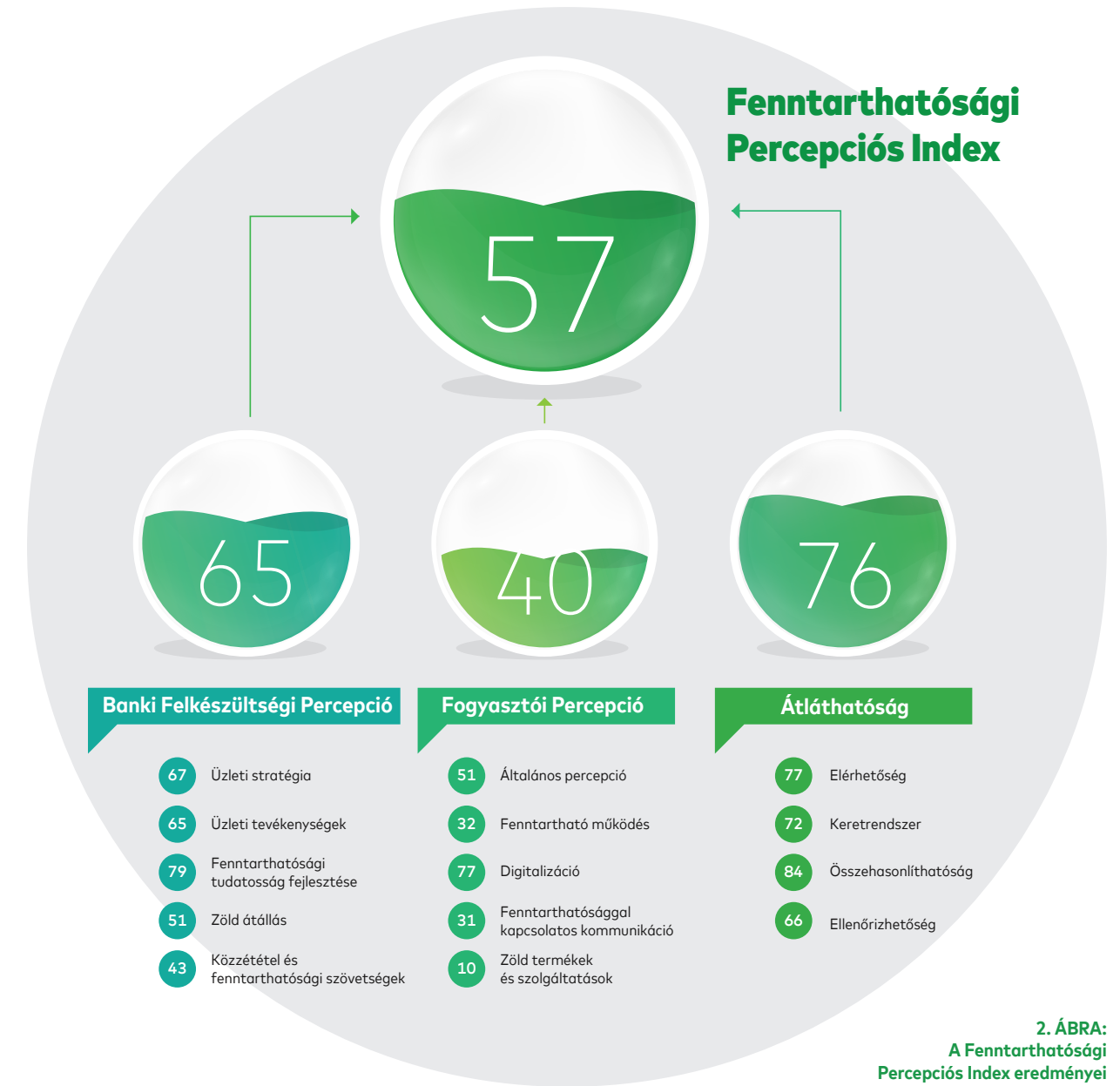
- 1 A 2023-as index eredményeinek összegzése
- 2 A főbb fenntarthatósági szabályozások és a bankok fenntarthatósággal kapcsolatos legnagyobb kihívásainak összegzése
- 3 Az egyes pillérek részletes bemutatása, amely további betekintést nyújt az index fő alkotóelemeibe
- 4 A Magyarországon működő elfogadó szereplők környezeti fenntarthatósági kezdeményezéseinek áttekintése
- 5 A fenntarthatóság részletes háttere, az Index módszertana és a felhasznált források

Minden elemzés, megállapítás és következtetés a Mastercard munkája és szellemi tulajdona.

AZ INDEX EREDMÉNYEINEK ÖSSZEGZÉSE

“ 2023-ban a Fenntarthatósági Percepciós Index 57 pontot ért el a 100-ból.

Ezt az eredményt az egyes pillérek pontjaiból számítottuk: 65 pontot ért el a Banki Felkészültségi Percepció, 40-et a Fogyasztói Percepció és 76-ot az Átláthatóság alindex. Az alindexek együttesen egy több szempontú értékelést mutatnak a magyar kibocsátó bankok környezeti fenntarthatósági teljesítményének megítéléséről. Ezenkívül megvizsgálják az egyes pillérek egyedi részleteit, és jövőbeli fejlődési lehetőségeket fogalmaznak meg mindhárom pillérhez.



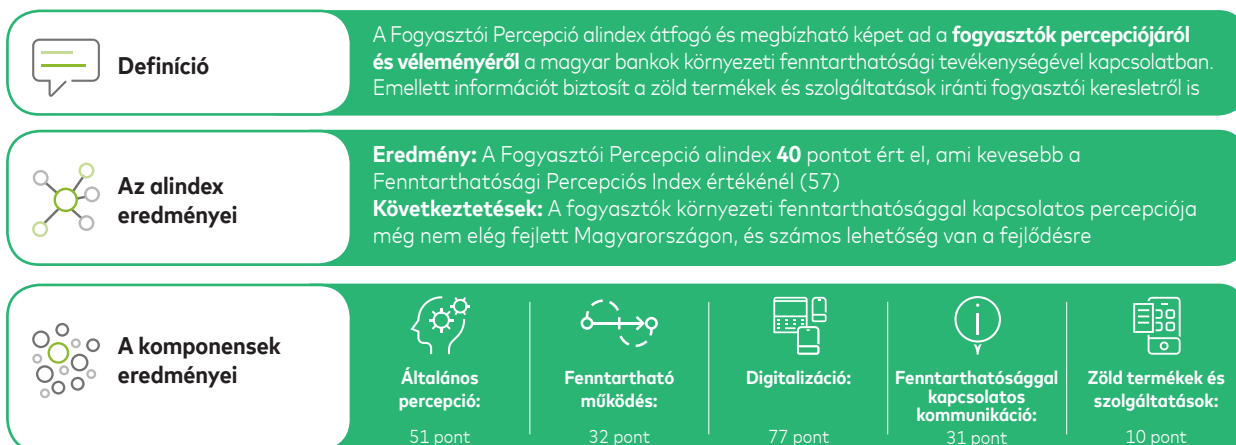
2. ÁBRA: A Fenntarthatósági Percepciós Index eredményei

BANKI FELKÉSZÜLTSGEI PERCEPCIÓ:

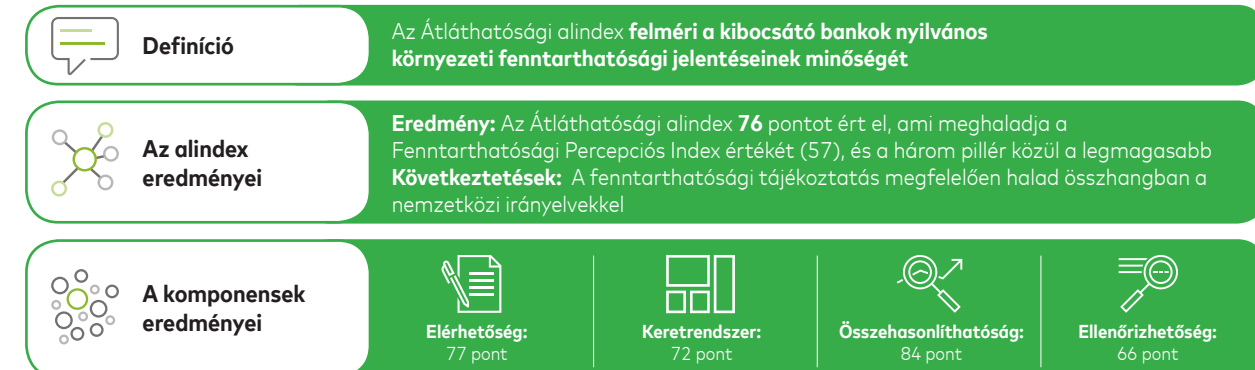
A Banki Felkészültségi Percepció pillér, amely 65 pontot ért el, azt mutatja, hogy a magyar bankok már tettek bizonyos intézkedéseket és lépéseket azért, hogy a működésük környezeti szempontból fenntarthatóbbá váljon. A szabályozási törekvések, a nemzetközi kezdeményezések és a versenytársak innovációi azt sugallják, hogy ez a pillér további fejlődést fog mutatni az elkövetkezendő években.

**FOGYASZTÓI PERCEPCIÓ:**

A Fogyasztói Percepció pillér 40 pontot ért el, amelyből két következtetést vonhatunk le. Először is, hogy még mindig jelentős a különbség a bankok és a fogyasztók percepciója között a magyar pénzügyi intézmények környezeti fenntarthatósági teljesítményére vonatkozóan. Másodszor, hogy további fejlődésre van szükség a magyar fogyasztók fenntarthatósággal kapcsolatos ismereteiben és hozzáállásában. Mivel az ismeretszerzés előreláthatóan hosszú távú folyamat, ezen a területen továbbra is jelentős a növekedési potenciál.

**ÁTLÁTHATÓSÁG:**

Az Átláthatóság pillér 76 pontot ért el, ami azt sugallja, hogy a megkérdezett bankok már jelentős előrelépést tettek a közzététellel kapcsolatos tevékenységeikben. A növekvő közzétételi követelmények és befektetői elvárások fényében ez a pillér előreláthatóan tovább fog fejlődni a jövőben.



A Banki Felkészültségi Percepció és az Átláthatóság pillér előreláthatóan tovább fog fejlődni részben a szabályozási követelményeknek, valamint a fogyasztók és a befektetők egyre növekvő elvárásainak köszönhetően. A magyar bankok még inkább hozzájárulhatnak a fenntartható fejlődéshez, ha kiaknázzák a riportban megemlített fejlesztési lehetőségeket. A fogyasztók percepciója és ismerete a fenntarthatóságról előreláthatóan lassabb ütemben fog változni, azonban a pénzügyi intézmények hatékonyabb kommunikációval és tájékoztatással felgyorsíthatják a tudatosság terjedését.

3 KEZDEMÉNYEZÉS, AMELY JAVÍTHATJA A PÉNZÜGYI INTÉZMÉNYÉNEK FENNTARTHATÓSÁGI TELJESÍTMÉNYÉT

Azonosítottunk három fő kezdeményezést, amelyek segítségével tovább javíthatja a pénzügyi vállalata fenntarthatósági teljesítményét és annak percepcióját.

1. Több zöld termék és szolgáltatás kínálata:

A fenntartható termékek és szolgáltatások üzleti lehetőségeket teremtenek a pénzügyi vállalatok számára. Minden ötödik fogyasztó venne igénybe legalább egy olyan terméket, amely környezetvédelemmel kapcsolatos (pl. virtuális és zöld kártyák vagy zöld megtakarítási számla), azonban a magyar bankok jelenleg csak korlátozott számban kínálnak ilyen jellegű megoldásokat. Ezenkívül az új vállalati termékek előremozdíthatják a cégek zöld átállását, ugyanis a vállalatoknak általában külső finanszírozásra van szükségük ahhoz, hogy klímaváltozás elleni lépéseket tegyenek; ezzel egy időben a bankok fenntarthatósági teljesítményét is javíthatják a jobb zöldeszköz-aránnyal és a finanszírozott közvetett kibocsátások (Scope 3) csökkentésével.

2. Ügyfelek tájékoztatása a fenntarthatóságról:

Az ügyfelek keveset tudnak a fenntarthatóságról, ezért kulcsfontosságú az ezzel kapcsolatos tájékoztatás és kommunikáció. A zöld

üzleti tevékenységeket bemutató kommunikáció növelheti a fenntarthatóság percepcióját, amely vonzóbbá teszi az adott márkát. Emellett, ha a vállalatok megismertetik az ügyfeleiket az elérhető zöld termékekkel, azzal egy pozitív cikust hoznának létre, amelyben a tudatosabb és tájékozottabb fogyasztók fenntarthatóbb megoldásokat igényelnének a bankoktól. Ezenfelül a vállalati fogyasztók tájékoztatása növelheti a (B2B) zöld termékek iránti keresletet, illetve a zöld termékek igénybevételére jogosult vállalkozások számára, ezáltal elősegítve a fenntartható finanszírozást.

3. Törekedés a teljes átláthatóságra:

Mivel a fenntarthatóság fontos téma a fogyasztók, az alkalmazottak és a befektetők számára, a vállalat saját érdeke, hogy a környezeti fenntarthatósági teljesítménye átlátható legyen. A magyar pénzügyi intézmények tovább javíthatják a környezeti fenntarthatósági teljesítményüket és átláthatóságukat azzal, hogy meghatározzák, ellenőrzik és közzéteszik a legfontosabb fenntarthatósági teljesítménymutatóikat a helyi (leánybanki) fenntarthatósági jelentéseikben, valamint megosztják a fenntarthatósági stratégiájukat és a környezetre gyakorolt hatásukat is az éves (pénzügyi) jelentésükben egy integrált jelentés formájában.

A FENNTARTHATÓSÁGI KONTEXTUS ÖSSZEFOGLALÁSA

Ez a fejezet összefoglalja a fenntarthatóság szabályozási hátterét (2023. júniusi adatok alapján), valamint azok főbb kihívásait, amelyek hatással vannak a pénzügyi intézményekre. A szabályozási háttérrel és a kihívásokról a *Fenntarthatósági kontextus* fejezetben olvashat többet.

SZABÁLYOZÁSOK ÖSSZEFOGLALÁSA



A pénzügyi intézmények központi szerepet játszanak a klímaváltozás elleni harcban és a globális felmelegedés visszaszorításában a fogyasztói szokásokra és a vállalatok finanszírozására való befolyásuk által. Számos szabályozás és irányelv ösztönzi a pénzügyi intézményeket a fenntarthatóbb működésre és a környezetre gyakorolt hatásuk közzétételére.

Az 1. táblázat összefoglalja a legfőbb olyan szabályozást, amely a gazdaságot és a pénzügyi intézményeket a fenntarthatóbb jövő felé tereli.

	NFRD	SFDR (2. szint)	CSRD
ÖSSZEGZÉS	A nem pénzügyi jelentési irányelv (Non-Financial Reporting Directive, NFRD) előírja a nagyvállalatok számára, hogy közzétegyék a környezetre, a társadalomra, az alkalmazottakkal való bánásmódra, az emberi jogok tiszteletben tartására, a korrupció elleni küzdelemre, a megvesztegetésre és a vállalati vezetés diverzitására vonatkozó információkat	A pénzügyi szolgáltatási ágazatban fenntarthatósággal kapcsolatos nyilvánosságra hozatalról szóló rendelet (Sustainable Financial Disclosure Regulation, SFDR) 1. szintjével szemben a 2. szint előírja az SFDR szabályozástechnikai szabványainak kötelező teljesítését, amely meghatározza a közzétendő információk pontos tartalmát, módszertanát és bemutatását, ezáltal javítva az összehasonlíthatóságot	A vállalati fenntarthatósági jelentési irányelv (Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD) váltja fel az NFRD-t, és erősíti a cégek (többek között a tőzsdén jegyzett kkv-k) fenntarthatósági jelentéseire vonatkozó követelményeket. A vállalati jelentéseknek meg kell felelniük a fenntarthatósági jelentésekre vonatkozó európai szabványoknak (European Sustainability Reporting Standards, ESRS), és a jelentéseket külső félnek is hitelesítenie kell
SZABÁLYOZOTT SZEREPLŐK	Nagyvállalatok több mint 500 alkalmazottal, többek között: – Tőzsdén jegyzett vállalatok – Bankok – Biztosítási cégek	Pénzügyi szolgáltatók több mint 500 alkalmazottal (pl. bankok, biztosítók, befektetési vállalkozások stb.)	– Tőzsdén jegyzett vállalatok – Bankok – Biztosítási cégek – Tőzsdén jegyzett kis- és középvállalkozások
HATÁLYBALÉPÉS	2014. december 5.	2023. január 1.	2023. január 5.
JELENTÉSI KÖTELEZETTSÉG HATÁRIDÉJE	2018 (a 2017-es pénzügyi évre) (A CSRD hatályba lépése miatt nincsenek további határidők)	2023. június 30. (Végső dátum a pénzügyi szolgáltatók számára, hogy közzétegyék a teljesítményüket az SFDR szabványai szerint)	Az NFRD hatálya alá tartozó vállalatok számára: 2025 (a 2024-es pénzügyi évre) Az NFRD hatálya alá nem tartozó vállalatok számára (kivéve a tőzsdén jegyzett kkv-kat): 2026 (a 2025-ös pénzügyi évre) A nyilvánosan jegyzett kkv-k számára: 2027 (a 2026-os pénzügyi évre) (Korábbi közzététel várható a nagyobb cégeknek szolgáltató vállalatoknál)

1. TÁBLÁZAT: A pénzügyi szolgáltatási szektort érintő fontos ESG-szabályozások | Forrás: European Commission, 2023b

A FENNTARTHATÓSÁGGAL KAPCSOLATOS KIHÍVÁSOK ÖSSZEFOGLALÁSA

Mivel a pénzügyi szektor jövőjét a fenntartható finanszírozás és a klímasemleges bankolás fogja meghatározni, a pénzügyi intézményeknek jelentős módosításokat kell végrehajtaniuk a működési folyamataikban ahhoz, hogy javítsák a környezeti fenntarthatósági teljesítményüket. Ezek a módosítások komoly kihívásokkal járnak, amelyek lelassíthatják a bankokat a fenntartható működés felé vezető úton. A 3. ábra összefoglalja az interjúk alapján megállapított főbb kihívásokat, amelyekkel a bankoknak meg kell küzdeniük.



