



FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX

Magyarország 2024

Iránytű a magyar bankszektor
zöld átállásához

RIPORT

PUBLIKÁLVA: 2024. SZEPTEMBER



Tartalom

KÖSZÖNTŐ	3
AZ MNB ELŐSZAVA	4
BEVEZETÉS	6
ÖSSZEFOGLALÓ	11
A FENNTARTHATÓSÁGI PERCEPCIÓS INDEX EREDMÉNYEI	13
BANKI FELKÉSZÜLTSGEI PERCEPCIÓ	13
FOGYASZTÓI PERCEPCIÓ	24
ÁTLÁTHATÓSÁG	34
FENNTARTHATÓSÁG AZ ELFOGADÓI TEVÉKENYSÉGEK SORÁN	41
FENNTARTHATÓSÁGI KITEKINTÉS	43
A TÁRSADALMI FENNTARTHATÓSÁG ÁTTEKINTÉSE	43
SZABÁLYOZÁSOK ÁTTEKINTÉSE	47
FENNTARTHATÓSÁGGAL KAPCSOLATOS KIHÍVÁSOK	50
MÓDSZERTAN	53
HIVATKOZÁSOK	55
DEFINÍCIÓK	59

Köszöntő



„Elkötelezettek vagyunk a környezeti fenntarthatóság iránt, mivel ez létfontosságú mind az üzleti működésünk, mind a bolygónk szempontjából. Hisszük, hogy ezt a sürgető kérdést meg kell vitatni és cselekednünk kell.”

Gergely Márkus

a Mastercard Magyarországért
és Szlovéniáért felelős igazgatója

A klímaváltozás mindenkit érint valamilyen formában világszerte, beleértve az ökoszisztémákra gyakorolt jelentős hatásokat, például a biológiai sokféleség csökkenését és az élőhelyek pusztulását. Míg a klímaváltozás a Föld történetében természetes módon következett be, az emberi tevékenység felgyorsítja az éghajlati változásokat, ami a szélsőséges időjárási események elszaporodásához és a tengerszint fokozatos emelkedéséhez vezet. Ha nem cselekszünk azonnal, a következmények fokozódni fognak, és visszafordíthatatlanná válnak. A mai nap döntő lehetőséget kínál arra, hogy tartós változásokat érjünk el a jövő generációi számára. Közös felelősségünk, hogy megvédjük a bolygónk élővilágát.

A fenntartható társadalomra való átállás valamennyi ágazaton átívelő együttműködést igényel. A pénzügyi szektor kulcsszerepet játszhat a fenntarthatóság előmozdításában azáltal, hogy befektetési stratégiáikba beépítik a környezeti, társadalmi és irányítási (ESG) kritériumokat. Lehetőségük van a megújuló energiaforrásokkal kapcsolatos projektek finanszírozására, a zöld technológiák támogatására és a fenntartható gyakorlatok előmozdítására, amelyek nemcsak a környezeti hatásokat mérséklik, hanem a társadalmi felelősségvállalást is figyelembe veszik. Ez magában foglalja a közösségfejlesztésre, a tisztességes munkaügyi gyakorlatokra és az inkluzív gazdasági növekedésre irányuló kezdeményezéseket.

A Mastercard elkötelezett amellett, hogy támogassa a pénzügyi szektort ebben a létfontosságú átalakulásban. Ezért fejlesztettük ki a Fenntarthatósági Percepció Indexet. Ez a sokrétű elemzés a magyar kártyakibocsátói szektoron belüli környezeti fenntarthatósági percepciót vizsgálja, kitekintéssel az elfogadó bankokra, miközben a társadalmi fenntarthatósági szempontokat is figyelembe veszi. A Mastercard a piaci igények megértésével, a lehetőségek azonosításával és a kihívások kezelésével támogatja a bankokat a fenntarthatóbb és zöldebb jövő felé vezető úton.