Az adatok elérhetősége

A fenntarthatósággal kapcsolatos **adatok hiánya** (pl. ESG besorolás, kibocsátási adatok stb.) **kihívásokat** eredményez a **zöld hitelezés, hitelebírálás és a bank saját kibocsátásának meghatározása terén**

Főbb érintett szegmensek



Vállalkozások

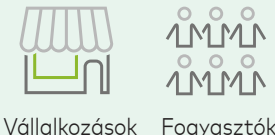
Bankok



Ismeret

A vállalati és lakossági ügyfeleknek **nincs elegendő információjuk** a fenntarthatóságról, ami hatással van a zöld termékek keresletére és azok elterjedésére, miközben ez a vállalkozások **jelentési képességeit is hátrányosan érinti**

Főbb érintett szegmensek



Vállalkozások

Fogyasztók



Hozzáállás

A fenntarthatósággal kapcsolatos témákat illetően **szűkösen rendelkezésre álló erőforrások**, valamint **a koordinált és szabályozott megközelítés hiánya** a bankszektorban (pl. az azonos hitelezési gyakorlatok) szintén **kihívást jelentenek**

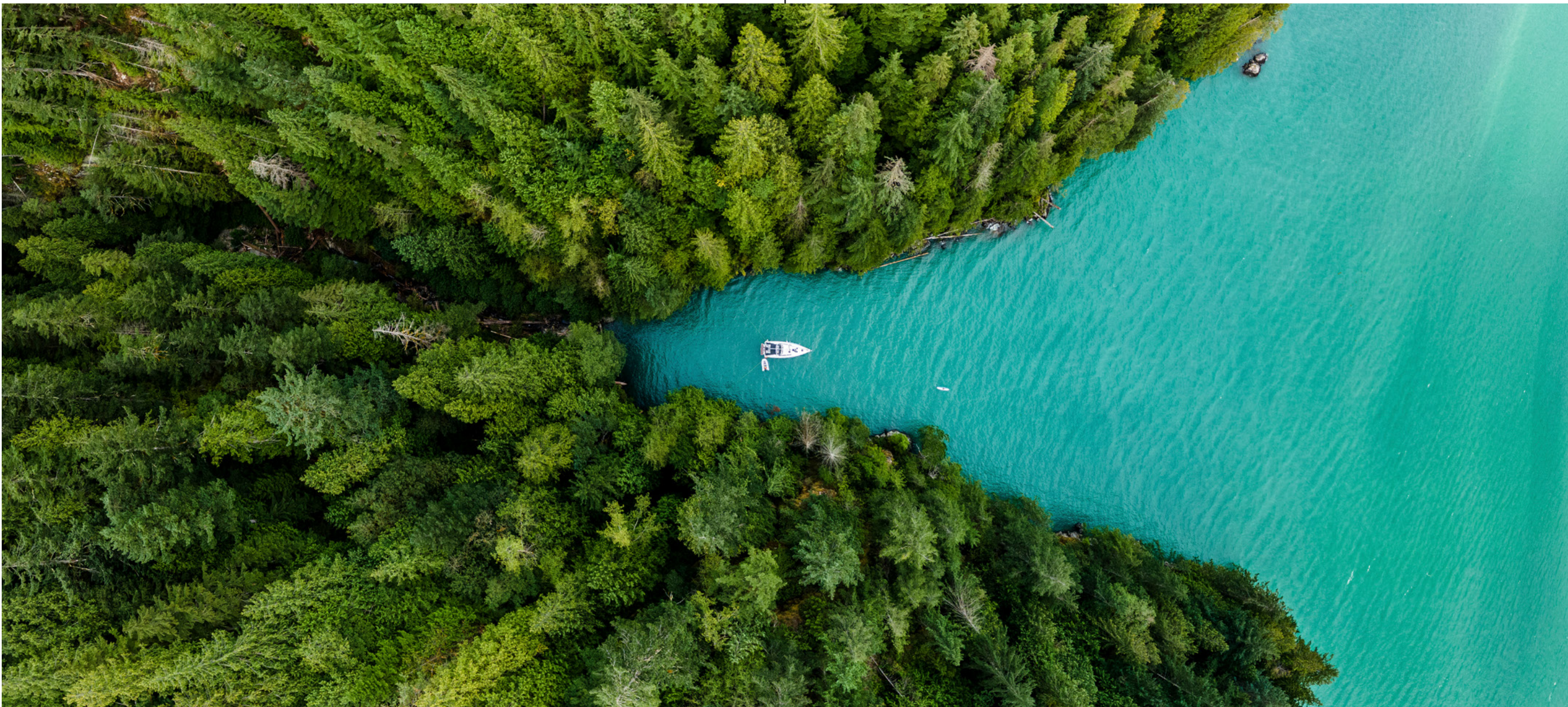
Főbb érintett szegmensek



Vállalkozások

Bankok

3. ÁBRA: A főbb fenntarthatósággal kapcsolatos kihívások a magyar bankszektorban



A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI

BANKI FELKÉSZÜLTSGÉGI PERCEPCIÓ

Alindex összegzése

 Definíció	A Banki Felkészültségi Percepció alindex önbevallású adatok alapján méri fel a magyar kibocsátó bankok aktuális környezeti fenntarthatósági teljesítményét
 Az alindex eredményei	Eredmény: A Banki Felkészültségi Percepció alindex végső pontszáma 65 , ami felülmúlja a Fenntarthatósági Percepciós Index összesített pontszámát (57) Következtetések: A magyar bankok aktív lépéseket tesznek a környezeti fenntarthatóság terén, ezzel együtt továbbra is van lehetőség a fejlődésre

4. ÁBRA: A Banki Felkészültségi Percepció pillérből levont legfontosabb következtetések

DEFINÍCIÓK ÉS CÉLOK

A Banki Felkészültségi Percepció alindex önbevallású adatok alapján méri fel a magyar kibocsátó bankok aktuális környezeti fenntarthatósági teljesítményét. Ez a pillér öt komponensből áll:

Üzleti stratégia: Összefoglalja, hogy a környezeti fenntarthatóság milyen mértékben van jelen a megkérdezett bankok üzleti stratégiáiban és pénzügyi terveiben.

Üzleti tevékenységek: Megvizsgálja, hogy a bankok hogyan ültetik át a stratégiájukat az üzleti tevékenységeikbe; meghatároznak-e akcióterveket és fenntarthatósági teljesítménymutatókat, valamint monitorozzák és auditálják-e azokat; illetve figyelembe veszik-e a fenntarthatósági szempontokat a finanszírozott szervezetek és beszállítók kiválasztása során.

Fenntarthatósági tudatosság fejlesztése: Megvizsgálja, hogy a bankok milyen lépéseket tesznek a cégen belül (pl. az alkalmazottaik felé) és kívül (pl. az ügyfelek felé) a környezeti fenntarthatóság fontosságának tudatosításáért.

Zöld átállás: Megvizsgálja, hogy a bankok mennyire tartják szem előtt a fenntarthatóságot a hitelezési folyamatuk

során (beleértve a hitelminősítést is), és felméri a bankok zöld termék- és szolgáltatásportfólióját.

Közzététel és fenntarthatósági szövetségek: Áttekinti a kibocsátó bankok fenntarthatóság-központú szövetségi tagságait, a fenntarthatósági jelentésen felüli közzétételi tevékenységeit és a vonatkozó ESG-szabályozásoknak való megfelelését.

Ebben az áttekintésben a Mastercard a saját kutatásából származó adatokat (interjúkat és az érintett bankokkal végzett felméréseket) használta fel a nyilvános tanulmányok és jelentések (pl. MNB, CDP) mellett.

Az alindex elsődleges célja annak felmérése, hogy a magyar bankok hogyan ítélik meg a saját környezeti fenntarthatósági felkészültségüket. Ez a szakasz a következőkhöz hasonló kérdéseket elemez:

- Mi a magyar bankszektor percepciója a környezeti fenntarthatósági felkészültségéről?
- Mely környezeti fenntarthatósági kezdeményezések vannak jelen leggyakrabban a magyar kibocsátó bankoknál?
- A magyar bankok milyen aspektusokban teljesítenek a legjobban, és mely területekben rejlik a legtöbb fejlődési potenciál?



Banki Felkészültségi Percepció

- 67 Üzleti stratégia
- 65 Üzleti tevékenységek
- 79 Fenntarthatósági tudatosság fejlesztése
- 51 Zöld átállás
- 43 Közzététel és fenntarthatósági szövetségek

5. ÁBRA:
A Banki Felkészültségi Percepció pillér eredményei

A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI

ÜZLETI STRATÉGIA

Az üzleti stratégia komponens 67 pontot ért el, ezzel kissé megelőzve a Banki Felkészültségi Percepció alindexet, amely 65 pontot kapott. Ez azt jelenti, hogy a megkérdezett bankok az átlagnál jobb teljesítményt nyújtanak a környezeti fenntarthatóságra vonatkozó stratégiai tervek terén, azonban továbbra is van lehetőség a fejlődésre.

A megkérdezett magyar kibocsátó bankok 90 százaléka határozott meg ESG-stratégiát, amely megfelel az üzleti céljaiknak és a Párizsi Megállapodásnak. Az Egyesült Nemzetek Szervezete Principles for Responsible Banking keretrendszerének egyik elvárása, hogy a fenntartható stratégia megfeleljen az ENSZ fenntartható fejlődési céljainak (Sustainable Development Goals,

SDG-k) és a Párizsi Megállapodásnak (UNEP Finance Initiative, 2019). Ez azt mutatja, hogy a legtöbb magyar bank lépéseket tesz annak érdekében, hogy megfeleljen ezen alapelveknek.

A felmérésben részt vevő összes bank honlapja tartalmaz összefoglalót a fenntarthatósági stratégiájukról, ahol az ügyfelek könnyedén további információkhoz juthatnak a témával kapcsolatban. A megkérdezett bankok stratégiái a környezeti fenntarthatóság különböző szempontjaira összpontosítanak. Csaknem mindegyik bank részletezi az üvegházhatású gázok kibocsátására vonatkozó tervét, amellyel kimutatják elköteleződésüket a közvetlen és közvetett kibocsátás (Scope 1, 2 és 3) csökkentése iránt.

KIBOCSÁTÁS TÍPUSAI (SCOPE)	DEFINIÓ
SCOPE 1	Közvetlenül kibocsátott üvegházhatású gázok egy vállalat tulajdonában vagy irányítása alatt álló forrás által (pl. iroda, céges autó)
SCOPE 2	Közvetett kibocsátás elektromosság, gőz, hűtés vagy fűtés vásárlása és saját célra történő felhasználása során (pl. irodai fűtés)
SCOPE 3	Minden más közvetett kibocsátás, amely egy vállalat upstream (pl. alkalmazottak ingázása, üzleti utazások, megvásárolt termékek és szolgáltatások) vagy downstream tevékenységeiből (pl. befektetések, az értékesített termékek hulladékkezelése) ered

2. TÁBLÁZAT: Kibocsátási típusok meghatározása | Forrás: Carbon Trust, 2021

A megkérdezett bankok közel kétharmada rendelkezik energiahatékonysági és szén-dioxid kiegyenlítési tervvel. Potenciális fejlődési terület lehet a kevésbé gyakori környezeti fenntarthatósági tervek, például a körforgásos gazdaságra, a víztakarékosságra vagy a biodiverzitás védelmére vonatkozó tervek létrehozása. Ezzel a bankok még inkább kifejezhetnék a fenntarthatóság melletti elkötelezettségüket, annak ellenére, hogy ezekre a területekre kisebb közvetlen hatásuk van.

A magyar bankok háromnegyede kötelezettséget vállalt a nettó zéró kibocsátás elérésére. Általánosságban az a céljuk, hogy az európai zöld megállapodásnak megfelelően

2030-ra elérjék a nettó zéró közvetlen kibocsátást, 2050-re pedig a portfóliójukból eredő nettó zéró kibocsátást (European Commission, 2020a). A bankok kissé konzervatívabban köteleződnek el a közvetett kibocsátások csökkentése mellett, ugyanis azok a mérőszámok az összes finanszírozott vállalatra kiterjednek, akiknek a környezetre gyakorolt hatását nehéz mérni a korlátozottan elérhető adatok és az ügyfelek alacsony tájékozottsága miatt. Végezetül a legtöbb magyar bank már elkülönített bizonyos pénzügyi forrásokat leánybanki szinten is, hogy elérjék a fenntarthatósági stratégiában kitűzött céljaikat.

ÜZLETI TEVÉKENYSÉGEK

Az üzleti tevékenységek komponens 65 pontot ért el, amely egyenlő a Banki Felkészültségi Percepció alindex által elért pontszámmal. Ez arra enged következtetni, hogy a bankok további lépéseket tehetnének a működési eredményeik javítása érdekében azért, hogy meghatározzák és megfigyelik a célértékeket, vagy fenntarthatósági gyakorlatokat követelnek meg a beszállítóktól, a partnerektől és a finanszírozott szervezetek kiválasztásakor.

Minden megkérdezett magyar bank rendelkezik fenntarthatóságért felelős vezetővel, aki felügyeli a bank fenntarthatósággal kapcsolatos tevékenységeit. A megkérdezett bankok több mint 60 százaléka rendelkezik egy fenntarthatóságért felelős csapattal is, míg néhány esetben a fenntarthatósági vezető nemcsak a fenntarthatósággal kapcsolatos témakörökért felelős, hanem más területekért is (pl. kockázatkezelés, stratégia stb.).

Eltérés figyelhető meg a megkérdezett bankok akciótervei között, amelyek elengedhetetlenek a környezeti fenntarthatósági stratégiájukban kitűzött célok eléréséhez. A részt vevő bankok fele konkrét lépéseket és terveket fogalmazott meg annak érdekében, hogy végrehajtsa a környezeti fenntarthatósági stratégiáját és annak komponenseit. A bankok másik fele meghatározott néhány szükséges lépést és tevékenységet, de még nem rendelkezik átfogó akciótervvel – ez szintén egy potenciális fejlődési terület. Összességében azonban a bankok elköteleződést mutatnak az iránt, hogy végrehajtsák a stratégiájukban megfogalmazott környezeti fenntarthatóságra vonatkozó céljaikat. A megkérdezett bankok háromnegyede már megkezdte az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentését, ami újabb bizonyítéka a nettó zéró kibocsátásra vonatkozó célok melletti elköteleződésüknek. További lépés lehetne a környezeti fenntarthatóság egyéb területeire, például az energiahatékonyság, a víztakarékosság, a biodiverzitás és a körforgásos gazdaság területére vonatkozó tervek végrehajtása.

A megkérdezett bankok körülbelül 60 százaléka konkrét célértékeket tűzött ki forgatókönyv- és egyéb elemzések alapján. A legtöbben már nyomon követik a Scope 1 és Scope 2 kibocsátást, azonban problémákba ütköznek a Scope 3 (közvetett) kibocsátások azonosítása és ellenőrzése során, különösen a finanszírozott szervezetek kibocsátásának esetében: a jelen kutatás készítésekor a bankok csupán 40 százaléka mérte a Scope 3 (finanszírozott) kibocsátását. A legtöbb bank azonban figyelemmel követi az energiahatékonysági, a hulladékkezelési és a papírfelhasználási értékeit. Ez rámutat arra, hogy bár a magyar bankok lépéseket tesznek annak érdekében,

hogy megfigyeljék a környezetre gyakorolt hatásukat, továbbra is kihívást jelent számukra a közvetett kibocsátásuk pontos ellenőrzése, különösen ami a finanszírozott kibocsátást (Scope 3) illeti, a vállalati szektor adatok elérhetőségével kapcsolatos kihívásai miatt (különösen a kkv-k esetében).

A legtöbb megkérdezett bank belső vagy külső audit folyamaton keresztül ellenőrzi a megfigyelt célértékeket. A megkérdezett bankok háromnegyede auditálja a Scope 1 és 2 kibocsátásokra, az energiahatékonyságra és a hulladékkezelésre vonatkozó teljesítménymutatóit cégen belül vagy külső független auditor által. A részt vevő bankok nagyobb valószínűséggel ellenőrzik csak cégen belül a Scope 3 finanszírozott kibocsátást a többi környezeti fenntarthatósági teljesítménymutatóval szemben. További előrelépést jelenthetne a többi, kevésbé gyakori teljesítménymutató (pl. víztakarékosság) auditálása, amelyet jelenleg csupán a bankok 40 százaléka tesz meg.

A megkérdezett bankok között jelentős különbség, hogy ellenőrzik-e a beszállítók környezeti fenntarthatóságra vonatkozó gyakorlatait. Csupán 40 százaléka kér a beszállítóktól a fenntarthatósági gyakorlatokra és tevékenységeikre vonatkozó dokumentumokat. Ez rámutat arra a nehézségre, amelyet a szükséges adatok beszerzése jelent (mind a mennyiség, mind a minőség tekintetében) a döntéshozásban és az előrehaladás megfigyelésében. Ezzel szemben a legtöbb megkérdezett bank elkéri a fenntarthatósági tevékenységekkel kapcsolatos dokumentumokat a potenciális finanszírozott szervezetektől. Ennek következtében a vállalatok további akadályokba ütközhetnek a hitelígényles során, amennyiben nem felelnek meg a fenntarthatóságra vonatkozó irányelveknek. Ezenfelül a bankok gyakran alkalmaznak hitelkorlátozásokat olyan iparágak esetén, amelyek nem felelnek meg az ESG keretrendszer irányelveinek – ebből látható, hogy a legtöbb megkérdezett bank aktív lépéseket tesz a portfóliójuk általi kibocsátás (Scope 3 finanszírozott kibocsátások) csökkentéséért.

A megkérdezett kibocsátó bankok közel 90 százaléka rendelkezik olyan kockázatkezelési folyamatokkal, amelyek segítségével azonosíthatják a legfőbb működési kockázatokat. Ennek ellenére csupán 40 százaléka képes meghatározni, hogy a klímaváltozás milyen hatással van a működésükre, és ennyien azonosították a főbb működési kockázataikat a nemzetközileg elismert bevált gyakorlatok (pl. forgatókönyv-elemzés és kárenyhítési tervek) használatával. Mindeközben a bankok fele még nem érzékelték a klímaváltozás hatását a működésükön, de már létrehozottak olyan folyamatokat, amelyekkel azonosíthatják a potenciális és létező működési kockázatokat.

A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI

FENNTARTHATÓSÁGI TUDATOSSÁG FEJLESZTÉSE

A vizsgált bankok az öt komponens közül a fenntarthatósági tudatosság fejlesztésében érték el a legmagasabb, 79-es pontszámot. Ez azt mutatja, hogy a bankok már most is támogatják a fenntarthatóságot az erről szóló belső és külső kommunikációval. A Fogyasztói Percepció alindexének eredményei alapján a bankoknak feltétlenül folytatniuk és fejleszteniük kell ezen tevékenységüket, mivel a banki ügyfelek körében (a lakossági és a vállalati szegmensben egyaránt) a fenntarthatóságra vonatkozó tájékozottság még mindig viszonylag alacsony szinten van.

“

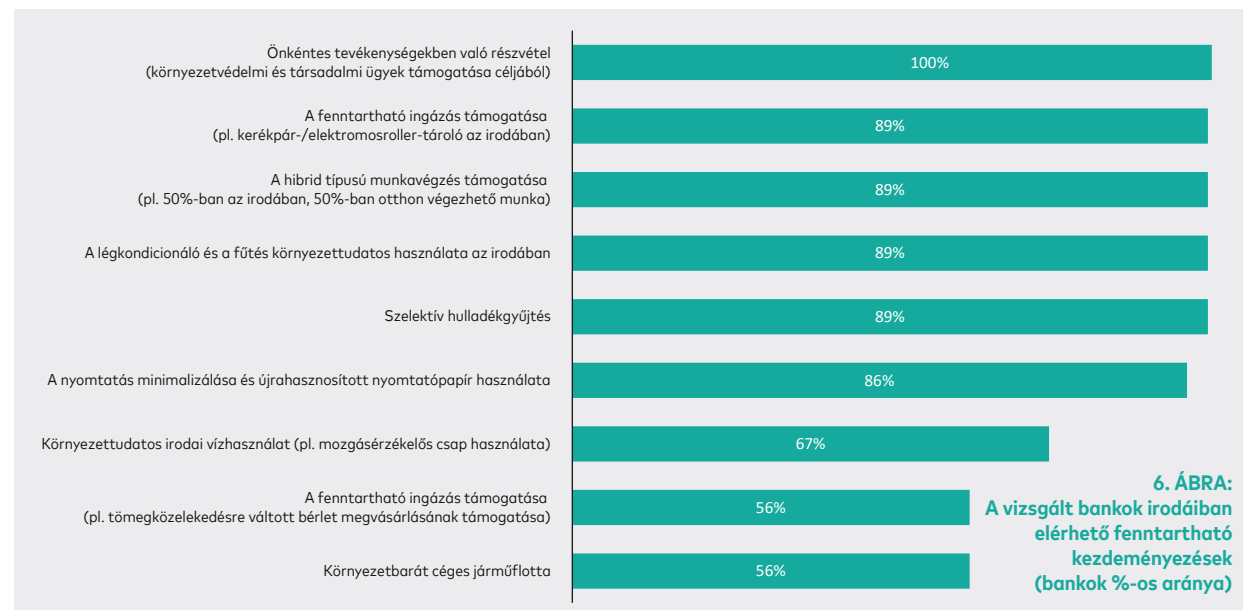
Reprezentatív fogyasztói kutatásunk szerint a válaszadók 35%-a nem tudja, mit jelent a fenntarthatóság, 10%-uk pedig még csak nem is hallotta korábban a kifejezést

“

a magyar fogyasztók 40%-a úgy véli, hogy a pénzügyi szektornak jelentős felelősséget kell vállalnia a fenntarthatósággal kapcsolatos témák oktatása és a tájékoztatás terén,

(Mastercard és Impetus Research, 2023). A pénzügyi intézmények fontos szerepet játszhatnak a tájékozottság növelésében: a kutatáshoz készített felmérés szerint

más szereplők, például a vállalatok, civil szervezetek és kormányzati szervek mellett (Mastercard és Impetus Research, 2023).



A vizsgált bankok általánosságban véve különböző, környezeti szempontból fenntarthatónak számító kezdeményezéseket valósítottak meg irodáik üzemeltetése során (6. ábra), mint például az alkalmazottak önkéntes tevékenységekben való részvétele és a fenntartható ingázás ösztönzése, hogy csökkentsék a vállalat karbonlábnyomát az irodába való utazással kapcsolatban.

A fenntarthatósági tudatosság fejlesztése a bankok belső kommunikációjában is megjelenik. A vizsgált bankok mindegyike tart képzéseket a környezeti fenntarthatóságról. Tízből körülbelül kilenc rendszeresen kommunikál fenntarthatósági témákról belső hírleveleken és kérdőíveken keresztül, és beépíti a környezeti célokat a vezetőség teljesítményértékelésébe. Kutatásunk szerint azonban Magyarországon csak néhány bank rendelkezik a belső szén-dioxid-árzási (internal carbon pricing) folyamatokkal, amelyek a klímakockázatoknak pénzügyi értékkel tulajdonítanak, és egységes mérőszámot hoznak létre, hogy a pénzügyi döntéshozók az alacsony szén-dioxid-kibocsátásra való áttérést az üzleti stratégia szerves részévé tehesék (CDP, 2021).

“

A digitalizáció kulcsfontosságú a fenntarthatósági fejlődésben a működési hatékonyság fejlesztése mellett.

A digitalizáció és a fenntarthatóság összefonódása új lehetőségeket teremthet a vállalatok számára, például digitális eszközökkel feltérképezhetik a környezetre kifejtett hatásukat, vagy digitális és fenntartható megoldásokat egyaránt kínálhatnak a fogyasztóknak (MIT Sloan, 2018). A bankszektorban a digitalizáció a belső tevékenységek optimalizálása mellett segíthet kényelmesebb, innovatívabb és modernebb termékeket és szolgáltatásokat nyújtani az ügyfeleknek, így a bankok jobban teljesíthetnek a fenntarthatóság terén, miközben új bevételi forrásokat is teremtenek. A vizsgált bankok jó úton haladnak a digitális transzformáció

felé, mivel digitális szolgáltatások széles skáláját kínálják az ügyfeleknek. A mintánkban szereplő valamennyi bank kínál digitális számlákat és kivonatokat az ügyfelek számára, digitális ügyintézés (pl. hitelkezelés, pénzáttalálás, bankszámlanyitás stb.) és videobank-szolgáltatásokat (pl. „end to end” digitális szolgáltatások, jelzáloggal és hitelekkel kapcsolatos távoli tanácsadás, bankszámlanyitás és -zárás, kötvényvásárlás stb.). Emellett egyes bankok arra ösztönzik a fiókok alkalmazottait, hogy biztassák az ügyfeleket a digitális csatornák használatára a banki termékek és szolgáltatások igénybeviteléhez.

“

A digitalizáció pozitív fogadtatásban részesül az ügyfelek körében: a válaszadók közel fele úgy véli, hogy a bankok digitális megoldásai jelentősen hozzájárulnak a fenntarthatósághoz.

Míg a vizsgált bankok több mint fele a közösségi médiában, rendezvényeken (pl. konferenciák, előadások stb.) és marketing- vagy PR-kampányokon keresztül kommunikál a környezeti fenntarthatóságról, a kommunikációgyakorlásában különbségek mutatkoznak. A bankok mintegy fele legalább negyedévente kommunikál a fenntarthatóságról, míg mások csak alkalmanként tájékoztatják ügyfeleiket. Ezzel szemben a megkérdezett fogyasztók 60%-a arról számolt be, hogy a főbankjuk még nem kommunikált a környezeti fenntarthatóságról. Ez jelentős szakadékot mutat a bankok tevékenysége és a fogyasztók percepciója és tájékozottsága között.

“

A bankok fogyasztóinak hatékonyabb kommunikációra van szükségük a fenntarthatósággal kapcsolatban. Ez egy önerősítő folyamatot hozna létre, amelyben a tudatosabb és tájékozottabb fogyasztók környezettudatos megoldásokat igényelnének a bankoktól és más szervezetektől (Sustainable Brand Index, 2023).

A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI

ZÖLD ÁTÁLLÁS

A zöld átállás komponens 51 pontot ért el, ami alacsonyabb, mint a Banki Felkészültségi Percepció alindex teljes pontszáma. Ez azt jelzi, hogy

“

a magyar bankoknak bőven van lehetőségük fejleszteni a környezeti fenntarthatósági szempontok hitelbírálati folyamatba való beépítését, valamint a lakossági és vállalati banki fogyasztóknak nyújtott környezettudatos termékek és szolgáltatások kínálatát.

Ezek kulcsfontosságú intézkedések, mivel a pénzügyi intézményeknek hitelezési tevékenységük és termékinálatuk révén jelentős szerepük van a környezettudatos(abb) gazdaságra való átállásban.

A vizsgált bankok háromnegyede figyelembe veszi a környezeti kockázatokat a hitelbírálati folyamat során, hogy segítsen meghatározni a potenciális vállalati ügyfelek hitelképességét. Valamennyi vizsgált bank figyelembe veszi a környezeti kockázatokat a potenciális finanszírozott szervezetek tevékenységének (pl. termék- vagy szolgáltatáskínálat) elemzésekor. Felmérésünk szerint a bankok háromnegyede figyelembe veszi ezeket a kockázatokat az ügyfél-átvilágítás (a potenciális ügyfelek környezeti kockázataira vonatkozó releváns információk összegyűjtése és értékelése) során is. Végül a vizsgált bankok nagyjából fele a fedezetek értékelése, a kockázati besorolás és a hitelek árazása során is figyelembe veszi a környezeti kockázatokat, így a vállalkozások fenntarthatósági céljait kedvezményekkel ösztönzik. Sok esetben azonban a környezeti kockázatokat egy bizonyos hitelösszeghatár felett veszik csak figyelembe, mivel a nagyvállalatoknak jelentősebb hatásuk, és hatékonyabbak az adatszolgáltatásban. A környezeti tényezők figyelembevétele a hitelezésben arra utal, hogy

“

a bankok igyekeznek előnyben részesíteni a fenntarthatóbb ügyfeleket, hogy csökkentsék a finanszírozott kibocsátásukat (Scope 3). Az alkalmazkodás érdekében a vállalatoknak a jövőben fenntarthatóbb módon kell kell működniük.

A vizsgált bankok azonban arról számoltak be, hogy a zöld eszköz arányuk jelenleg alacsony, az MNB (2023) alapján a 2022-es év végén a zöld hitelállomány a teljes vállalati hitelállomány 2,62 százalékát tette ki. Így a fenntartható finanszírozás nagy növekedési potenciállal rendelkezik, például olyan területeken, mint az ingatlanpiac energetikai korszerűsítése, valamint a megújuló energiatermelés és a fenntartható mobilitás fejlesztése (MNB, 2023).

Az adatok elérhetőségének hiánya szintén befolyásolja a bankok hitelezési gyakorlatát. A vizsgált bankok egy része inkább kedvezményekkel jutalmazza a fenntartható vállalkozásokat, ahelyett, hogy a lemaradó cégeket büntetné. Mások iparági szintű környezeti kockázati adatok alapján értékelik a vállalatokat. Ezenfelül a vizsgált bankok általában korlátozzák a nem ESG-kompatibilisnek tekintett iparágakban tevékenykedő vállalatok finanszírozását. Más bankok viszont vonakodnak a nem fenntartható iparágakban működő vállalatok finanszírozásának korlátozásától, mivel úgy vélik, hogy a vállalatok szinte bármely iparágban tudnak fenntarthatóan működni. A bankok tájékoztatással, más pénzügyi intézmények meglévő bevált gyakorlatainak elsajátításával is hozzájárulhatnak a vállalkozások környezettudatos működésre való átállításához.

“

Egyes bankok tanácsot adnak a potenciális vállalati ügyfeleknek, hogyan javíthatják fenntarthatósági teljesítményüket, hogy kedvezőbb hitelbírálati pontszámot kapjanak, míg mások eszköztár adnak a potenciális vállalati ügyfeleknek, amelyben javaslatokat tesznek arra vonatkozóan, hogyan kezeljék a fenntarthatóságot a szervezetükön belül.

A vizsgált bankok mindegyike kínál környezettudatos termékeket és szolgáltatásokat a fogyasztóknak, és új termékek és szolgáltatások bevezetésével folyamatosan terveznek fejlődni ezen a területen. Bár az ügyfelek részéről egyre nagyobb az érdeklődés a környezettudatos termékek és szolgáltatások iránt, és a fogyasztók generációtól függetlenül hajlandóak többet költeni a fenntartható termékekre (Forbes, 2022), fogyasztói felmérésünk azt mutatta, hogy

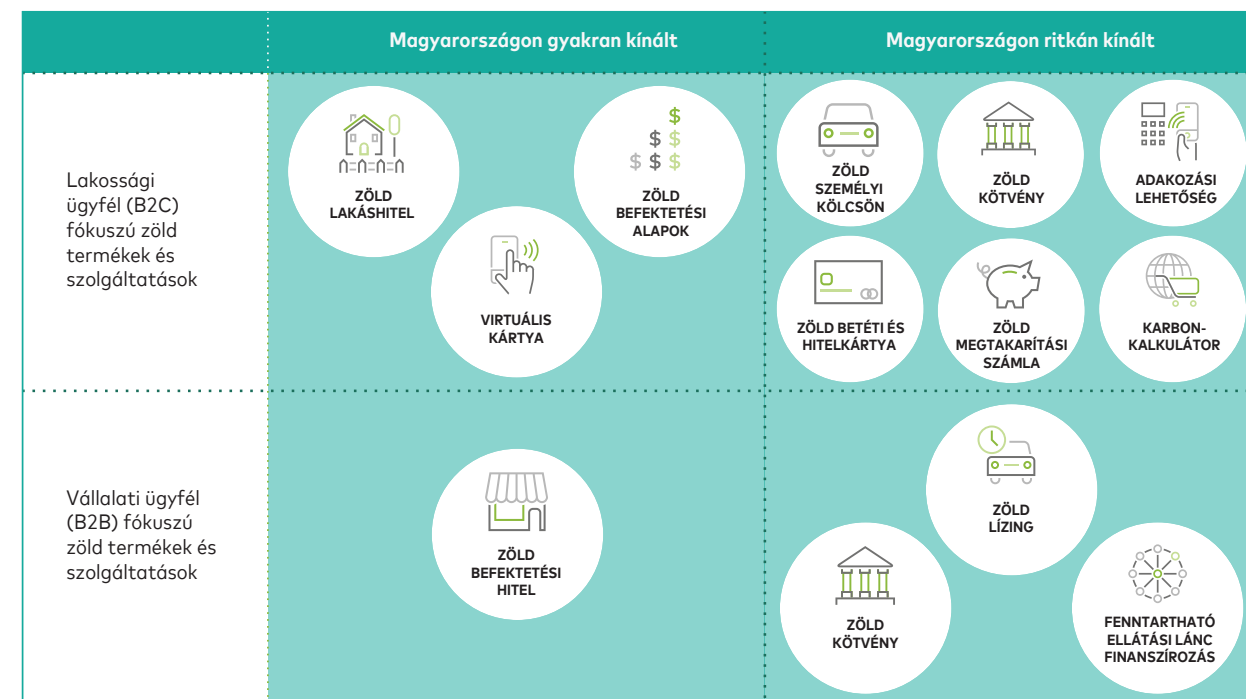
“

a fogyasztók mintegy fele nem ismeri főbankjának környezettudatos termékeinek és szolgáltatásainak kínálatát

(Mastercard és Impetus Research, 2023). Ez azt jelzi,

hogy a bankok gyakoribb és célzottabb kommunikációs kampányokkal hangsúlyozhatnák meglévő környezettudatos portfóliójukat az ügyfelek felé.

A lakossági banki ügyfelek számára a vizsgált bankok által kínált leggyakoribb környezettudatos termékek és szolgáltatások a zöld jelzalog- és lakáshitelek, a fenntartható befektetési alapok, a virtuális kártyák és a faültetési tevékenységek. A vállalkozások számára általában zöld hiteleket kínálnak fenntartható tevékenységeik támogatására. További nemzetközi bevált gyakorlatok közé tartoznak a lakossági banki ügyfelek számára kínált innovatív zöld termékek, mint például a zöld betéti vagy hitelkártyák (a fogyasztók jutalmazása vagy jótékonyági célú adományozás fenntartható vásárlások után), zöld megtakarítási számlák, zöld személyi kölcsönök (pl. környezetbarát jármű vagy megújuló energiaforrások vásárlására),



7. ÁBRA: Zöld termékek és szolgáltatások elérhetősége Magyarországon

zöld kötvények, fogyasztótájékoztatói megoldások (pl. karbonkalkulátor), fogyasztói adományozási lehetőségek fenntartható célokra (pl. a bank weboldalán, mobilalkalmazásban vagy a POS-terminálon történő fizetés során) és egy jótékonyági szervezet vagy egy fenntarthatósági cél támogatása minden egyes számlanyitással. Továbbá az open banking és alkalmazásprogramozási felületek (API-k) segítségével a partnerekkel együttműködésben új környezet-tudatos pénzügyi termékek hozhatók létre (Platformable, 2022). Annak ellenére, hogy a fogyasztók jelentős igényt tartanak rájuk, csak néhány vizsgált magyarországi bank kínál ilyen termékeket és szolgáltatásokat.

“

Fogyasztói kutatásunk alapján a fogyasztók több mint fele tartja fontosnak és venne igénybe a jövőben környezettudatos termékeket.

Az üzleti szegmensen belül egyéb létező környezettudatos megoldások közé tartozik többek között a fenntartható ellátási lánc finanszírozás, a zöld lízing (pl. környezetbarát vállalati járművek finanszírozására) és a zöld kötvények.

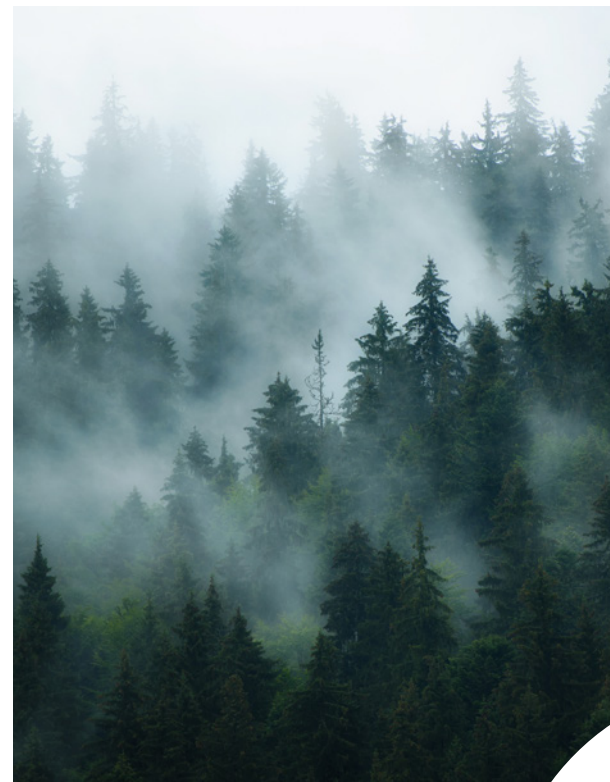
“

A környezettudatos termékek kínálata a vállalkozások számára kulcsfontosságú, mivel a kis- és középvállalkozások mintegy 70%-ának külső finanszírozásra van szüksége ahhoz, hogy a környezetre gyakorolt hatásai csökkentése érdekében a klímaváltozás elleni intézkedéseket hajtsa végre (SME Climate Hub, 2022).

A vállalati fogyasztók tájékoztatása is elengedhetetlen, mivel a magyar vállalatok általában akkor foglalkoznak környezeti fenntarthatósági témákkal, ha az számukra közvetlen előnyt jelent az üzleti működés terén (K&H, 2022).

Bár ez a tanulmány a környezeti fenntarthatóságra összpontosít, a vizsgált bankok innovatív kezdeményezésekkel rendelkeznek a társadalmi fenntarthatóság terén is (pl. „financial inclusion”, nemek közötti egyenlőség stb.), ami

különösen fontos a pénzügyi intézmények számára. Néhány bank aktívan részt vesz a hatásfinanszírozásban (impact financing), amely olyan befektetési vagy finanszírozási stratégia, melynek célja a gazdaság igazságos és fenntartható átalakulásának felgyorsítása azáltal, hogy bizonyítja a befektetés jótékony hatásait (Paris Financial Impact Task Force, 2021). Az „impact financing” bevált gyakorlatai közé tartozik a civil szervezeteknek vagy jótékonyági szervezeteknek történő adományozás minden egyes bankkártyás fizetés után, míg más társadalmi fenntarthatósági bevált gyakorlatok közé tartoznak a társadalmi kérdésekre összpontosító mentorprogramok (pl. női vállalkozók hiányának csökkentése), a bankok saját nyereségéből történő adományozása vagy a közösségi hitelezés.



A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI

KÖZZÉTÉTEL ÉS FENNTARTHATÓSÁGI SZÖVETSÉGEK

A vizsgált bankok a Banki Felkészültségi Percepció alindexen belül a legalacsonyabb pontszámot (43 pontot) a közzététel és fenntarthatósági szövetségek komponensben érték el. Ez azt jelzi, hogy a legtöbb magyar banknak még van fejlődési lehetősége az ESG-vel kapcsolatos szabályozásoknak való jövőbeli megfelelés elérésében és az olyan, a fenntarthatóságot célzó szövetségekhez való csatlakozás terén, mint az ENSZ Principles for Responsible Banking keretrendszere.

A szabályozásoknak való megfelelés tekintetében a bankoknak mintegy 40%-a számolt be arról, hogy teljes mértékben megfelel már most a CSRD-nek és az EBA ESG 3. pillérének. Ezen felül, a bankok mintegy fele pozitívan ítéli meg a megfelelés irányába tett előrelépését, és úgy véli, hogy egy éven belül teljes mértékben meg fog felelni a CSRD-nek, az uniós taxonómiának és az EBA ESG 3. pillérének.

Jelenleg a magyar bankoknak csak egy kisebb része osztja meg a fenntarthatósággal kapcsolatos teljesítményét a CDP-n keresztül (Carbon Disclosure Project). A szervezet globális közzétételi rendszere a vállalatok környezeti hatásainak mérését szolgáló környezeti fenntarthatósági jelentéstétel szigorú szabványaként ismert (CDP, 2023). A CDP-n való közzététel azonban a vizsgált bankok több mint felénél napirenden van, ami összhangban van azzal a ténnyel, hogy sokuk környezeti hatása már most is átlátható bankcsoport szinten.

A legtöbb vizsgált bank aláírta az ENSZ Principles for Responsible Banking keretrendszerét (minimum bankcsoporti szinten). Ez a keretrendszer arra ösztönzi a bankokat, hogy alapvető stratégiájukat, döntéshozatali tevékenységüket, hitelezésüket és befektetéseiket igazítsák az ENSZ fenntartható fejlődési céljaihoz és olyan nemzetközi megállapodásokhoz, mint a Párizsi Megállapodás (UNEP Finance Initiative, 2019). Ugyanakkor csak egyharmaduk tagja az ENSZ Net Zero Banking Alliance-nek, amely a Principles keretrendszerének kezdeményezése, és amelynek célja, hogy összefogja azokat a bankokat, amelyek elkötelezték magukat amellett, hogy 2050-re nettó zéró kibocsátást érnek el hitelezési és befektetési portfóliójukban (UNEP Finance Initiative, 2021). A magyar bankok egy kisebb része tagja a Global Alliance for Banking on Values-nek is, amely a fenntartható gazdasági, társadalmi és környezeti fejlődést megvalósító független bankok hálózata (Global Alliance of Banking on Values, 2009).

JÖVŐBELI KILÁTÁSOK

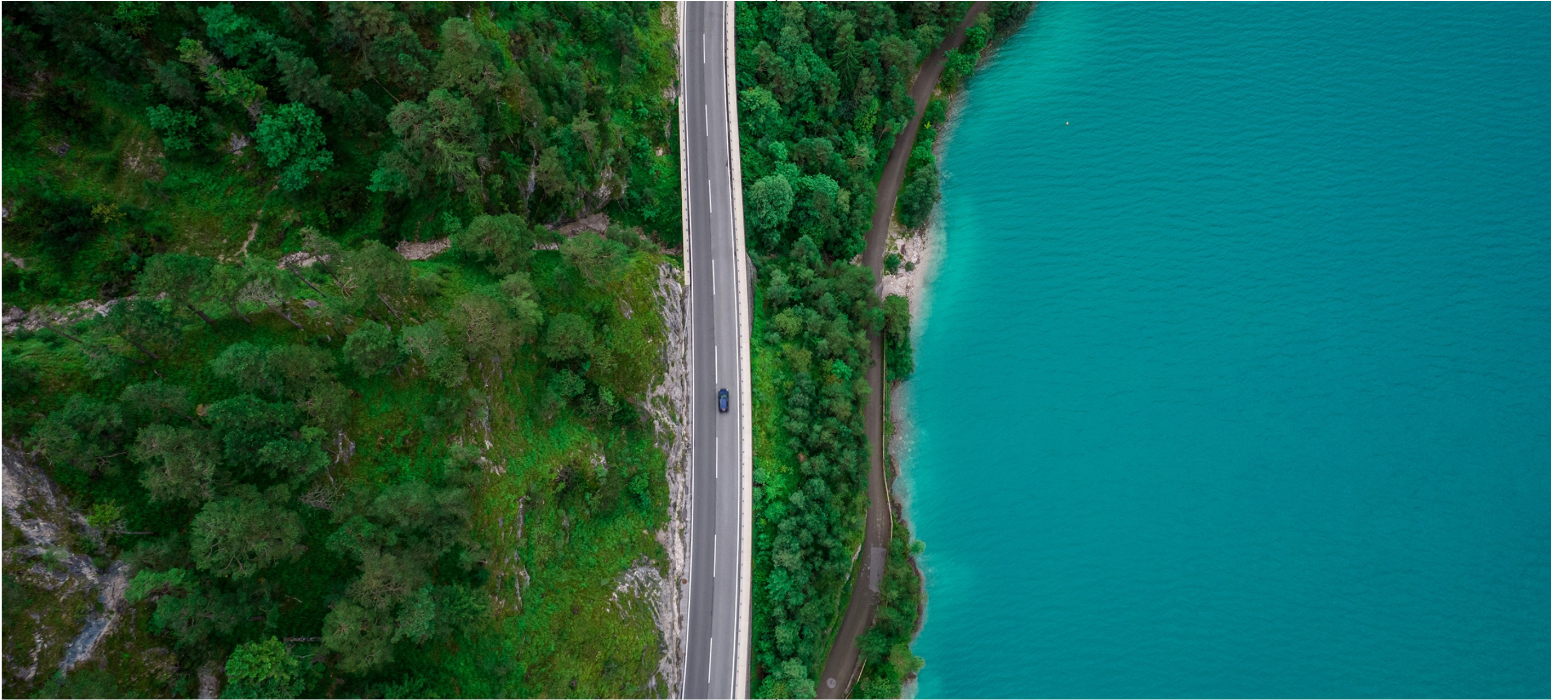
A Banki Felkészültségi Percepció alindex 65-ös végső pontszáma arra utal, hogy a magyar bankszektor már tett lépéseket a környezeti fenntarthatósági kezdeményezések kialakítására, és aktívan hozzájárul Magyarország környezettudatos működésre való átállásához. A bankok számára azonban számos fejlesztési terület kínálkozik a fenntarthatóbb gazdaságra és társadalomra való zökkenőmentes átállás elősegítésére.