Az Indexben három szempontból vizsgáljuk a magyar pénzügyi szektor környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos gondolkodásmódját:

- A bankok saját megítélése fenntartható működésükről és kezdeményezéseikről
- A fogyasztók megítélése a bankok fenntarthatóság terén nyújtott teljesítményéről
- A pénzügyi intézmények átláthatósága a nyilvános fenntarthatósági jelentésük alapján

Az MNB előszava

Az éghajlatváltozás korunk egyik legnagyobb kihívása, mely egzisztenciális fenyegetést jelent Európa és a világ számára. Tavaly 1,48 Celsius fokkal átléptük az iparosodás előtti globális átlaghőmérséklet szintjét, ezzel 2023 a történelem eddig legmelegebbként dokumentált éve lett. 2015-ben Párizsban a világ vezetői azt tűzték ki célul, hogy a globális felmelegedés mértékét mindenképp 2 Celsius-fok alatt, sőt lehetőleg 1,5 Celsius-fok alatt kell tartani. A Meteorológiai Világszervezet előrejelzése szerint a 2024-es év új rekordnak ígérkezik és az elkövetkező négy év valamelyikében vélhetően – 66 százalékos valószínűséggel – nemcsak megközelítjük, hanem át is lépjük a plusz 1,5 Celsius-fokos lélektani határt. Ha nem cselekszünk mielőbb, akkor a felmelegedés egyre nagyobb terhet ró a gazdaságokra és társadalmakra.

A kialakult helyzetért a tudományos konszenzus szerint az emberi tevékenység a felelős a fosszilis energiahordozók felhasználása és a vegetáció pusztítása révén. Az üvegházhatású gáz-kibocsátás globális csökkentése elengedhetetlen lenne, hogy elkerüljük a fenyegetést, amelyet a klímaváltozás jelent. A párizsi klímamegállapodás a globális átlaghőmérséklet növekedésének korlátozása és az éghajlatváltozáshoz való alkalmazkodás mellett a pénzügyi szektorra vonatkozóan is követelményeket fogalmaz meg: törekedni kell arra, hogy „a pénzügyi források áramlása összhangban álljon az üvegházhatású gázok alacsonyabb szintű kibocsátására és az éghajlatváltozással szembeni ellenálló képesség fejlesztésére irányuló erőfeszítésekkel”. A klímaváltozás lassítása, a környezeti és gazdasági károk megelőzése szükségképpen jelentős költségekkel jár.

A fenti problémák kezelése érdekében az európai zöld megállapodás az Európai Unió gazdaságát modern, erőforrás-hatékony és versenyképes

gazdasággá tervezi átalakítani. Az európai klímarendelettel az EU jogi kötelezettséget vállalt arra, hogy Európa – a világon elsőként – klímasemleges kontinenssé váljon. Ennek érdekében a tagállamok vállalták, hogy 2030-ig legalább 55 százalékkal csökkentik az üvegházhatásúgáz-kibocsátásukat az 1990-es szinthez képest. Az európai zöld megállapodás végrehajtását fenntartható finanszírozási intézkedések fogják elősegíteni azáltal, hogy fellendítik a zöld és fenntartható projektekbe irányuló magánberuházásokat. Ilyen intézkedés például a zöld beruházások osztályozására vonatkozó EU-s taxonómiai rendelet.

Az EU-s klímacélokkal összhangban, Magyarország klímapolitikája is ambiciózus, hisz 2030-ra azt vállaltuk, hogy 55 százalékkal csökkentjük az üvegházhatású gázkibocsátásunkat és hazánk legkésőbb 2050-ig klímasemlegessé válik. Magyarország sem reziliens a globális felmelegedésre. Az ország területének jelentős részét az Európai Unió klímaváltozás szempontjából sérülékenyebbnek tartott régiói között tartják számon. Magyarországon a Magyar Nemzeti Bank, amelyet az MNB törvény zöld mandátummal hatalmaz fel, elsődleges céljának veszélyeztetése nélkül, a rendelkezésére álló eszközökkel támogatja a kormány környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos politikáját. A Magyar Nemzeti Bank 2019-ben hirdette meg Zöld programját, amelynek célja a környezeti fenntarthatóság elősegítése a pénzügyi szektorban, melyet mind a hosszú távú, egészséges gazdasági növekedéshez, mind pedig a pénzügyi piacok stabilitásához kulcsfontosságúnak tartunk. A programmal a környezeti eredetű gazdasági sokkoknak ellenálló, a jövő kihívásaira felkészült pénzügyi rendszer megerősítését szeretnénk elérni, amely így a zöld gazdasági átállás motorja lehet.