“

Az index eredményei alapján két komponensben van a legtöbb fejlődési lehetőség: zöld átállás, valamint közzététel és fenntarthatósági szövetségek. Ezen felül, az üzleti stratégia és az üzleti tevékenységek is fejleszthetők lennének a jövőben.

A bankok javíthatnák a fenntarthatósági teljesítményüket azáltal, ha a hitelbírálati folyamat minden szakaszában figyelembe vennék a környezeti fenntarthatóságot és a környezeti kockázatokat. Továbbá több környezettudatos terméket és szolgáltatást kínálhatnak és népszerűsíthetnének a lakossági és vállalati banki fogyasztók számára, ami pozitív hatással lenne a bankok zöld eszközarányára és környezeti hatásaira (pl. a finanszírozott kibocsátás (Scope 3) csökkentésére). Ezen túlmenően a fokozott átláthatóság (pl. a CDP-n keresztül történő közzététel) és nemzetközi fenntarthatósági szövetségekben (pl. Net Zero Banking Alliance-ben vagy az ENSZ Principles for Responsible Banking keretrendszerében) való részvétel tovább javítaná a bankok környezeti fenntarthatósági teljesítményét.

Összefoglalásul elmondható, hogy a pénzügyi intézmények már most is tesznek lépéseket a környezeti fenntarthatóság előmozdítása érdekében. A szabályozási szigorítások (pl. CSRD) és az ügyfelek, befektetők és más érdekelt felek részéről érkező fokozott nyomás miatt a jövőben várhatóan javulni fog a teljesítményük a klímaváltozás elleni intézkedések terén. Eközben a bankok jó helyzetben vannak ahhoz, hogy a tájékoztatás növelése és fejlesztése révén a lakossági és vállalati banki ügyfelek igényeit alakítsák.



A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI

FOGYASZTÓI PERCEPCIÓ

Alindex összegzése



Definíció

A Fogyasztói Percepció alindex átfogó és megbízható képet ad a **fogyasztók percepciójáról és véleményéről** a magyar bankok környezeti fenntarthatósági tevékenységével kapcsolatban. Emellett információt biztosít a zöld termékek és szolgáltatások iránti fogyasztói igényekről is



Az alindex eredményei

Eredmény: A Fogyasztói Percepció alindex **40** pontot ért el, ami kevesebb a Fenntarthatósági Percepció Index értékénél (57)
Következtetések: A fogyasztók környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos percepciója még nem elég fejlett Magyarországon, és számos lehetőség van a fejlődésre

8. ÁBRA: A Fogyasztói Percepció pillérből levont legfontosabb következtetések

DEFINÍCIÓK ÉS CÉLOK



A Fogyasztói Percepció alindex átfogó és megbízható képet ad a fogyasztók percepciójáról és véleményéről a magyar bankok környezeti fenntarthatósági tevékenységével kapcsolatban, valamint betekintést nyújt a fenntartható termékek és szolgáltatások iránti igényeikbe.

Az alpillér öt komponensből áll:

Általános percepció: Összefoglalja az általános percepciót (pl. hogyan vélekednek a válaszadók a főbankjuk környezeti fenntarthatóságáról, és a bankok fenntarthatósági kommunikációjának megbízhatóságáról).

Fenntartható működés: Azt tükrözi, hogy a fogyasztók milyenek találják a magyar bankok működését a környezeti fenntarthatóság szempontjából, a számukra látható elemekre összpontosítva (pl. papírmentes banki tevékenység, környezettudatos fióküzemeltetés stb.).

Digitalizáció: Azt vizsgálja, hogy a bankok milyen csatornákon kommunikálnak az ügyfelekkel, és a fogyasztók milyen csa-

tornákon folytatják banki ügyintézésüket (pl. olyan digitális csatornák elérhetősége, mint a videobank-szolgáltatások).

Fenntarthatósággal kapcsolatos kommunikáció: Azt tükrözi, hogy a fogyasztók milyenek találják a magyar bankok kommunikációját a környezeti fenntarthatóság témájában.

Zöld termékek és szolgáltatások: Tükrözi a fogyasztók tájékozottsági szintjét a magyar bankok környezettudatos termék- és szolgáltatáskínálatával kapcsolatban.



A fogyasztók a fenntartható termékek és szolgáltatások iránti keresletük révén kulcsszerepet játszanak a fenntarthatóbb gazdaságra való átállásban,

amelyet a pénzügyi intézmények tájékoztatással és hatékony kommunikációval növelhetnek. Bár a pénzügyi intézmények számára minden fogyasztó kulcsfontosságú – a magánszemélyek (lakossági banki ügyfelek) és a vállalati ügyfelek (kis- és középvállalkozások és nagyvállalatok) egyaránt –, mi a B2C (lakossági banki ügyfelek) szegmensre összpontosítunk.

Ez a fejezet a Fenntarthatósági Percepció Index fogyasztói kutatás (Mastercard és Impetus Research, 2023) eredményein alapul, amelynek célja, hogy az iparági szereplők (pl. pénzügyi intézmények) hasznos, aktuális és releváns betekintést nyerjenek a környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos témákba.



A fogyasztói attitűdök jellegének megértése segíthet az érdekelteknek azonosítani a fogyasztók és a bankok környezeti fenntarthatósági teljesítményére vonatkozó percepciója közötti különbségeket, és meghatározni a különbségek megszüntetésének lehetőségeit.

Ez segíthet a fogyasztók fenntarthatósági megoldások iránti bizalmának erősítésében is.

Az alindex elsődleges célja, hogy felmérje a fogyasztók percepcióját a magyar pénzügyi szektor környezeti fenntarthatóságáról. Ez a szakasz a következőkhöz hasonló kérdéseket elemez:

- Hogyan ítélik meg a fogyasztók a bankszektort a környezeti fenntarthatóság szempontjából, és mik a fenntarthatósággal kapcsolatos elvárásaik?
- Mennyire ismerik a fogyasztók a főbankjuk fenntartható működését, kommunikációját és termékínálatát?
- Hogyan fejlődhetnek tovább a pénzügyi intézmények, hogy a fogyasztók véleménye szerint környezeti szempontból fenntarthatóbbá váljanak?



Fogyasztói Percepció

- 51 Általános percepció
- 32 Fenntartható működés
- 77 Digitalizáció
- 31 Fenntarthatósággal kapcsolatos kommunikáció
- 10 Zöld termékek és szolgáltatások

9. ÁBRA:
A Fogyasztói Percepció pillér eredményei

A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI

ÁLTALÁNOS PERCEPCIÓ

Felmérésünk eredményei alapján a magyar lakosságnak csak a fele van tisztában a fenntarthatóság fogalmával, 10%-uk még nem hallotta a kifejezést, és nagyjából egyharmaduk ismeri a fogalmat, de nem ismeri annak pontos jelentését. Hasonlóképpen, a magyarok 58%-a számolt be arról, hogy a mindennapi életben a fenntarthatóságról beszélget a családtagjaival és a barátaival (gyakran vagy néha), de csak 14%-uk beszélget gyakran erről a témáról. Ez az eredmény hasonló Dániához és Norvégiához (59%, illetve 57%), de alacsonyabb, mint Hollandiában (73%), Svédországban (68%) és Finnországban (65%) (Sustainable Brand Index, 2023).

A komponens 51-es pontszáma – bár meghaladja az alindex átlagos pontszámát (40) – azt jelzi, hogy még van fejlődési potenciál. A fővároson kívül élő, környezettudatos, fiatal (30 év alatti) és alacsonyabb iskolai végzettségű ügyfélszegmensek a bankok fenntarthatósági tevékenységét más fogyasztói szegmensekhez képest jobban érzékelik.

“

A fenntarthatóság szempontjából kedvezőtlenebb percepcióval rendelkező fogyasztók az értékelésüket a marketing vagy a kommunikáció hiányának és a nagymértékű papírhasználatnak tulajdonítják. A kedvező percepciójú válaszadók leginkább a bankok digitalizációs erőfeszítéseit emelték ki.

Amikor a főbankjuk környezeti fenntarthatóságáról kérdezték őket, a válaszadók 50%-a úgy vélte, hogy a főbankja határozott lépéseket tesz a környezetvédelem érdekében, míg több mint 40%-uknak nem volt véleménye, ami alacsony tájékozottságra utal. Bár a bankok állításuk szerint kommunikálnak a fogyasztókkal a környezeti fenntarthatóságról, az ilyen üzenetek gyakorisága, csatornáit és tartalma fejlesztésre szorul, mivel sok fogyasztó nincs tisztában a bankok által tett fenntarthatósági lépésekkel és intézkedésekkel.

A fogyasztóknak megbízható kommunikációra van szükségük a környezeti fenntarthatósággal kapcsolatban, mivel a pontatlan kommunikáció a „zöldre festés” vádjához és bizalmatlansághoz vezethet. Ezért a bankoknak körültekintően kell eljárniuk a szolgáltatásaik és kezdeményezéseik bemutatása során, hogy környezetbarát intézkedéseik hitelesek maradjanak. A magyar bankok azonban jól teljesítenek ebből a szempontból, mivel

“

a válaszadók 60%-a megbízhatónak és hitelesnek tartja főbankja környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos kommunikációját,

míg egyharmaduk semleges ezzel kapcsolatban.



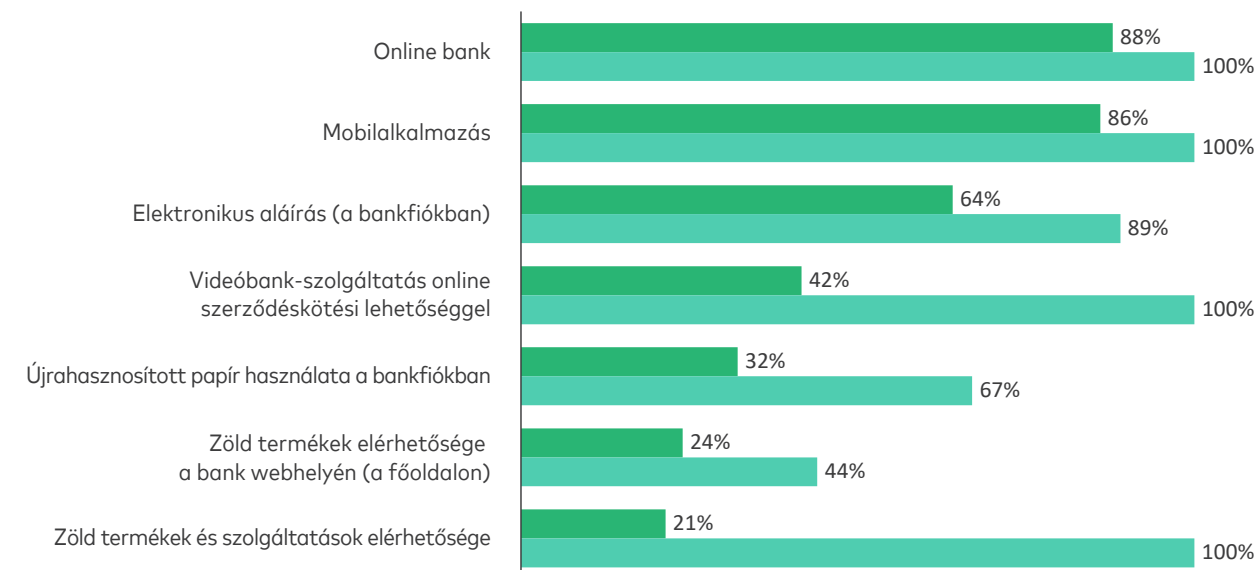
FENNTARTHATÓ MŰKÖDÉS

A komponens 32-es pontszáma azt jelzi, hogy a területen még komoly fejlődési potenciál van. Az átlagon felüli eredményt felmutató szegmensek közé tartoznak a fiatal (30 év alatti), magasan képzett, jómódú és környezettudatos fogyasztók, valamint a városi területeken élő, kevésbé képzett ügyfelek.

A fenntartható működés megítélése hatással van az ügyfélhűsége, és befolyásolhatja a bankváltásról szóló döntést. Tízből négy válaszadó lojálisabb a fenntarthatóbb működés felé lépéseket tevő bankokhoz, míg a jómódú, fiatal (30 év alatti) és környezettudatos fogyasztók több mint fele nagyobb lojalitást mutat a környezettudatos bankok iránt. Másrészt a magas váltási költségek miatt (beleértve a pénzügyi, időbeli és energiarafordítási megfontolásokat) a fogyasztóknak csak harmada lenne hajlandó egy

másik, fenntarthatóbb módon működő pénzügyi intézményre váltani. A fiatalok szegmense itt is hajlandóbb fenntarthatósági okokból bankot váltani, valószínűleg azért, mert kevésbé összetett banki termékekkel (pl. hitelek) rendelkeznek. Nem meglepő módon a környezettudatos fogyasztók is nagyobb hajlandóságot mutatnak a bankváltásra.

A válaszadók többsége (tízből több mint nyolc válaszadó) állítja, hogy a főbankja kínál internetes banki szolgáltatást, és rendelkezik banki mobilalkalmazással, míg háromból majdnem két ügyfél tud arról, hogy a főbankja fiókjaiban van elektronikus aláírási lehetőség. Ez összhangban van a Digitalizáció komponens magas pontszámával. Az elektronikus aláírás elérhetőségét kritikus fontosságúnak

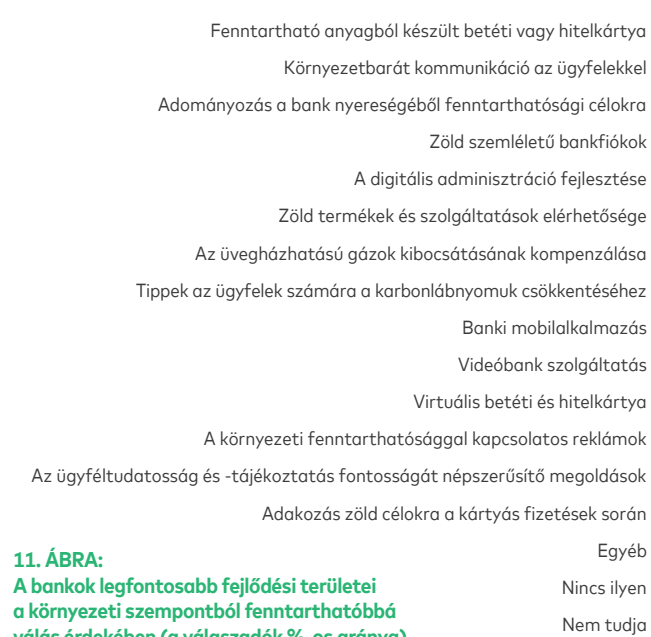


10. ÁBRA: A főbank fenntarthatósággal kapcsolatos kínálatának megítélése és a magyarországi bankok tényleges kínálatát (a válaszadók %-os aránya és a vizsgált magyarországi bankok %-os aránya)

■ A bank kínálata a fogyasztói percepció alapján (a válaszadók %-os aránya)
 ■ A bank kínálata (a felmérésben részt vevő magyar bankok %-os aránya)

tartják egy környezeti szempontból fenntartható bankfiók esetén, mivel tízből majdnem hat fogyasztó kiemelte ezt a jellemzőt. Az online szerződéskötést lehetővé tévő videobank-szolgáltatások viszont kevésbé ismertek, mivel az ügyfeleknek csak mintegy 40%-a volt tisztában ezen szolgáltatásokkal, bár minden vizsgált bank elérhetővé teszi őket.

A zöld termékek és szolgáltatások elérhetősége gyengébben teljesített, mivel csak minden ötödik fogyasztó állította, hogy a főbankja rendelkezik fenntarthatósággal kapcsolatos termékínálattal, míg a válaszadók valamivel nagyobb hányada (24%) említette, hogy ezek a szolgáltatások könnyen megtalálhatók a főbankjuk weboldalán (kezdőlapján). Ehhez képest minden vizsgált bank kínál legalább egy környezettudatos terméket vagy szolgáltatást, és ezek az esetek több mint 40%-ában elérhetőek a bank honlapjának főoldaláról. E megállapítás alapján a bankok a tájékozottság növelése érdekében fokozhatnák ezen termékek népszerűsítését és bemutatását fogyasztóik számára.



11. ÁBRA:
A bankok legfontosabb fejlődési területei a környezeti szempontból fenntarthatóbbá válás érdekében (a válaszadók %-os aránya)

A 11. ábra összefoglalja a fogyasztók véleményét arról, hogy a főbankjuk min javíthatna a környezeti fenntarthatóság fejlesztése érdekében.

“

A fogyasztók több mint 20%-a által megjelölt legfontosabb fejlesztési területek a következők: fenntartható anyagokból (pl. újrahasznosított műanyag, kukoricakeményítő stb.) készült betéti és hitelkártyák, környezetbarát ügyfélkommunikáció (pl. digitális csatornákon keresztül), adományok a bank nyereségéből fenntartható célokra, környezettudatos bankfiókok és a digitális ügyintézés javítása.

A környezettudatos termékek és szolgáltatások elérhetőségét, az üvegházhatású gázok kibocsátásának kompenzálását, az ügyfeleknek szóló tippeket a karbonlábnyom csökkentésére, a banki mobilalkalmazást és a videobankolási lehetőséget szintén a válaszadók közel egyötöde emelte ki lényeges elemként.

A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI

DIGITALIZÁCIÓ

“

A Fogyasztói Percepció alindexen belül 77 ponttal a Digitalizáció komponens teljesített a legjobban, ami a magyar bankok erősségét mutatja ezen a téren.

Ez a komponens azt vizsgálja, hogy a bankok milyen csatornákon keresztül kommunikálnak az ügyfelekkel, és a fogyasztók milyen csatornákon folytatják banki ügyintézésüket (pl. bankszámlanyitás, átutalás stb.). Nem meglepő módon ez a komponens átlagon felüli pontszámot ér el a tehetős, magasan képzett és környezettudatos szegmensek, valamint a városi területeken élők körében. A magas pontszám azt mutatja, hogy az ügyfelek nagyra értékelik a digitális csatornák (például az e-bank vagy mobilbank) bankolási célú elérhetőségét.

Ötből több mint négy ügyfél jelezte, hogy a havi elszámolást vagy számlakivonatot kizárólag online módon (e-mailben vagy e-bankban) kapja meg, míg tízből csak egy ügyfél kapja meg kizárólag postai úton. Továbbá 60%-uk válaszolt úgy, hogy a banki ügyintézés kizárólag vagy nagyrészt online módon (vagy telefonon), 30%-uk pedig úgy, hogy online módon és személyesen, a fiókban is elvégezhető. Csak egy kisebb részük mondta azt, hogy a banki ügyintézésüket kizárólag bankfiókban folytatják. A válaszok egybevágóan a bankok azon törekvésével, hogy az ügyfélinterakciókat a digitális térbe helyezték át.

“

A digitalizáció a válaszadók fele szerint környezeti szempontból fenntartható (elsősorban a papírfelhasználás minimalizálása miatt), és fokozza a működési hatékonyságot.

FENNTARTHATÓSÁGGAL KAPCSOLATOS KOMMUNIKÁCIÓ

A fenntarthatósággal kapcsolatos kommunikáció 31-es átlagpontszáma azt jelzi, hogy milyenek találják a fogyasztók a magyar bankok kommunikációját környezeti fenntarthatósági szempontból. A válaszadókat a főbankjuk környezetvédelemmel kapcsolatos kommunikációjának két aspektusáról kérdeztük: a bank zöld működésével kapcsolatos kommunikációról, valamint a figyelmet általánosságban a környezeti fenntarthatóságra (például a túlfogyasztásra, a megújuló energia használatára stb.) felhívó kommunikációról. Arról is érdeklődtünk a válaszadóknál, hogy főbankjuk milyen gyakran számol be a fenntarthatóságért tett lépéseiről. A 31-es pontszám alapján fejlődésre van szükség ezen a területen, mert elmarad az alindex átlagos pontszámától. A bankok fenntarthatósági kommunikációs kampányai hatékonyabbnak és emlékezetesebbnek bizonyultak a környezettudatos szegmens körében, akik érdeklődőbbek a zöld innovációk és termékek iránt.

A fogyasztók látszólag kevésbé tájékozottak a bankok környezeti fenntarthatósági kommunikációjával kapcsolatban. Tízből hat válaszadó azt nyilatkozta, hogy soha nem látott még a főbankjától származó hirdetést vagy sajtóközleményt a bank fenntarthatósággal kapcsolatos tevékenységeire vagy általánosságban a fenntarthatóságra vonatkozóan. Egynegyedük egyszer vagy kétszer látott már ilyen hirdetést vagy sajtóközleményt, a maradék 15% pedig gyakran találkozik ilyen közleményekkel. A bankok nagy része ezzel szemben azt nyilatkozta, hogy évente legalább egyszer folytat kommunikációt a fenntarthatóságról (például a közösségi médiában, e-mailen keresztül, marketing- és adománykampányok során stb.). A bankok hatását ezen a területen a népszerű kommunikációs csatornák (például honlap, közösségi média, e-mail stb.) kihasználásával, valamint konkrét ügyfélcsoportokat (például terméktípus, ügyfélérték, ügyféllel fennálló kapcsolat időtartama stb. alapján) célzó, adatalapú, személyre szabott és releváns tartalmú fenntarthatósági kommunikáció gyakori kiküldésével lehetne javítani. Emellett a fenntarthatósággal kapcsolatos kommunikáció sikeressége érdekében folyamatosan figyelni kell annak hatékonyságát.



A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI

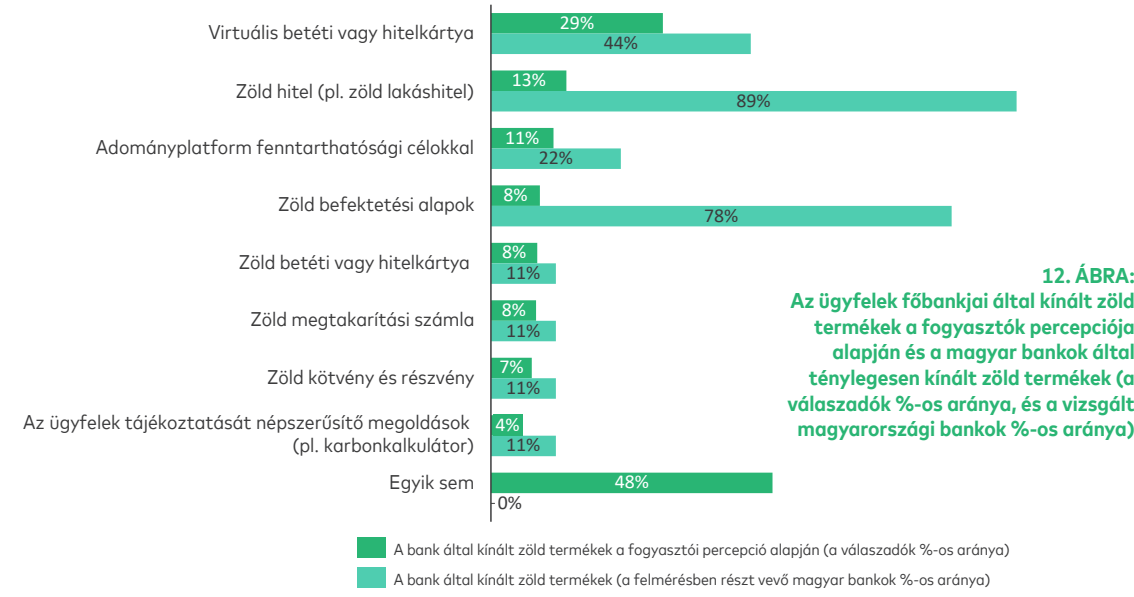
ZÖLD TERMÉKEK ÉS SZOLGÁLTATÁSOK

A bankok ezen a téren vannak a leginkább lemaradva a közvélemény szerint: a terület 100-ból csupán 10 pontot ért el, amely jóval az alindex átlagos pontszáma, vagyis a 40 alatt van. A tehetősebb, környezettudatosabb és fiatalabb ügyfélszegmensek, valamint a magasabb iskolázottsággal rendelkezők körében valamivel magasabb pontszámot mértünk. A fiatalok szegmensét kivéve ezek a banki ügyfelek kifinomultabb termékeket használnak, és jobban ismerik a bankok kínálatát, így könnyebben észreveszik az új zöld innovációkat.

A zöld termékek és szolgáltatások minden demográfiai csoport számára (jövedelmi szinttől, iskolázottságtól, lakhelytől stb. függetlenül) nélkülözhetetlenek bizonyultak, hiszen minden második banki ügyfél fontosnak jelölte őket. A fenntartható termékkínálat elsősorban az idősebb (60 év fölötti), a fiatalabb (30 év alatti) és a tehetősebb szegmensek számára kiemelt fontosságú.

Bár a megkérdezett bankok mindegyikénél érhetőek el zöld termékek és szolgáltatások, a fogyasztók majdnem fele nem ismeri a főbankjánál elérhető fenntartható termékeket.

A legismertebb zöld termék a virtuális hitel- vagy bankkártya (a válaszadók majdnem 30%-a tud róla), míg csupán alig több, mint 10%-uk ismeri a főbankja zöld hitel és adományozási termékeit. Ez alacsony mértékű tájékozottságot jelez, hiszen a bankok többsége (majdnem 90%-uk) kínál zöld hiteleket a lakossági ügyfelek számára, és több mint 40%-uk kínál virtuális kártyákat az ügyfeleinek. Az eredmények alapján javítani kell az ügyfelek tájékozottsági szintjét, különösen a zöld bankkártyák, zöld hitelek, adományozási lehetőségek és zöld befektetési termékek terén. Ugyanakkor a magyar bankoknak érdemes lenne bővíteniük a zöld termékeik portfólióját is, hogy a megoldásaik szélesebb ügyfélréteg számára elérhetőek lehessenek.

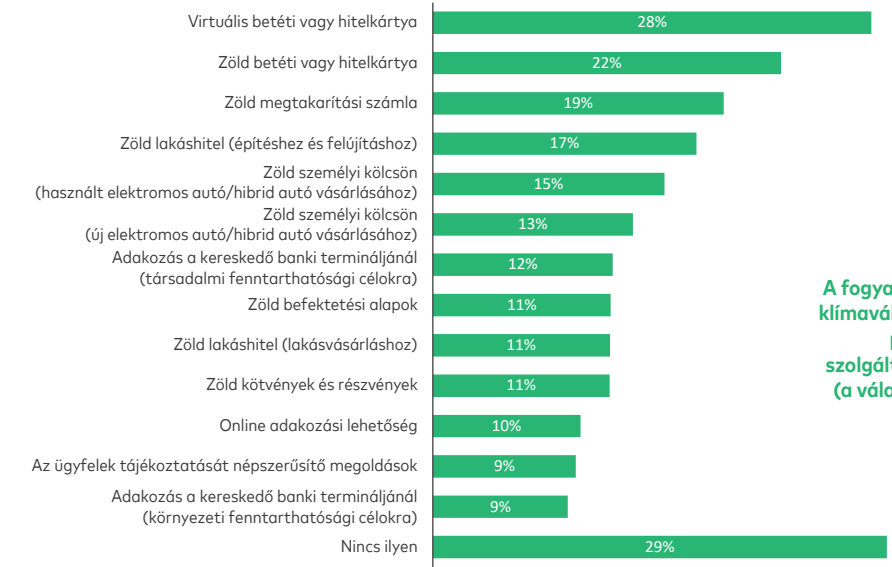


12. ÁBRA:
Az ügyfelek főbankjai által kínált zöld termékek a fogyasztók percepciója alapján és a magyar bankok által ténylegesen kínált zöld termékek (a válaszadók %-os aránya, és a vizsgált magyarországi bankok %-os aránya)

A fenntartható kártyamegoldások a legnépszerűbb fenntartható termékek, mert egyszerűek és széles kör számára elérhetőek.

Tízből közel három ügyfél használna virtuális hitel- vagy bankkártyát, az arány pedig még nagyobb a digitális szempontból hozzáértőbb szegmensek, vagyis a tehetősebb és a fiatal fogyasztók körében. Minden ötödik fogyasztó érdeklődik a zöld hitel- vagy bankkártya iránt, amely környezetbarát anyagokból készül, és jutalmazza a fenntartható vásárlásokat (például extra pénzvisszatérítésekkel). A banki ügyfelek közel ugyanekkora része nyitott a zöld megtakarítási számlák iránt is, és minden hatodik ügyfél megfontolná zöld lakáshitel felvételét. Általánosságban az ügyfelek 10%-át érdeklik az egyéb fenntartható termékek (például az adományozás és a zöld befektetési termékek), míg 29%-uk nem választaná a felsorolt fenntartható banki termékek egyikét sem. A tehetősebb és környezettudatosabb szegmensek, valamint a magasabb iskolázottsággal rendelkező ügyfelek átlagon felüli érdeklődést mutatnak az ilyen termékek iránt.

Bár mindegyik magyar bank kínál zöld termékeket, az eredmények alapján érdemes lenne bővíteniük a portfóliójukat. Emellett a fogyasztók hatékonyabb tájékoztatására van szükség a zöld



13. ÁBRA:
A fogyasztók hajlandósága a klímaváltozással kapcsolatos pénzügyi termékek és szolgáltatások használatára (a válaszadók %-os aránya)

A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI

JÖVŐBELI KILÁTÁSOK

“

A fogyasztók környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos tájékozottsága és percepciója még nem elég fejlett Magyarországon, de nagy lehetőség rejlik benne.

Az olyan területek, mint a zöld termékek ismerete, a fenntarthatósággal kapcsolatos kommunikáció és a banki működés még fejlesztésre szorulnak, míg a digitalizáció már fejlett és nagyra értékelt az ügyfelek körében. A kutatásunk eredményei alapján a fogyasztóknak jobb tájékoztatásra van szükségük általánosságban a fenntarthatósággal kapcsolatban; a pénzügyi intézmények ebben jelentős szerepet vállalhatnak, különösen a zöld termékek és szolgáltatások nyújtásával és hirdetésével.

“

Úgy véljük, a tájékozottság és tudás növelése jelentős időt vesz igénybe, ezért további erőfeszítésekre van szükség.



Az ügyfelek percepciójának fejlesztése, a pénzügyi intézmények környezeti fenntarthatóságra gyakorolt hatása és a fogyasztók bizalmának megerősítése érdekében kiemelten fontos folyamatosan ügyelni az ügyfelek tájékoztatására őszinte, az ügyfelek igényeire szabott kommunikációval (például a papírhasználat csökkentéséről, a digitalizációról stb.). Ez egy önerősítő folyamatként tájékozottabb fogyasztókat eredményezne, akik további fenntartható megoldásokat várnának a pénzügyi intézményektől, ezáltal vonzóbb üzleti lehetőséget teremtve.



A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI

ÁTLÁTHATÓSÁG

Alindex összegzése

 Definíció	Az Átláthatósági alindex felméri a kibocsátó bankok nyilvános környezeti fenntarthatósági jelentéseinek minőségét
 Az alindex eredményei	Eredmény: Az Átláthatósági alindex 76 pontot ért el, ami meghaladja a Fenntarthatósági Percepciós Index értékét (57), és a három pillér közül a legmagasabb Következtetések: A fenntarthatósági tájékoztatás megfelelően halad összhangban a nemzetközi irányelvekkel

DEFINÍCIÓK ÉS CÉLOK

A bankok számos információt közölhetnek a fenntarthatósági jelentésükben, például az elsődleges működési kockázataikat, a fenntarthatósággal kapcsolatos együttműködéseiket és kezdeményzéseiket, a zöld termékeiket és szolgáltatásaikat, valamint adatokat a bank kibocsátására vonatkozóan. A jelentés információs értéke és átláthatósága kulcsfontosságú annak tekintetében, hogy milyen percepció alakul ki a bank fenntarthatósági teljesítményéről, hiszen a befektetők ma már elvárják az ESG-vel kapcsolatos információk meglétét, amelyek alapvető elemei a befektetési elemzéseknek. Az átlátható, részletes és egyértelmű fenntarthatósági jelentés tükrözi a bankok fenntarthatósági törekvéseit, és vonzza a befektetéseket (London Stock Exchange Group, 2021).

Az Átláthatóság alindex felméri a kibocsátó bankok nyilvános környezeti fenntarthatósági jelentéseinek jellemzőit.

“

A szabályozások változása nyomán a vállalatokra, köztük a pénzügyi intézményekre vonatkozó adatközzételi követelmények egyre szigorúbbak. Így a pénzügyi intézmények környezeti hatásairól nyilvánosan elérhető jelentések vizsgálata nélkülözhetetlen a környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos teljesítmény percepciójának felméréséhez.

A Mastercard az alindex kiértékeléséhez a bankok nyilvánosan elérhető fenntarthatósági jelentéseit használta fel. Ez a pillér négy fő komponensből áll:

14. ÁBRA: Az Átláthatóság pillérből levont legfontosabb következtetések

Elérhetőség: A kibocsátó bankok fenntarthatósági jelentéseinek alapvető adatait összegzi: a lefedett időszakot, a kiadás helyét és a jelentés típusát (például integrált jelentés, egységesített jelentés stb.).

Keretrendszer: A szervezet fenntarthatósági stratégiájának és akcióterveinek nyilvánosságra hozatalát vizsgálja.

Összehasonlíthatóság: Azt vizsgálja, hogy a közzétett adatok összevethető-e az előző évek és a versenytársak adataival, valamint hogy az elsődleges környezeti hatások meghatározásához használnak-e kvantitatív adatokat.

Ellenőrizhetőség: Megvizsgálja az adatok feltüntetett forrásait, valamint azt, hogy a fenntarthatósági jelentés auditálva volt-e.

Az alindex elsődleges célja, hogy a jelentésekre vonatkozó nemzetközi szabványok (például a Globális Jelentési Kezdeményezés (Global Reporting Initiative, GRI) és a Sustainability Accounting Standards Board (SASB)) szerint meghatározott szempontok mentén megmutassa a kibocsátó bankok fenntarthatósági jelentései egyértelműségének és átláthatóságának mértékét (akár a helyi leánybank, akár az anyabank (bankcsoport) esetében). Ez a szakasz a következőkhöz hasonló kérdéseket elemez:

- Hogyan teljesít a magyar bankszektor a környezeti fenntarthatóságon belül átláthatósági szempontból?
- A magyar bankok milyen komponensek tekintetében teljesítenek legjobban, és mely területek esetén van a legtöbb fejlődési potenciál?
- Milyen bevált gyakorlatokat alkalmazhatnának a magyar bankok a fenntarthatósági jelentéseik finomítása érdekében?



Átláthatóság

- 77 Elérhetőség
- 72 Keretrendszer
- 84 Összehasonlíthatóság
- 66 Ellenőrizhetőség

15. ÁBRA: Az Átláthatóság pillér eredményei

A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI

ELÉRHETŐSÉG

Az Átláthatóság alindex elérhetőségre vonatkozó komponense 77 pontot ért el, ami azt jelzi, hogy a vizsgált bankok többsége már rendszeresen (például évente) frissített fenntarthatósági jelentést publikál. Bár ez a komponens nagyobb pontszámot ért el, mint az alindex átlaga (76), akad még fejlesztésre váró terület.

Körülbelül háromból kettő bank az elsődleges környezeti fenntarthatósági célkitűzéseit és kibocsátási adatait az anyabank szintjén teszi közzé. Fejlődési lehetőség ezen bankok számára a legfontosabb teljesítménymutató célok és akciótervek helyi szinten (a leánybankokra vonatkozóan) való közzététele, hogy könnyen elérhető információt nyújtsanak a magyarországi ügyfeleknek és befektetőknek.

A bankok több mint fele integrált jelentés formájában teszi közzé a környezeti fenntarthatósági célkitűzéseit és eredményeit. Ha a környezeti, társadalmi és vállalatirányítási (ESG-) teljesítményüket az éves pénzügyi eredményeikkel együtt összegzik, az így létrejövő jelentés fokozza az átláthatóságot,

és azt a szemléletmódot erősíti, hogy a fenntarthatóság az üzleti teljesítmény alapvető része (Integrated Reporting, 2021). A vizsgált bankok körülbelül fele emellett a nemzetközileg elfogadott jelentéskészítési szabványokat, például a GRI és a SASB szabványait alapul véve készíti el a fenntarthatósági jelentését, ami elősegíti a pénzügyi intézmények környezeti fenntarthatósági eredményeinek összehasonlítását.

A vizsgált bankok többsége, körülbelül háromból kettő, 2022-t referencia-időszaknak véve készítette el a fenntarthatósági jelentését. Mivel a közzétételre vonatkozó szabályozások folyamatosan változnak, fontos fejlesztési lehetőség a kibocsátó bankok számára a legfontosabb fenntarthatósági adatok, például a kibocsátásra és a környezeti hatásra vonatkozó információk, valamint a kiválasztott teljesítménymutatók és fenntarthatósági kezdeményezések (legalább) évente való frissítése és közzététele. A meglévő jelentések megtalálása és elérése viszonylag egyszerű, mivel a legtöbb magyarországi kibocsátó bank már közzéteszi fenntarthatósági jelentését a honlapján.

Jelentés típusa	Jelentés definíciója
Integrált jelentés	Olyan jelentés, amely a nemzetközileg elfogadott jelentési szabványok valamelyike szerint készült (pl. GRI, SASB stb.), és mind pénzügyi, mind ESG-szempontból nyilvánosságra hozza a vállalat teljesítményét
Tanúsított/auditált jelentés	Olyan jelentés, amely a nemzetközileg elfogadott jelentési szabványok valamelyike szerint készült (pl. GRI, SASB stb.), és független (külső) vállalat auditálta
Egységesített jelentés	Olyan jelentés, amely a nemzetközileg elfogadott jelentési szabványok valamelyike szerint készült (pl. GRI, SASB stb.), de nem volt független vállalat által auditálva
Egyszerű jelentés	Olyan nem pénzügyi jelentés, amely a vállalat számára fontos környezeti, társadalmi és vállalatirányítási témájú információkat tartalmaz, de nem felel meg egyik nemzetközi jelentési szabványnak sem (pl. GRI, SASB stb.)

3. TÁBLÁZAT: A fenntarthatósági jelentések típusainak összegzése

KERETRENDSZER

Az Átláthatóság alindex keretrendszerre vonatkozó komponense 72 pontot ért el, ami azt jelzi, hogy a bankok többsége nyilvánosságra hozza a fenntarthatósági stratégiáját és akcióterveit, figyelembe veszi a közvetlen és közvetett működésének főbb környezeti hatásait, és megvizsgálja a klímaváltozásból és a globális felmelegedésből következő működési kockázatait.

A vizsgált bankok körülbelül 80%-a közzéteszi a fenntarthatósági stratégiáját a jelentésben, és nyilvánosan elérhetővé teszi a legfontosabb fenntarthatósági célkitűzéseit és ambícióit. Fontos továbbra is beemelni a jelentésbe és nyilvánosan elérhetővé tenni a környezeti fenntarthatósági stratégiát, mert a fenntarthatóság a jövőben is fontos lesz a banki ügyfelek számára, és hatással van az ügyfélhűsésre is. Bizonyos esetekben, ha a bankok fenntarthatósági stratégiája nem nyilvános, érdemes közzétenni a legfontosabb célkitűzéseik kivonatát, hogy a pénzügyi intézmény megmutathassa a környezeti fenntarthatósági prioritásait a fogyasztóknak.

A vizsgált bankok körülbelül 90%-a közzéteszi a környezeti fenntarthatósági akcióterveit a jelentéseiben, jelezve, hogy elkötelezettek a fenntarthatósági stratégiájukban megfogalmazott célok eléréséért. Ezek az eredmények összhangban vannak az általunk folytatott interjúkkal és felmérésekkel, amelyek során mindegyik bank azt jelezte, hogy azonosított legalább néhány, a fenntarthatósági stratégia céljainak eléréséhez szükséges lépést.

Ami a kockázatkezelést illeti, a vizsgált bankok körülbelül fele nyilatkozik az elsődleges működési kockázatokról, amelyekkel a

vállalat a klímaváltozás miatt néz szembe. Fejlődési lehetőség a bankok számára, hogy összességében vizsgálják meg és tegyék közzé a klímaváltozásnak a bank működésére gyakorolt elsődleges hatásait. A vizsgált bankok némelyike már használ nemzetközileg elismert és bevált gyakorlatokat, például a klímaváltozással kapcsolatos stresszteszteket vagy forgatókönyv-elemzéseket a hatás és a kockázat felmérésére. A klímaváltozással kapcsolatos fizikai és egyéb működési kockázatok egyre gyakoribbak és súlyosabbak, ezért minden korábbinál fontosabb a gyors azonosításuk és kezelésük (MNB, 2022).