Az MNB Zöld programja három alappilléren nyugszik. Az első pillér keretében törekszünk azon környezeti kockázatok mérhetővé tételére és számszerűsítésére – például felügyeleti klímastressztesztek alkalmazásával –, amellyel a pénzügyi szektornak szembe kell néznie az elkövetkező években, évtizedekben. Továbbá szabályozói eszközökkel, ajánlásokkal, ösztönzőkkel kívánjuk erősíteni a hazai pénzügyi szektor tudatosságát és felkészültségét az éghajlatváltozással kapcsolatos és környezeti kockázatok kezelésére. Szintén e pillér keretében ösztönzőkkel szeretnénk vonzóvá tenni a zöld finanszírozást és ezáltal a fenntarthatósági fordulatot, mert a bankok hitelezés során tanúsított hozzáállása aktív transzformáló szerepet játszhat a zöld gazdasági átmenet finanszírozásában. A klímaváltozás során nemcsak a kockázatok azonosítása és kezelése kulcsfontosságú, hanem a lehetőségek feltárása is. A Magyar Nemzeti Bank üdvözl minden olyan kezdeményezést, így a Mastercard Fenntart-

hatósági Percepció Indexét, amely a pénzügyi szektor fenntarthatósági törekvéseit hiteles adatokon alapuló elemzéssel elhelyezi a kijelölt cselekvési pályán és egyúttal a fogyasztók felé is láthatóvá teszi az eddig elért eredményeket.

A Fenntarthatósági Percepció Index három pilléren nyugszik: a bankok felkészültségének önértékelésén, a fogyasztói percepció kérdőíves mérésén és az átláthatóság értékelésén az elérhető banki fenntarthatósági közzétételek elemzése alapján. Az eredmény egy, a magyar bankrendszert értékelő kompozit mutatószám 0 és 100 között, illetve az előbb említett három dimenziót külön-külön is értékelő mutató. A Mastercard Fenntarthatósági Percepció Indexe tehát egy részletes helyzetkép, amely egyrészt visszajelzést ad a piaci szereplőknek és döntéshozóknak arról, hogy kívülről mi látszik a fenntarthatósági törekvé-

seikből, továbbá felhívja a figyelmet a potenciális cselekvési lehetőségekre is, orientálva őket a magyar bankrendszert a fenntarthatóbbá válás útján.

A magyar bankok többsége az elmúlt években egyre több lépést tett a fenntarthatóság elérése érdekében, saját működésük szén-dioxid-semlegesítésétől kezdve, a zöld termékfejlesztéseken át, a fenntarthatósági közzétételeik fejlesztéséig. A felsorolás nem teljes, és a megfogalmazott célok eléréséig még hosszú az út. A Fenntarthatósági Percepció Index értéke – 2024-ben 62 pont – is azt mutatja, hogy még mindig kiaknázatlan lehetőségek kínálóznak a bankrendszerben a fenntarthatóság fejlesztésére. Kiemelendő, hogy a Mastercard az index összeállítása mellett ezen lehetőségek feltárására is vállalkozik, kijelölve a lehetséges irányokat a felmérésben részt vevő magyar bankok számára.



Dr. Csaba Kandrács

alelnök,
Magyar Nemzeti Bank

Bevezetés

1987-ben az ENSZ a fenntarthatóságot úgy határozta meg, mint „a jelen szükségleteinek kielégítése anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő nemzedékek képességét saját szükségleteik kielégítésére” (ENSZ, 2024).