Egy másik fejlődési lehetőség a bank közvetlen környezeti hatásairól tett nyilatkozat. A bankok csak körülbelül fele tesz említést az értékláncon keresztül (például közvetett kibocsátások útján) a környezetre gyakorolt hatásáról. Ezt az információt azért fontos megosztani, mert a legtöbb pénzügyi intézmény kibocsátásának nagy része közvetetten, a finanszírozott kibocsátáson vagy az értékláncon keresztül valósul meg (HSBC, 2022). Emellett a bankok körülbelül 50%-a említette meg a káros környezeti fenntarthatósági teljesítménymutatókat és a környezetre gyakorolt negatív hatását. A kibocsátásokkal kapcsolatos teljes átláthatóság kiemelten fontos, így a bankoknak érdemes a jövőben törekedniük a környezeti fenntarthatósági teljesítményük minden aspektusának közzétételére. Ez azért lényeges, mert a teljes átláthatóság esetén a bankokat nem érheti a „zöldre festés” (greenwashing) vádja, hiszen mind a pozitív, mind a negatív hatásokat felvállalják. A negatív hatásoknak a jelentésbe való belefoglalása továbbá a vezetőség figyelmét a korábban elhanyagolt fenntarthatósági témakörökre irányíthatja.



A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI

ÖSSZEHASONLÍTHATÓSÁG

Az alindex összehasonlíthatósággal kapcsolatos komponense 84 pontot ért el, ezzel felülmúlta az Átláthatóság alindex átlagpontszámát (76). Ez arra enged következtetni, hogy a vizsgált bankok már közzétesznek kvantitatív információt a fenntarthatósági teljesítményükkel kapcsolatban, és nemzetközileg elismert szabványokat (például a SASB és GRI szabványait stb.) használnak a jelentéseik elkészítéséhez. Ehhez közzéteszik a teljesítménymutatók kiszámításának módszertanát, és évente összevetéseket készítenek a változások és a fejlődési lehetőségek figyelemmel kíséréséhez. Ebből az is következik, hogy a környezeti fenntarthatósági adatok könnyen megtalálhatók a jelentésben, és laikusok számára is érthetők.

A vizsgált bankok körülbelül 90%-a kvantitatív, mérhető adatokat is beemel a környezeti fenntarthatósági jelentéseibe. A kvantitatív adatok és a teljesítménymutatók elengedhetetlenek a bankok környezetre gyakorolt éves hatásának, valamint a fenntarthatósági teljesítményüknek a megfelelő méréséhez és jelentéséhez. A kvantitatív adatok előtérbe helyezése a fenntarthatósági jelentésben szintén jelzi a bankok törekvését a fejlődésük folyamatos felügyeletére és a közvetett és közvetlen kibocsátásaik pontos közzétételére.

További pozitív eredmény, hogy a bankok többsége, majdnem 80%-uk a főbb nemzetközi jelentéskészítési szabványoknak, például a Globális Jelentési Kezdeményezés (Global Reporting Initiative, GRI) vagy a Sustainability Accounting Standards Board (SASB) szabványai alapján készíti el a fenntarthatósági jelentéseit. A GRI-szabványok lehetővé teszik, hogy a különféle méretű és eltérő ágazatban tevékenykedő szervezetek megértsék a gazdaságra, a környezetre és az emberekre gyakorolt hatásukat, és összevethető, hiteles módon tegyenek rólok jelentést, ezáltal növelve az átláthatóságot (GRI, 2023). Az SASB-szabványok ehhez hasonlóan meghatározzák az egyes ágazatokban a pénzügyi teljesítmény tekintetében leginkább releváns környezeti, társadalmi és vállalati irányítási problémákat (SASB, 2023). A szabványok fenntarthatósági nyilatkozatban való alkalmazása biztosítja, hogy az adott pénzügyi intézmény teljesítménye összehasonlítható legyen a versenytársakéval és az intézmény korábbi jelentéseivel egyaránt. Másrészt azonban csupán a vizsgált bankok körülbelül fele tesz közzé ágazati teljesítménymutatókat az SASB javaslata alapján (például a hitelkockázat jelentős összpontosulása ESG-tényező szerint, beleértve többek között a szén-dioxid-kibocsátással járó eszközöket, a vízhianyával küzdő régiókat, kibebiztonsági kockázatokat, azon hitelek számát, amelyek esetében környezeti vagy társadalmi kockázatáttekintés történt

stb.) (SASB, 2023). Ez fejlődési lehetőséget jelent, mert a nemzetközileg elismert, konkrét teljesítménymutatók használata növeli az átláthatóságot és a pénzügyi szolgáltatások szektorán belüli összehasonlíthatóságot.

A bankok kétharmada közzéteszi a környezeti fenntarthatósági adatainak éves változását, ami megkönnyíti mind a nyilvánosság, mind a bank számára az elért eredmények figyelemmel kísérését. A vizsgált bankok közül néhány szintén évente ad ki összevetést az adataikról, azonban ez csak részlegesen.

“

Fontos gondoskodni arról, hogy a fenntarthatósági jelentésben szereplő adatok összevethetők legyenek az előző évi teljesítménnyel, mert így könnyen felismerhetők a javuló mérőszámok. Így a bankok azokra a teljesítménymutatókra is jobban tudnak összpontosítani, amelyek nem a terveknek megfelelően fejlődnek.

Kiemelendő pozitívum azonban, hogy a bankok körülbelül 90%-a abszolút és normalizált adatokat mutat be (például egységenkénti kibocsátás), vagyis ahelyett, hogy csak a változásokról tennének közzé információkat (például 5%-os csökkenés az előző évhez képest), a legtöbbjük a kibocsátással kapcsolatos tényleges, kvantitatív adatokat mutatja be. Továbbá a kibocsátó bankok kétharmada közzéteszi az azzal kapcsolatos elvárásait, hogy a különféle környezeti fenntarthatósági mérőszámok hogyan fejlődhetnek a jövőben, ami azt jelzi, hogy hosszú távú terveik vannak a környezetre gyakorolt hatásuk mérséklésére.

A bankok 90%-a emellett nemzetközileg elfogadott mérőszámokkal jeleníti meg az adatokat, például: kt (kilotonna) a szén-dioxid-kibocsátás esetében, kWh (kilowattóra) az energiafogyasztás esetében, metrikus tonna a vízhasználat esetében vagy köbméter a hulladékcsökkentés esetében. Ennek köszönhetően a közzétett adatok érthetők és összehasonlíthatók. Nagyjából 90% továbbá könnyen összevethető és megtalálható módon tünteti fel a fenntarthatósági mérőszámokat (például a szén-dioxid kibocsátást) a jelentéseikben, vagyis az adatokat vizuálisan, egy táblázatban vagy grafikonban jelenítik meg. Az átláthatóságot tovább javítja, hogy a bankok többsége (90%-a) közzéteszi a környezeti fenntarthatósági teljesítményével kapcsolatos számítási módszertant is.

ELLENŐRIZHETŐSÉG

Az ellenőrizhetőséggel kapcsolatos komponens 66-os pontszámot ért el, amely az Átláthatóság alindex legalacsonyabb pontszáma. Ez azt jelzi, hogy a bankoknak van még hova fejlődniük a számításaikhoz és felvételeikhez használt források megjelölése, a főbb környezeti kockázatok vállalatra gyakorolt esetleges hatásának bemutatása, valamint a közzétett teljesítménymutatók külső, független auditor általi felülvizsgálata terén, hogy a jelentéseik még hitelesebbek legyenek.

A vizsgált bankok kétharmada közzétesz adatokat a bank környezetre gyakorolt hatásaival kapcsolatban, ami azt jelzi, hogy figyelik az ökológiai lábnyomukat (például kiértékelik a közvetlen és közvetett kibocsátásaikat és más, fenntarthatósággal kapcsolatos mérőszámaikat). A vizsgált bankok számára fejlődési lehetőséget jelent a klímaváltozás vállalati működésre gyakorolt hatásainak területe is, mivel mindössze egyötödük támasztja alá közzétett adatokkal a környezeti kockázatok vállalatra gyakorolt hatásaival kapcsolatos állításait. Ezzel szemben a tanulmányunk alapján tíz bankból kilenc azt nyilatkozta, hogy vezettek be gyakorlatokat a fő működési kockázatok azonosítása érdekében, míg 40%-uk már jelenleg is érzékeli a klímaváltozás bankra gyakorolt hatását, és nemzetközi bevált gyakorlatok alkalmazásával méri fel a kockázatokat. Ennek megfelelően a jövőben a bankoknak érdemes lesz közzétenniük, hogy melyek azok a környezeti kockázatok, amelyek leginkább befolyásolhatják a működésüket.

Ami az adathasználatot illeti, a bankok kétharmada felsorolja a felhasznált adatok (belső és külső) forrásait, vagyis hivatkoznak a saját számítási módszertanukra a teljesítménymutatók közzétételekor, és nyilatkoznak arról, hogy mely külső tanulmányokat vagy számítási módszertanokat használták. A bankok körülbelül 80 százaléka auditáltatja a fenntarthatósági jelentését független, külső fél által, ami fokozza a dokumentumok hitelességét. Ez egybevág a Banki Felkészültségi Percepció alindex eredményeivel, hiszen a felmérésben részt vevő bankok többsége saját elmondása szerint ellenőríz bizonyos célértékeket (például a közvetlen Scope 1- és közvetett Scope 2-kibocsátásokat, az energiahatékonyságot és a hulladékkezelést).

JÖVŐBELI KILÁTÁSOK

A Fenntarthatósági Percepció Index három alindexe közül az Átláthatóság alindex érte el a legmagasabb pontszámot. A 76-os végső pontszám azt jelzi, hogy a magyar bankszektor már elért eredményeket a környezeti stratégiáról és teljesítményről való közzététel terén, ami növeli műveleteik átláthatóságát. Ez egy pozitív eredmény, hiszen a nyilvánosság (a befektetők és a fogyasztók) tájékoztatása a pénzügyi intézmények fenntarthatósággal kapcsolatos tevékenységeiről elengedhetetlen a társadalom és a gazdaság zöld átállásához. Megnyugtató, hogy a vizsgált bankok már jelenleg is közzéteszik a teljesítményükkel kapcsolatos fontos teljesítménymutatókat, azonban vannak még fejlesztésre szoruló területek, amelyekkel átláthatóbbá tehető a vizsgált bankok működése, és bizonyítható a fenntarthatóság iránti elkötelezettségük.

Két elsődleges fejlesztési területet határoztunk meg a bankok számára. Először is érdemes a bankoknak közzétenniük a fenntarthatósági stratégiájukat és a környezetre tett hatásukat az éves (pénzügyi) jelentésük integrált részeként, ezáltal többretekintést nyújtva a szervezet pénzügyi és ESG-teljesítményével kapcsolatban. Más ágazatok, például a telekommunikációs ágazat is alkalmazza ezt a jelentéskészítési gyakorlatot. Másrészt a magyar bankok készíthetnének egy hasonlóan részletes fenntarthatósági jelentést a leánybankok szintjén is, hogy kiemeljék a magyarországi befektetők és ügyfelek számára a helyi zöld fejlesztéseket, hiszen jelenleg a legtöbb vizsgált bank csak a bankszoport egészét illetően nyilatkozik a fenntarthatósági teljesítményének legtöbb eleméről. További javasolt fejlesztés a környezetre gyakorolt közvetett hatások (például a Scope 2 és 3 kibocsátások) és a bankot érintő fő környezeti kockázatok feltüntetése nemzetközileg elfogadott jó gyakorlatok, például a klímaváltozással kapcsolatos stresszteszt vagy forgatókönyv-elemzések alkalmazásával.

Végeredményben, bár a vizsgált bankok már jelentős eredményeket értek el a fenntarthatósági jelentéseik kapcsán, további fejlesztésekkel gondoskodhatnak arról, hogy a fogyasztók, a befektetők és általánosságban véve a nyilvánosság tájékozott legyen a bankok fenntarthatósági törekvéseivel kapcsolatban, ezzel növelve az átláthatóságot.

“

Az elkövetkezendő években az újonnan bevezetendő szabályozási követelmények (például a CSRD), valamint a fenntarthatósággal kapcsolatos egyre nagyobb érdeklődés és a fogyasztók szokásainak változása arra fogja ösztönözni a pénzügyi intézményeket, hogy további lépéseket tegyenek az átláthatóbb fenntarthatósági jelentések készítése érdekében.



FENNTARTHATÓSÁG AZ ELFOGADÓI TEVÉKENYSÉGEK SORÁN – ÁTTEKINTÉS

“

Mivel az elfogadók elsősorban üzleti ügyfelekkel (például kis- és középvállalkozásokkal) állnak kapcsolatban, a fenntarthatósági kezdeményezéseik kevésbé láthatók a fogyasztók számára. Azonban az elfogadók közvetett hatást gyakorolnak a fogyasztókra, és befolyásolhatják a szokásaikat a digitalizáción és a papírmentesítési kezdeményezéseken keresztül. Ennélfogva az elfogadóintézmények jelentős szerepet játszanak további modern és fenntartható fizetési módok kidolgozásában, valamint a kereskedők meggyőzésében ezen fizetési módok alkalmazását illetően.

Tanulmányunk az elfogadók két jól elkülöníthető típusát különbözteti meg: az elfogadó tevékenységet is végző kibocsátó bankokat, valamint a csak elfogadói tevékenységet végző szereplőket, amelyek POS (Point of Sale) terminálokat kínálnak a vállalkozások számára. Általánosságban az elfogadók úgy tehetik zöldébbé a működésüket, ha a fenntarthatóság jegyében alakítják az üzleti stratégiájukat, az üzleti tevékenységeiket, valamint lépéseket tesznek a tájékozottság növelése és a zöld gazdasági átállás érdekében (pl. digitalizáció, papírmentes stratégia). A terminálokat kínáló elfogadókra további felelősség is hárul a zöld gazdasági átálláson belül a terminálok gyártása, környezetbarát szállítása, valamint a hulladékkezelés révén.

A megkérdezett elfogadók már tettek lépéseket annak érdekében, hogy fenntarthatóbbá váljanak és zöld(ebb) megoldásokat kínálnak vállalati ügyfeleik részére, amelyek közvetve a végfelhasználókra is hatással vannak. Minden megkérdezett elfogadóintézmény olyan ESG-stratégiát követ, amely megfelel a saját üzleti céljainak, a Párizsi Megállapodásnak, valamint az ENSZ fenntartható fejlődési céljainak (Sustainability Development Goals, SDG-k); azonban nem mindegyik intézmény elkötelezett a nettó zéró károsanyag-kibocsátás és a karbonsemleges üzleti működés mellett. Az elfogadók többségének stratégiája tartalmaz az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentésére irányuló tervet és energiatakarékossági tervet, azonban felmérésünk szerint vannak egyelőre kidolgozatlan tervek is (pl. körforgásos gazdasági terv, biodiverzitás védelmének terve stb.), így ezek potenciális fejlesztési területek tekinthetők. Szinte minden elfogadó fektetett pénzügyi forrásokat a környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos célkitűzésekbe és helyi kezdeményezésekbe, ami arra

enged következtetni, hogy az elfogadók részéről van hajlandóság a fenntarthatóságot célzó valós lépések megtételére.

Az üzleti tevékenységek vonatkozásában minden megkérdezett elfogadónak van olyan fenntarthatósági vezetője, aki a fenntarthatósági teljesítményt felügyeli, és az intézmények többségének a zöld átállást elősegítő fenntarthatósági csapata is van. Az energiatakarékosság szintén kulcsfontosságú az elfogadók számára az irodák zöld üzemeltetését célzó törekvések szempontjából, azonban ez a megközelítés az üzleti tevékenységek szélesebb körére is kiterjeszthető lenne (pl. az elektronikus fizetés elfogadásából adódó energiafelhasználás stb. vonatkozásában). A partnerek kiválasztása tekintetében a megkérdezett elfogadók többsége figyelembe veszi a fenntarthatóságot a beszállítók kiválasztásánál, sőt erre vonatkozóan dokumentumok bemutatását is kéri. Ezenfelül a megkérdezett elfogadók szorgalmazzák, hogy a beszállítóik teljesítsék az elfogadók által kitűzött fenntarthatósági céljait (pl. a terminálok gyártása és szállítása kapcsán). A kibocsátókhöz hasonlóan a megkérdezett elfogadóknak szintén akadnak nehézségeik a Scope 3 károsanyag-kibocsátás megfigyelését illetően; ezt a mutatót csak kevesen követik figyelemmel, így a többség számára ez is egy fejlődési lehetőség.

A fenntarthatóságra vonatkozó figyelemfelhívás gyanánt az elfogadók rendszeresen mutatnak be az alkalmazottaknak a fenntarthatóságot célzó kezdeményezéseket, például önkénteskedési lehetőségeket, a fenntartható ingázás támogatását, valamint a papírhasználat minimalizálását; ez utóbbit a vállalati ügyfelek esetében is szorgalmazzák. Az elfogadók jelentős haladást értek el a fenntarthatósággal kapcsolatos belső és külső kommunikáció terén egyaránt. A megkérdezett elfogadók túlnyomó többsége küld fenntarthatósággal kapcsolatos kommunikációs anyagokat (pl. hírleveleket) az alkalmazottai részére. Hasonlóképp az elfogadók többségénél a fenntarthatóság az ügyfeleket célzó külső kommunikációban is megjelenik, többek között a közösségi médiában, az e-mailekben, az eseményeken és PR-kampányokban.

“

Habár a legtöbb esetben az elfogadók nem végeznek finanszírozási tevékenységet, a tevékenységeik révén mégis hatással vannak a zöldébb gazdasági környezetre való átállásra.

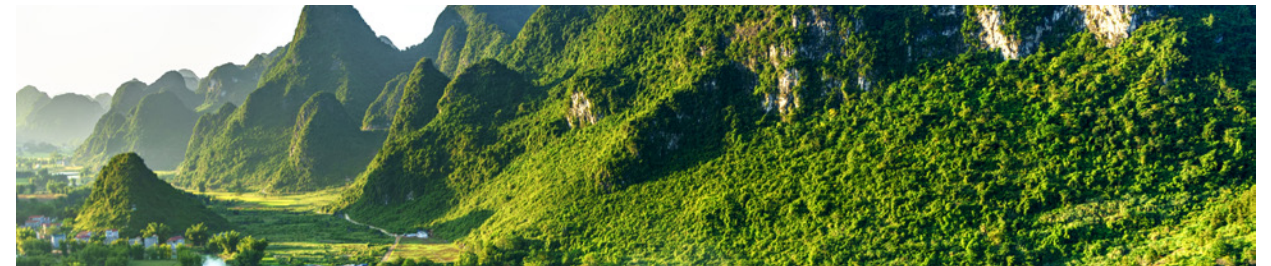
Mivel a POS terminálok műanyagból készülnek, és ezáltal környezetszennyezőek, az elfogadók foglalkoznak olyan innovatív fizetéselfogadási megoldások fejlesztésével és népszerűsítésével, mint például a SoftPOS. Ez a technológia lehetővé teszi a kiskereskedők számára a kártyás fizetések közvetlenül mobiltelefonok segítségével történő elfogadását, csökkentve a POS terminálok számát. Noha a SoftPOS megoldás egyelőre nem terjedt el széles körben Magyarországon, egyre több vállalkozó választja ezt a megoldást (különösen a kis- és középvállalkozások szegmensében) a kártyás fizetések elfogadásának egyszerűbbé tétele céljából. Mindemellett az elfogadók tervezik a terminálok életciklusának meghosszabbítását is, ami fenntarthatósági szempontból előnyös, mivel csökkenti a keletkező műanyag hulladék mennyiségét, valamint költséghatékony is.

A körforgásos gazdaság komoly lehetőségeket rejt az elfogadók számára, akiknek ezáltal lehetőségük nyílik az újrahasznosított műanyagból készülő terminálok gyártására és terjesztésére, valamint a terjesztés során újrahasznosított csomagolások használatára, ezenfelül pedig stratégiai prioritássá tehetik a mobiltelefonos fizetéselfogadási megoldások (pl. SoftPOS) használatát. További fejlődési lehetőséget jelent az üzleti ügyfelek tájékoztatása és ösztönzése, mivel 10 ügyfélből körülbelül 6 nem tartja be a terminálszolgáltatók által a terminálok cseréjére vonatkozóan tett javaslatokat, ez pedig hulladékkezelési kihívásokat eredményez.

A digitalizációs és papírmentesítést célzó törekvések általánosságban jól fogadják a végfelhasználók.

“

Fogyasztói kutatásunk alapján minden ötödik fogyasztó soha nem kéri a nyugtát a kártyás vásárlásokat követően, miközben a banki ügyfeleknek jellemzően körülbelül fele kéri.



A felsőfokú végzettséggel rendelkező, illetve a tehetős és környezettudatos ügyfelek ritkábban, az idősebb generációk tagjai viszont nagyobb eséllyel fogadják el a papíralapú nyugtát az üzletben történő vásárlások során. Továbbá még a nyomtatott nyugtát jellemzően elfogadó ügyfelek közül is tizből kilenc tartja úgy, hogy egy digitális nyugta is elegendő lenne (Mastercard és Impetus Research, 2023). Mindez azt jelzi, hogy a fogyasztói preferenciák már most is egyre inkább eltolódnak a papírmentes és digitális fizetési megoldások irányába, ugyanakkor továbbra is szükség van az ügyfelek tájékoztatására a nyugták digitális alternatíváinak témájában.

“

Összességében, bár az elfogadói tevékenység kevésbé látható a végfelhasználók számára, a megkérdezett elfogadók már így is haladást értek el zöld átállás terén a digitalizáció (pl. SoftPOS) és a papírmentes működés révén, ezt pedig egyaránt látják és értékelik az üzleti ügyfelek és a végfelhasználók is.

A jövőben az elfogadók háromféle módon fejleszthetik még tovább a fenntarthatósággal kapcsolatos tevékenységeiket, ezáltal segítve a magyar gazdaság zöld átállását:

- Az üzleti tevékenységekkel kapcsolatos fejlesztések segítségével (pl. kötelezettségvállalás a nettó zéró károsanyag-kibocsátással járó működésre, fő teljesítményjelzők hatékonyabb figyelése stb.)
- Ügyfelek (mind az üzleti, mind a lakossági ügyfelek) tájékoztatásának fejlesztésével a digitális és papírmentes megoldások (pl. SoftPOS, digitális nyugták stb.) szélesebb körű elterjesztése érdekében, magasabb keresletet teremtve
- Terminálokkal kapcsolatos tevékenységek továbbfejlesztésével (pl. terminálok élettartamának meghosszabbítása, terminálok szállításával és a hulladékkezeléssel kapcsolatos fejlesztések stb.)

A FENNTARTHATÓSÁG KONTEXTUSA

SZABÁLYOZÁSOK ÁTTEKINTÉSE

“

A pénzügyi intézmények központi szerepet játszanak a klímaváltozás elleni harcban és a globális felmelegedés visszaszorításában a fogyasztói szokásokra és a vállalati finanszírozásra való befolyásuk által. Számos szabályozás és irányelv ösztönzi a pénzügyi intézményeket a fenntarthatóbb működésre és a környezetre gyakorolt hatásuk közzétételére.

Ebben a szakaszban összefoglaljuk a legfőbb olyan szabályozásokat, amelyek a gazdaságot és a pénzügyi intézményeket egy fenntarthatóbb jövő felé terelik.

A klímasemlegesség jelenleg önkéntes alapú, mivel az Európai Unió és Magyarország hatályos jogszabályai nem írják elő és teszik azt kötelezővé a bankok számára (Green Policy Center, 2022). Mivel azonban az adatok közzétételére vonatkozó követelmények egyre szigorúbbak, számos olyan jelentési szabványt vezettek be, amelyek célja, hogy elősegítsék a vállalatok fejlődését az átláthatóság és a fenntarthatóság irányába. A leggyakrabban használt szabványok a Globális Jelentési Kezdeményezés (Global Reporting Initiative, GRI) vagy a Sustainability Accounting Standards Board (SASB) szabványai, amelyek további, iparág- és szektorspecifikus szabványokat is meghatároznak a még jobb összehasonlíthatóság érdekében (GRI, 2023) (SASB, 2023). Fontos kihangsúlyozni, hogy ezen szabványok nem kötelező érvényűek, azonban egy fontos változást mutatnak a vállalkozásokkal szembeni általános elvárások, valamint a környezeti hatásaikkal kapcsolatos adatok (pl. károsanyag-kibocsátás, víztakarékosság stb.) közzétételére vonatkozó elvárások terén. Ez azt az üzenetet közvetíti, hogy a vállalati szektorban minden cégnek proaktív módon részt kell vennie a klímaváltozás ellen vívott harcban.

Az Európai Zöld Megállapodás egy irányelv-kezdeményezésekből álló csomag, amelyet 2020-ban fogadott el az Európai Bizottság a klímasemlegesség elérése érdekében. Ennek egyik komponense egy új, fenntartható pénzügyi stratégia, az Európai Fenntartható Pénzügyek Akcióterv, amelynek célja a fenntarthatóság és a pén-

zügyi rendszer közötti kapcsolat szorosabbra fűzése. A terv nagy hangsúlyt fektet a pénzügyi rendszer zöld átalakítására és az EU azon hosszú távú célkitűzésének megvalósítására, amely a klímasemlegesség 2050-ig történő elérésére irányul. Ehhez kapcsolódik a Taxonómia szabályozás (az akcióterv egyik fontos komponense), egy zöld osztályozási rendszer, amely az EU klíma- és környezetvédelmi célkitűzéseit átalakítja egy környezeti szempontból fenntartható, befektetési célú gazdasági tevékenységeket tartalmazó listává (European Commission, 2020b). Ez a lista olyan környezetbarát vagy fenntartható gazdasági tevékenységeket tartalmaz, amelyek nagy mértékben elősegítik az EU környezetvédelmi célkitűzései közül legalább egynek a teljesítését.

A vállalatok fenntarthatósági jelentéseire vonatkozó fontos szabályozás a nem pénzügyi beszámolási irányelv (Non-Financial Reporting Directive, NFRD). Az NFRD értelmében a nagyvállalatoknak társadalmi és környezeti fenntarthatósági ügyekkel kapcsolatos adatokat kell közzétenniük. A jelentéskészítési szabályok az 500-nál több alkalmazottat foglalkoztató, közérdekűnek minősülő nagyvállalatokra vonatkoznak, és az EU legnagyobb vállalatai és vállalatcsoportjai közül körülbelül 12 000-et érintenek, többek közt bankokat és biztosítótársaságokat (European Commission, 2023a).

Egy másik kiemelt fontosságú, EU-szerte hatályos szabályozás a pénzügyi szolgáltatási ágazatban fenntarthatósággal kapcsolatos nyilvánosságra hozatalról szóló rendelet (Sustainable Finance Disclosure Regulation, SFDR), amely specifikus, vállalati szintű adatközzétételt ír elő a fenntarthatósági kockázatok kezelésének ügyében, és szabályozza, hogy a pénzügyi szolgáltatók (pl. bankok, biztosítók, befektetési vállalkozások stb.) hogyan kommunikáljanak átlátható módon ezekről a fenntarthatósági kockázatokról (European Commission, 2023b). Az SFDR 2. szintje 2023. januárjában lépett hatályba, és az 1. szint intézkedéseit kiegészítő technikai szabványokat tartalmazza, illetve meghatározza a közzendő információk pontos tartalmát, módszertanát és prezentációját, ezáltal javítva az összehasonlíthatóságot és a minőséget (European Commission, 2023b). Emellett az SFDR szabályozás szürke, halványzöld és sötétzöld osztályozást ad a befektetési alapoknak, és szigorúbb szabályozási követelményeket határoz meg a zöld alapokra vonatkozóan (Capital Monitor, 2022).

Ezenfelül az Európai Bankhatóság (European Banking Authority, EBA) új jelentéstételi követelményt vezetett be (EBA 3. pillér), amelynek célja, hogy hatékonyabbá tegye az intézmények adatközléseit, illetve megerősítse a piaci szabálykövetést egy átfogó keretrendszer kidolgozásával (European Banking Authority, 2022). Ez egy válasz a hitelintézményekre és befektetési cégekre vonatkozó szabályozási keretrendszer módosításaira, valamint az Európai Bizottság Fenntartható Pénzügyi Akciótervének 2018-as közzétételére. Mindemellett az EBA igyekszik arra ösztönözni az intézményeket, hogy azok fejlesszék a környezeti, társadalmi és vállalatiirányítási (ESG) kockázatok kezelésére irányuló módszereiket, és adjanak tájékoztatást a gazdaság és a társadalom zölddé tételében játszott kulcsfontosságú szerepüket illetően.

“

2023 januárjában hatályba lépett a vállalati fenntarthatósági jelentési irányelv (Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD), amely modernizálta és szigorította a vállalatok által közzétett közlendő társadalmi és környezeti fenntarthatósági adatokra vonatkozó szabályokat. Ez egy rendkívül fontos lépés, amely növeli a vállalatok fenntarthatóságának átláthatóságát.

A CSRD leváltja az NFRD-t, és kibővíti a szabályozott szereplők körét: ezentúl körülbelül 50 000 nagyvállalat, valamint jegyzett kis- és középvállalkozás számára lesz kötelező jelentéseket készíteni a fenntarthatóság témájában (European Commission, 2023a). A CSRD-nek köszönhetően a befektetők és egyéb érintettek jobb hozzáférést nyernek azon adatokhoz, amelyekre szükségük van a klímaváltozásból és egyéb fenntarthatósági problémákból adódó befektetési kockázatok felméréséhez. Ez elősegíti a vállalatok által az emberekre és a környezetre gyakorolt hatásának átláthatóságának megeremtését.

A CSRD hatálya alá eső vállalatok jelentéseinek meg kell felelniük a fenntarthatósági jelentésekre vonatkozó európai szabványoknak (European Sustainability Reporting Standards, ESRS) (European Commission, 2023a). Emellett a vállalatok kötelesek lesznek külső fél által hitelesítettetni a közzétett adataikat (European Commission, 2023a). Az első vállalatoknak (a már az NFRD szabályozott szereplőinek körébe tartozó, 500-nál több

alkalmazottal rendelkező, közérdekű nagyvállalatoknak) először a 2024-es pénzügyi évben kell majd alkalmazniuk az új szabályozást, a jelentéseket pedig 2025-ben kell közzétenniük. 2025 januárját követően az NFRD szabályozott szereplőinek körén kívül eső (több mint 250 alkalmazottal rendelkező) nagyvállalatoknak 2026-ban kell majd közzétenniük a jelentéseiket, a nyilvánosan jegyzett kis- és középvállalkozásoknak és egyéb cégeknek pedig 2027-ben (European Commission, 2023a), ugyanakkor a nagyobb vállalatok beszállítói esetében korábbi bevezetésre is szükség lehet, ami befolyásolhatja ezen beszállítók Scope 3 károsanyag-kibocsátását.

Magyarországon a Magyar Nemzeti Bank (MNB) 2021-ben kapta meg zöld mandátumát, ami alapján a környezeti fenntarthatóság előmozdítása új célként jelenik az intézmény alapító okiratában (MNB, 2021b). Ennélfogva az MNB abban az egyedi helyzetben van európai szinten, hogy zöld törekvéseit egy zöld mandátum is alátámasztja. Az MNB 2022-ben tette közzé a Zöld Ajánlását, amely segíti a bankok felkészülését a szabályozási környezet várható változásainak való megfelelésre.

“

A pénzügyi intézmények környezeti fenntarthatósági teljesítményét a helyi szabályozási környezet mellett az is befolyásolja, hogy az intézmény melyik országban végzi tevékenységét,

tekintettel az egyes országok eltérő természeti erőforrásaira, infrastruktúrájára és szokásaira. A nemzetközileg elfogadott fenntarthatósági mutatók – például a fenntartható fejlődési jelentés (Sustainable Development Report), a globális fenntarthatósági versenyképességi index (Global Sustainable Competitiveness Index), a környezeti teljesítmény index (Environmental Performance Index) és a környezetszennyezéssel kiigazított emberi fejlettségi index (Planetary pressures-adjusted Human Development Index) – alapján Magyarország környezeti és társadalmi fenntarthatósági szempontok szerinti teljesítményét még lehet fejleszteni a jövőben (Sustainable Development Solutions Network, 2023). Emellett a Magyar Nemzeti Bank által közzétett Fenntarthatósági jelentés Magyarországot a 27 tagállam közül a 15. helyre rangsorolta a környezeti és társadalmi fejlődést, a fenntartható gazdasági növekedést, valamint a fenntartható („zöld”) pénzügyeket érintő teljesítmény alapján (MNB, 2021a).

A FENNTARTHATÓSÁG KONTEXTUSA

A FENNTARTHATÓSÁGGAL KAPCSOLATOS KIHÍVÁSOK

“

Mivel a pénzügyi szektor jövőjét a fenntartható finanszírozás és a klímasemleges bankolás fogja meghatározni, a pénzügyi intézményeknek jelentős módosításokat kell eszközölniük a működésükben ahhoz, hogy javítsák a környezeti fenntarthatósági teljesítményüket. Ezek a módosítások azonban komoly kihívásokkal járnak, amelyek lelassíthatják a bankokat a környezet szempontjából fenntartható működés felé vezető úton.

Ebben a szakaszban az interjúk alapján összefoglaljuk, hogy a bankoknak milyen kihívásokat kell leküzdeniük. Ezeket három kategóriába soroljuk: az adatok elérhetősége, ismeret és hozzáállás.

Az adatok elérhetősége: Az első kihívás a fenntarthatóságra vonatkozóan rendelkezésre álló adatok hiánya – mind a mennyiség, mind a minőség tekintetében. A vállalatoknál a környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos adatok (pl. Scope 1-3 károsanyag-kibocsátás, energiatakarékosság, vízhasználat, biodiverzitásra való hatás stb.) hiányát a belső erőforrások és ismeretek hiánya okozza, azonban az ESG-vel kapcsolatos szabályozások (pl. CSRD) várhatóan javulást fognak hozni a vállalatok jelentéskészítési képességeiben. Az adathiány különösen égető probléma a kis- és középvállalkozási szegmensben, míg a nagyvállalatok valamivel jobb helyzetben vannak a pontos adatok közzététele szempontjából. Hasonlóképp, a magyarországi vállalatok között kisebbségben vannak azok, amelyek jelenleg nemzetközileg vagy országosan elismert ESG besorolással rendelkeznek. A magas infrastrukturális költségek még tovább súlyosbítják e kihívást, hiszen a vállalkozásoknak módosításokat kell végrehajtaniuk a folyamataikban és termékeikben a környezeti fenntarthatóság eléréséhez. Az adatokkal kapcsolatos hiányosságok két fő ok miatt hátráltatják a bankok zölddé válására irányuló törekvéseiket. A bankok saját, közvetlen és közvetett károsanyag-kibocsátásával (kiváltképp a Scope 3 finanszírozott kibocsátásával) foglalkozó jelentések készítése jelenleg a bankszektor előtt álló egyik legnagyobb kihívás, mégpedig az adatok rendelkezésre állásával kapcsolatos nehézségek miatt. Emellett a pénzügyi intézményeket kihívások elé állítják a zöld hitelezési és hitelebírási folyamatok, amelyek során a pénzügyintézetek igyekeznek pontosan felmérni a vállalatok fenntarthatósági teljesítményét és klímaváltozással kapcsolatos kockázatait.

Ismeret: További jelentős kihívást jelent a magyarországi bankok számára az ügyfelek hozzáállása és ismereti szintje a fenntarthatóság kapcsán, mind a lakossági, mind pedig a vállalati banki ügyfelek esetében. A lakossági banki ügyfelek nem rendelkeznek elégséges ismeretekkel a fenntarthatósághoz köthető témaköröket illetően; felmérésünk szerint a magyar lakosságnak csak a fele van tisztában a fenntarthatóság jelentésével, és a fogyasztóknak csak 14%-a beszél erről a témáról rendszeresen az ismerőseivel, barátaival és családjával. Hasonlóképp, jellemzően a vállalati ügyfelek (különösen a kis- és középvállalkozási szegmensben) sincsenek tisztában azzal, hogy a zöld átállás milyen fejlesztéseket és befektetéseket igényel. Ezt alátámasztja a K&H Bank felmérése (2022 és 2023), amelyből kiderült, hogy bár a magyarországi vezetők többsége fontosnak tartja a környezeti fenntarthatóságot, csak akkor foglalkoznak környezetvédelmi problémákkal, ha az közvetlen működési előnyökkel is jár. Emellett mindössze a cégek 14%-a (a 300 millió forint feletti éves árbevételű cégek körében) rendelkezik fenntarthatósági stratégiával (K&H, 2022; K&H, 2023). Az ismeretek hiánya arra is utal, hogy oktatási szempontból komoly szükség lenne arra, hogy a lakossági és a vállalati banki ügyfelek egyaránt tájékoztatást kapjanak a fenntarthatóság fontosságáról, ami javítaná a vállalkozások jelentéskészítési képességeit, növelné a zöld banki termékek iránti keresletet, és ezáltal új üzleti lehetőségeket teremtene, valamint zöldítené a gazdaságot. Ennek eléréséhez ugyancsak kulcsfontosságú a vállalatok és pénzügyi intézmények alkalmazottainak oktatása.

Hozzáállás: További kihívásokat jelent a vállalatoknál és bankoknál rendelkezésre álló belső erőforrások korlátozotttsága, valamint a pénzügyi intézmények a környezeti fenntarthatósághoz való hozzáállása. A bankokkal készített interjúink alapján az egyik legfőbb akadály az, hogy nincs egyöntetű egyetértés a célkitűzések és a hozzáállás terén, mivel egyes bankok az anyagi források környezetvédelmi célokra való fordítását befektetésnek tekintik (hosszú távú üzleti lehetőségeket keresve), míg más bankok viszont költségnek, mivel e ráfordítások rövid távon üzleti lehetőségek feladásával járnak, főleg egy magas kamatkörnyezetben. A fenntarthatósággal kapcsolatos célkitűzések egységességének hiánya nemcsak a pénzügyi intézmények körében, hanem az értéklánc más szereplőinél is megfigyelhető. A gazdaság zöldebbé és klímasemlegessé tételéhez egy szabályozott, koordinált megközelítés szükséges (pl. amelynek keretében minden bank ugyanazokat a hitelezési szabályokat és folyamatokat követi), hogy minden pénzügyi intézmény hasonló formában vegyen részt a fenntarthatósági célok megvalósításában.



MÓDSZERTAN

A Fenntarthatósági Percepciós Index egy olyan mérőszám, amely a magyar bankszektor környezeti fenntarthatósági teljesítményének felmérésére szolgál, percepció alapján.



Ez a jelentés a magyar bankszektor környezeti fenntarthatósági szintjét elemzi kvantitatív és kvalitatív megállapításokon keresztül. Mivel a vállalatok környezeti fenntarthatóságára vonatkozó konkrét adatai csak korlátozottan állnak rendelkezésre, az index módszertana e szerint lett kialakítva.

Az index három alappillérből áll, amelyek együttesen adják meg a Fenntarthatósági Percepciós Index végső pontszámát: 1. pillér: Banki Felkészültségi Percepció, 2. pillér: Fogyasztói Percepció, 3. pillér: Átláthatóság. A módszertan alapját annak vizsgálata adja, hogy hogyan látják a bankszektor szereplői a saját fenntarthatósági teljesítményüket (1. pillér) a fogyasztók percepciójával (2. pillér) összevetve, kombinálva a Mastercard átláthatóságra vonatkozó értékelésével (3. pillér).

Az index 1. pillére (Banki Felkészültségi Percepció) a Mastercard által a kiválasztott bankok közreműködésével végzett primer kutatáson alapul, és a szereplők környezeti fenntarthatósági teljesítményét értékeli önkéntesen megadott adatok alapján. A 2. pillér (Fogyasztói Percepció) célja elsősorban az, hogy számszerűsíthetően felmérje a bankszektor környezeti fenntarthatóságának fogyasztói percepcióját, másodsorban pedig az, hogy felmérje a magyarországi fogyasztói csoportok fenntarthatóságra vonatkozó általános ismereteinek szintjét. Az ezen pillér alapjául szolgáló adatok szintén egy primer kutatásból származnak, amelynek lebonyolítását egy külső piackutató cég, az Impetus Research végezte. Az index 3. pillére (Átláthatóság) a kiválasztott bankokat a fenntarthatósági jelentéskészítési teljesítményük alapján pontozza, ezzel elősegítve, hogy

megbízható, informatív fenntarthatósági jelentéseket készíthessenek, amelyek megfelelnek a szabályozási irányelveknek. Az index ezen pillére a Mastercard által végzett elemzés alapján lett összeállítva.

A három pillér minden mutatóját 100-as skálán indexáltuk, majd az egyes fő teljesítménymutatókból (KPI) komponenseket képeztünk. Mindhárom pillér esetében a maximális pontszám 100. Ezen pontszámokat súlyozzuk (a Banki Felkészültségi Percepciót és a Fogyasztói Percepciót egyformán magas súllyal vesszük számításba, az Átláthatóságot pedig valamivel alacsonyabb súllyal, mivel a pénzügyi szektorban a fenntarthatóság előmozdításának alapját a bankok és a fogyasztók képezik), így megkapjuk – a három pillér alapján – a bankszektorra vonatkozó index végső pontszámát, amelynek maximális értéke szintén 100. Az indexmodell megbízhatóságának felmérése érdekében teszteltük a modell érzékenységét.

Az indexhez összesen 61 mutatót választottunk ki. Az index kilenc bank eredményeit foglalja magába a magyarországi pénzügyi szektorból.

Az index megalkotásának fontos szakasza volt a mutatók kiválasztása. A fő teljesítménymutatók kiválasztásakor figyelembe vettük az adatok rendelkezésre állását, minőségét, mérhetőségét, összehasonlíthatóságát és megkülönböztethetőségét.

Végül az indexet úgy készítettük el és struktúráltuk, hogy a jövőben replikálható és könnyen kibővíthető legyen, például az ESG keretrendszer további részeire kiterjesztve (jelenleg csak a környezeti fenntarthatósággal foglalkoztunk).

Az adatkomponensek

A jelentés összeállításához két adatforrástípust használtunk fel:

Nyilvános források: A Magyar Nemzeti Bank által 2022-ben és 2023-ban közzétett Zöld Pénzügyi Jelentés, a 2021-es Zöld Ajánlás és Fenntarthatósági Jelentés és a Sustainable

Brand Index szolgált alapul a módszertanunk kidolgozásához és a releváns mutatók kiválasztásához.

Primer kutatás: A kutatás eredményei az elégtelen mennyiségű vagy nem elérhető adatpontok helyettesítésére szolgáltak, és mélyebb betekintést nyújtottak az eredményeinkbe. A fogyasztói percepció felméréséhez az eredményeket az Impetus Research biztosította, míg a vállalati felmérés (Banki Felkészültségi Percepció) a Mastercard által lett összeállítva és kiértékelve.

A Banki Felkészültségi Percepció felmérését a Mastercard dolgozta ki belső és külső szakemberek bevonásával egy 30-40 perces kérdőív formájában. A kérdőívet a kilenc kiválasztott banki szereplő ESG részlegei/vezetői választották meg személyes vagy online interjúk keretében. Az interjúk során összegyűjtött kvantitatív mérőszámok mellett fontos kvalitatív megállapításokhoz is jutottunk, amelyek tartalmasabbá tették az elemzésünket.

A Fogyasztói Percepció felmérését az Impetus Research közreműködésével terveztük meg. Egy 15-17 perc alatt kitölthető kérdőív megalkotása volt a cél, amely a környezeti fenntarthatósággal és annak a bankszektorhoz fűződő viszonyával kapcsolatos tudatosságot és attitűdöt mérő nyitott, a válaszadók által megválaszolandó kérdéseket tartalmazott. A reprezentatív felmérést 18 és 69 év közötti fogyasztók 1000 fős mintáján végeztük el. Kvóták gondoskodtak arról, hogy a felmérésben mindegyik nagy banktól legalább 40 résztvevő, valamint mindegyik kis banktól legalább 5 résztvevő szerepeljen. A kérdőív elején az ügyfeleknek azonosítaniuk kellett az elsődleges bankjukat, és arra vonatkozóan kellett kitölteniük a kérdőívet.



HIVATKOZÁSOK

Capital Monitor (2022): Explainer: What are the SFDR regulations?, elérhetősége: <https://capitalmonitor.ai/regions/europe/explainer-what-are-the-sfdr-regulations/>

Carbon Trust (2021): Briefing: What are Scope 3 emissions?, elérhetősége: <https://www.carbontrust.com/our-work-and-impact/guides-reports-and-tools/briefing-what-are-scope-3-emissions>

CDP (2021): Putting a price on carbon, elérhetősége: <https://www.cdp.net/en/research/global-reports/putting-a-price-on-carbon>

European Banking Authority (2022): EBA publishes binding standards on Pillar 3 disclosures on ESG risks, elérhetősége: <https://www.eba.europa.eu/eba-publishes-binding-standards-pillar-3-disclosures-esg-risks>

CDP (2023): CDP Disclosure Insight Action, elérhetősége: <https://www.cdp.net/en/info/about-us>

European Commission (2020a): A European Green Deal. Striving to be the first climate-neutral continent, elérhetősége: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

European Commission (2020b): EU taxonomy for sustainable activities, elérhetősége: https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/tools-and-standards/eu-taxonomy-sustainable-activities_en

European Commission (2023a): Corporate sustainability reporting, elérhetősége: https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

European Commission (2023b): Regulation on sustainability-related disclosure in the financial services sector, elérhetősége: https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/disclosures/sustainability-related-disclosure-financial-services-sector_en

Finnish Ministry of the Environment (2023): What is the green transition?, elérhetősége: <https://ym.fi/en/what-is-the-green-transition>

Forbes (2022): Consumers Demand Sustainable Products and Shopping Formats , elérhetősége: <https://www.forbes.com/sites/gregpetro/2022/03/11/consumers-demand-sustainable-products-and-shopping-formats/?sh=151703516a06>

Global Alliance for Banking on Values (2009): Meet the Global Alliance for Banking on Values, elérhetősége: <https://www.gabv.org/about-us/>

Global Reporting Initiative (2023): The global standards for sustainability impacts, elérhetősége: <https://www.globalreporting.org/standards/>

Green Policy Center (2022): Klímasemlegesség a magyar bankszektorban, elérhetősége: <https://www.greenpolicycenter.com/2022/12/07/klimasemleges-bankolas-magyarorszagon-helyzetkep-akadalyok-es-lehetosegek/>

Harvard Business Review (2022): Sustainable Business Went Mainstream in 2021 , elérhetősége: <https://hbr.org/2021/12/sustainable-business-went-mainstream-in-2021>

HSBC (2022): Scope 3 emissions - The largest piece in the net zero jigsaw, elérhetősége: <https://www.gbm.hsbc.com/en-gb/feed/sustainability/scope-3-emissions>

Integrated Reporting (2021): Transition to Integrated Reporting: A guide to getting started, elérhetősége: <https://www.integratedreporting.org/news/transition-to-integrated-reporting-a-guide-to-getting-started/>

Investopedia (2023): What Is Environmental, Social, and Governance (ESG) Investing?, elérhetősége: <https://www.investopedia.com/terms/e/environmental-social-and-governance-esg-criteria.asp>

K&H (2022): K&H Fenntarthatósági index, elérhetősége: <https://www.digitalhungary.hu/gazdasag/K-amp-H-fenntarthatosag-index-szakadek-a-tettek-es-a-szandekok-kozott/16730/>

K&H (2023): K&H Fenntarthatósági index, elérhetősége: <https://www.kh.hu/csoport/sajto/-/sajtohir/kh-fenntarthatosagi-index-felelosen-a-kozosseget>

London Stock Exchange Group (2021): Your guide to climate reporting, elérhetősége: https://docs.londonstockexchange.com/sites/default/files/documents/LSE_guide_to_climate_reporting_final_0.pdf

Mastercard and Impetus Research (2023): Sustainability Perception Index fogyasztói kérdőív

MIT Sloan (2018): The Convergence of Digitalization and Sustainability, elérhetősége: <https://sloanreview.mit.edu/article/the-convergence-of-digitalization-and-sustainability/>

MNB (2021a): Fenntarthatósági Jelentés, elérhetősége: <https://www.mnb.hu/kiadvanyok/jelentesek/fenntarthatosagi-jelentes/fenntarthatosagi-jelentes-2021>

MNB (2021b): Zöld jegybanki eszköztár-stratégia, elérhetősége: <https://www.mnb.hu/monetaris-politika/a-monetaris-politikai-eszkozta/zold-jegybanki-eszkozta-strategia>

MNB (2022): Zöld Pénzügyi Jelentés 2022, elérhetősége: <https://www.mnb.hu/kiadvanyok/jelentesek/zold-penzugyi-jelentes/zold-penzugyi-jelentes-2022-majus>

MNB (2023): Zöld Pénzügyi Jelentés 2023, elérhetősége: <https://www.mnb.hu/kiadvanyok/jelentesek/zold-penzugyi-jelentes/zold-penzugyi-jelentes-2023-aprilis>

Paris Financial Impact Task Force (2021): Definition of Impact Finance, elérhetősége: https://institutdelafinancedurable.com/app/uploads/2021/10/Finance-for-Tomorrow-Definition-of-Impact-Finance-September-2021_Executive-Summary.pdf

Platformable (2022): Using Open Banking and Open Finance APIs to Build Green Fintech, elérhetősége: https://platformable.com/static/Using_Open_Banking_APIs_to_Build_Green_Fintech%20Q1_2022-c052c8c19704dc586e4f63173c16e978.pdf

Science Based Targets initiative (2023): What are 'science-based targets?', elérhetősége: <https://sciencebasedtargets.org/how-it-works>

SME Climate Hub (2022): New data reveals two-thirds of surveyed small businesses concerned over navigating climate action, elérhetősége: <https://smeclimatehub.org/new-survey-reveals-small-business-barriers-climate-action/>

Sustainability Accounting Standards Board (2023): About us, elérhetősége: <https://sasb.org/about/>

Sustainable Brand Index (2023): Official Report 2023, Sweden, elérhetősége: <https://www.sb-index.com/rankings>

Sustainable Development Solutions Network (2023): Sustainable Development Report, elérhetősége: <https://www.sustainabledevelopment.report/>

United Nations Development Programme (2015): What are the Sustainable Development Goals?, elérhetősége: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>

United Nations Environment Programme Finance Initiative (2019): About the Principles. The 6 Principles for Responsible Banking, elérhetősége: <https://www.unepfi.org/banking/more-about-the-principles/>

United Nations Environment Programme Finance Initiative (2021): Net-Zero Banking Alliance, elérhetősége: <https://www.unepfi.org/net-zero-banking/>

United Nations (2023): Sustainability and Sustainable Development Goals, elérhetősége: <https://www.un.org/en/academic-impact/sustainability>

DEFINÍCIÓK

■ CSR

A vállalati fenntarthatósági jelentési irányelv (Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD) modernizálja és megerősíti a vállalatok által kötelezően közzéadandó társadalmi és környezeti adatokra vonatkozó szabályokat. A CSRD le fogja váltani az NFRD-t, és kibővíti annak hatókörét: ennél fogva ezentúl körülbelül 50 000 nagyvállalat, valamint jegyzett kis- és középvállalkozás lesz köteles jelentéseket készíteni a fenntarthatóság témájában.

■ EBA – 3. pillér

Az Európai Bankhatóság (European Banking Authority, EBA) egy új szabályozási stratégiát vezet be, amelynek célja, hogy hatékonyabbá tegye az intézmények adatközléseit, illetve megerősítse a piaci szabálykövetést egy átfogó keretrendszer kidolgozásával. Az EBA – 3. pillér csomagjának értelmében a bankoknak képesnek kell lenniük arra, hogy bemutassák, a klímaváltozás milyen kockázatokat eredményez számukra pénzügyi szempontból (a bankok mérlegfőösszegében), és hogy az intézmények milyen intézkedéseket tesznek ezen kockázatok mérséklésére.

■ ESG keretrendszer

Az ESG egy három hatásterületet – környezeti (pl. klímaváltozás, energiafogyasztás, erőforrás-takarékosság), társadalmi (pl. diverzitás, befogadás és emberi jogok) és vállalatiirányítási (pl. üzleti etika, átláthatóság) – magába foglaló keretrendszer, amelynek segítségével az érintett felek megismerhetik a fenntarthatósággal kapcsolatos problémákat, valamint mérleghelhetik a lehetőségeiket, és kezelhetik a kockázatokat.

■ EU-taxonómia

A taxonómiai szabályozás egy zöld osztályozási rendszer,

amely az EU klíma- és környezetvédelmi célkitűzéseit átalakítja egy környezeti szempontból fenntartható, befektetési célú gazdasági tevékenységeket tartalmazó listává. Ez a lista olyan környezetbarát vagy „fenntartható” gazdasági tevékenységeket tartalmaz, amelyek nagy mértékben elősegítik az EU környezetvédelmi célkitűzései közül legalább egynek a teljesítését.

■ Zöld eszköz arány (Green Asset Ratio)

A pénzügyi intézmény tulajdonában álló, fenntartható gazdasági tevékenységek (amelyeket az EU-taxonómia határoz meg) finanszírozására használt eszközei elosztva az intézmény összes eszközével.

■ Üvegházhatású gázok kibocsátása

Az olyan gázok – pl. szén-dioxid, metán és nitrogén-oxid – kibocsátása, amelyek a fosszilis üzemanyagok használatából, ipari gyártási folyamatokból és termőföldhasználatból keletkeznek, és jelentősen hozzájárulnak a globális felmelegedéshez.

■ Net Zero Banking Alliance

Az ENSZ által létrehozott Net Zero Banking Alliance szövetség egy globális bankcsoport, amely jelenleg a globális banki eszközök 40%-ával rendelkezik, és amelynek tagjai elkötelezték magukat amellett, hogy a hitelezési és befektetési portfólióikat 2050-re nettó zéró károsanyag-kibocsátásúvá teszik.

■ NFRD

A nem pénzügyi jelentési irányelv (Non-Financial Reporting Directive, NFRD) értelmében az 500-nál több alkalmazottal rendelkező, közérdekű nagyvállalatoknak társadalmi és környezeti ügyekkel kapcsolatos adatokat kell közzétenniük.

Ezen jelentéskészítési szabályok EU-szerte körülbelül 12 000 vállalatot és vállalatcsoportot érintenek, többek között bankokat és biztosítótársaságokat.

■ SBTi

A tudományos alapú célkitűzések kezdeményezése egy együttműködés a CDP, az ENSZ Global Compact, a World Resources Institute és a World Wide Fund for Nature között. A kezdeményezéshez, amely tudományosan megalapozott klímacélok kitűzésével foglalkozik, 2015 óta több mint 1000 vállalat csatlakozott.

■ Scope 1 károsanyag-kibocsátás

Közvetlenül kibocsátott üvegházhatású gázok egy vállalat tulajdonában vagy irányítása alatt álló forrás által (pl. iroda, céges autó).

■ Scope 2 károsanyag-kibocsátás

Közvetett kibocsátás elektromosság, gőz, hűtés vagy fűtés vásárlása vagy saját célra történő felhasználása során (pl. iroda fűtés, hűtés).

■ Scope 3 károsanyag-kibocsátás

Minden más közvetett kibocsátás, amely egy vállalat upstream (pl. alkalmazottak ingázása, üzleti utazások, megvásárolt termékek és szolgáltatások) vagy downstream tevékenységeiből (pl. befektetések, az értékesített termékek használatból való kivonása) ered.

■ SFDR

A pénzügyi szolgáltatási ágazatban a fenntarthatósággal kapcsolatos nyilvánosságra hozatalról szóló rendelet (Sustainable Finance Disclosure Regulation, SFDR) specifikus, vállalati szintű adatközzételt ír elő a fenntarthatósági

kockázatok kezelésének ügyében, és szabályozza, hogy a pénzügyi cégek hogyan kommunikáljanak átlátható módon ezekről a fenntarthatósági kockázatokról. Az SFDR az EU-n belül minden befektetési cégre és pénzügyi tanácsadóra vonatkozik, beleértve az eszközkezelőket, a bankokat és a biztosítókat is, és 2021. márciusában lépett hatályba.

■ SoftPOS

Egy olyan megoldás, amely lehetővé teszi érintésmentes fizetések elfogadását androidos készülékeken futó szoftverek segítségével (tehát terminálok használata nélkül).

■ Fenntarthatóság

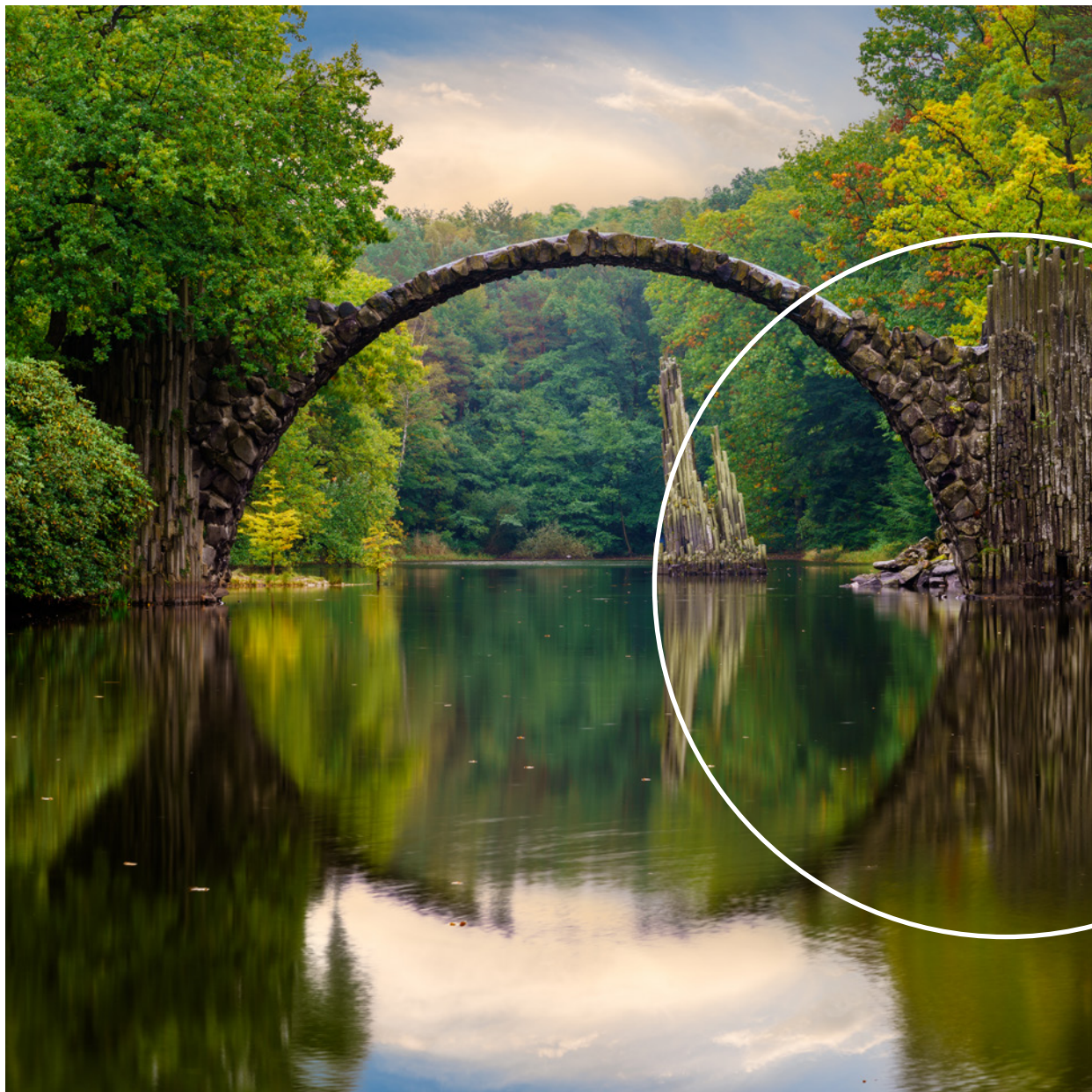
A jelen szükségleteinek kielégítése anélkül, hogy veszélyeztetnénk a jövő nemzedékek esélyét arra, hogy ők is kielégíthessék saját szükségleteiket.

■ Fenntartható fejlődési célok (SDG)

Az ENSZ tagállamai által elfogadott, 17 célkitűzésből álló összetett célkitűzés, amelynek célja a szegénység felszámolása, a bolygó védelme, valamint annak biztosítása, hogy 2030-ra a bolygó minden lakója békében és jólétben élhessen. A 17, egymással összefonódó célkitűzés között a környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos célok is szerepelnek, például a klímavédelmi tevékenységeket, vagy a víz alatti és szárazföldi életet érintően.

■ UNEP FI

Az ENSZ környezetvédelmi programjának pénzügyi kezdeményezése (UNEP FI) egy bankokat, biztosítókat és befektetőket magába foglaló, kiterjedt hálózat, amelynek közös célkitűzése, hogy a pénzügyi rendszeren belül szorgalmazza a fellépést a fenntarthatóbb globális gazdasági működés érdekében.



A MASTERCARDRÓL

A Mastercard egy globális technológiai vállalat a fizetési iparágban. Küldetésünk, hogy a biztonságos, egyszerű, intelligens és hozzáférhető tranzakciók révén olyan befogadó, digitális gazdaságot hozzunk létre, amely mindenki számára mindenhol előnyös. Innovációinkkal, megoldásainkkal, biztonságos adatokkal és hálózatokkal, partnerségekkel és szponzorainkkal segítjük a fogyasztókat, pénzügyi intézményeket, kormányokat és vállalkozásokat abban, hogy a legtöbbet hozhassák ki magukból. A tisztességességi hányadosunk (decency quotient vagy DQ) vezérli a kultúránkat és mindent, amit vállalatunkon belül és kívül teszünk. Több mint 210 országot és területet átfogó kapcsolatainkkal olyan fenntartható világot építünk, amely mindenki számára felbecsülhetetlen lehetőségeket nyit meg.

[mastercard.hu](https://www.mastercard.hu)

SAJTÓ ÉS MEGKERESÉSEK

aniko.sisa-molnar@mastercard.com

boris.martinovic@mastercard.com



FENNTARTHATÓSÁGI
PERCEPCIÓS INDEX
MAGYARORSZÁG 2023

IRÁNYTŰ A MAGYAR
BANKSZÉKTOR ZÖLD ÁTÁLLÁSÁHOZ

RIPORT