Az ENSZ fenntartható fejlődési céljai (Sustainable Development Goals, SDG-k) 17, egymással összefüggő célkitűzést foglalnak magukban, amelyek együttesen egy olyan létfontosságú keretrendszert képeznek, amelynek tárgya a globális jólét javítása és a klímaváltozás hatásainak kezelése (ENSZ, 2024). E célok közül a környezeti fenntarthatóság emelkedik ki kritikus szempontként. A Bolygónk határai (Planetary Boundaries) koncepcióján alapuló legújabb értékelések azt mutatják, hogy a Föld stabilitása szempontjából kritikus kilenc küszöbértékből hatot már túléltünk. Ez a riasztó helyzet 2100-ra 3,2 Celsius-fokos globális hőmérséklet-emelkedéshez vezethet, ami nyomatékossítja, hogy bolygónk és a jövő nemzedékek védelme érdekében sürgős és célzott intézkedésekre van szükség (Stockholm Resilience Centre, 2023).

Bár a fenntarthatóság összetett és folyamatosan változó kérdés, sürgős és átfogó intézkedésekre van szükség az egész társadalomra kiterjedő fenntartható fejlődés és a zöld átállás megvalósításához. Ez a gazdaságilag fenntartható növekedés irányába történő elmozdulást jelenti, és olyan gazdaságot eredményez, amely nem a fosszilis tüzelőanyagokon és a természeti erőforrások túlzott fogyasztásán alapul (Favas, 2023). A Párizsi Megállapodás egy klímaváltozásról szóló, jogilag kötelező erejű nemzetközi egyezmény, melynek célja, hogy a globális felmelegedést az iparosodás előtti szintet 1,5 Celsius-fokkal meghaladó mértékűre korlátozza (UNFCCC, 2024). A globális erőfeszítések és a megújuló energiaforrások kapacitásának a szabályozási támogatása és az energiabiztonsággal kapcsolatos aggodalmak által vezérelt gyors növekedése ellenére a kibocsátások 2022-ben rekordmagasságot értek el, és a gazdag nemzetek által ígért éghajlati finanszírozás továbbra sem teljesül, ami aláássa a globális együttműködést (Nature, 2023).

A vezérigazgatóktól a fiatal felnőttekig, mindenkiben ott a cselekvés igénye

A fenntarthatóság az érdekeltek széles köre számára – a multinacionális vezérigazgatóktól a környezettudatos fogyasztókig – alapvető fontosságú kérdéssé vált. 2022-ben a szervezetek háromnegyede növelte a fenntarthatósági beruházásait (Deloitte, 2023), 2023-ban pedig szinte minden nagy világcég fenntarthatósági jelentést tett közzé, valamint a legnagyobb európai állami vállalatok jelentős része vállalta, hogy 2050-re nettó zéró kibocsátást ér el (KPMG, 2022).

Ami a különböző generációk fogyasztóit illeti, a fiatalabbak különböző mértékben aggódnak a klímaváltozás miatt, ami vegyes reakciókat vált ki és a tehetetlenség érzését eredményezi. Gyakran pesszimistán tekintenek a jövőre, és útmutatást keresnek e kihívások jobb megértéséhez, valamint a kollektív környezetvédelmi célok eléréséhez szükséges közös cselekvés mellett érvelnek (European Science-Media Hub, 2022). Ahogy az emberek egyre tájékozottabbá válnak a fenntarthatóságot illetően, jelentős számban igénylik a vállalatok és a pénzintézetek zöld megoldásait és termékeit is (Mastercard és Impetus Research, 2024).





Regionális szabályozások, globális változások

A fenntarthatósággal kapcsolatos szabályozások világszerte általánossá váltak a különböző iparágakban. Az EU elkötelezte magát a fenntarthatóság mellett az Európai Zöld Megállapodás átfogó keretén belül, amely a környezetvédelmi szabályozások és intézkedések széles körét foglalja magában a régióban (Európai Bizottság, 2024c). Hogy csak néhányat említsünk a világszerte zajló kezdeményezések közül:

- Az EU a műanyagszennyezés elleni küzdelem érdekében 2021-től betiltotta az egyszer használatos műanyagokat (Európai Bizottság, 2021), és 2035-re célul tűzte ki az új dízel- és benzinüzemű autók értékesítésének fokozatos megszüntetését (Európai Parlament, 2022).
- A Net-Zero Industry Act az EU elkötelezettségét mutatja a tiszta technológiák gyártásának bővítése mellett (Európai Bizottság, 2024a).
- Egyes uniós országok a környezetvédelmi célok elérésére irányuló stratégiájuk részeként korlátozták a rövid távú légi járatokat, amennyiben léteznek életképes vasúti alternatívák (Forbes, 2023).
- A vállalati fenntarthatósági jelentéstételről szóló irányelv (CSRD) és a fenntartható pénzügyi nyilvánosságra hozatalról szóló rendelet (SFDR), illetve az ESG törvény célja, hogy az ESG átláthatóságának és elszámoltathatóságának fokozásával elősegítse a zöld átállást.
- Az Egyesült Államok Értékpapír- és Tőzsdefelügyelete (Securities and Exchange Commission, SEC) 2024-ben előírta, hogy a vállalatoknak regisztrációs nyilatkozataikban és időszakos jelentéseikben közzé kell tenniük az éghajlattal kapcsolatos információkat, beleértve az üvegházhatású gázok kibocsátását, az éghajlati kockázatokat és az átállással kapcsolatos terveket, hogy a befektetők számára következetes és összehasonlítható adatokat biztosítsanak (S&P Global, 2024a).
- Az ESG-jelentések egyre nagyobb jelentőséggel bírnak Dél-Afrikában, mivel az ország 2050-re nettó zéró kibocsátást céloz meg, amit olyan keretrendszerek támogatnak, mint a zöld pénzügyi taxonómia (Greenstone, 2023).
- Kína zöld pénzügyi szabályozási kísérleti zónákat hozott létre Sencsenben és Csungkingban a fenntartható pénzügyi gyakorlatok előmozdítása érdekében, azzal a céllal, hogy a zöld befektetések átláthatóbbá váljanak, és a pénzügyi intézményeket a környezeti kérdésekre való összpontosításra ösztönözzék (Green Finance & Development Center, 2023).

Bár a szabályozás terén világszerte jelentős előrelépés történt, a fenntarthatóbb gazdaság megvalósításához a szabályozó hatóságok további erőteljes és gyors bevonására van szükség.

A pénzügyi intézmények vezető szerepe

A pénzügyi intézetek alapvető szerepet játszanak a klímaváltozás elleni küzdelemben azáltal, hogy befolyásolják az ügyfelek szokásait és a vállalati finanszírozást. A zöld átállás finanszírozása olyan projektekkel, mint a megújuló energia, a magánszektor bevonását igényli, ezért a klímasemleges banki tevékenység alapvető fontosságú a klímaválság megelőzésében (Világgazdasági Fórum, 2024). Ez a megközelítés nemcsak a természeti katasztrófákból eredő pénzügyi kockázatokat csökkenti, hanem új üzleti lehetőségeket is nyit, például új ügyfelek vagy piacok megnyerését és új zöld termékek kifejlesztését.

A fenntartható banki gyakorlatok előtérbe helyezése javítja az átláthatóságot, csökkenti az adatszolgáltatási kihívásokat és növeli a márka értékét, így a bankok idővel vonzóbbá válnak a fogyasztók, a munkavállalók és a befektetők számára (Forbes, 2022).

Az idei a második Mastercard Fenntarthatósági Percepció Index jelentésünk, amelynek célja, hogy a magyar bankszektor környezeti fenntarthatósági teljesítmény fejlődésének percepcióját kövesse nyomon. Célunk továbbra is egyértelmű: egy olyan pozitív körforgás ösztönzése, amelyben a tájékozott fogyasztók fenntarthatóbb megoldásokat követelnek.

A magyar pénzügyi szolgáltatási szektor zöld átállásának támogatása egybeesik a Mastercard fenntarthatósági missziójával: „doing well by doing good”. Küldetésünk, hogy képessé tegyük az embereket arra, hogy teljes mértékben kiaknázhassák lehetőségeiket, előmozdítsuk az igazságos jólétet világszerte, és innovatív megoldásokat alkalmazzunk a bolygó védelmében. Bár az ESG-keretrendszer valamennyi aspektusa (környezeti, társadalmi és irányítási) egyformán fontos, ez a jelentés elsősorban a környezeti fenntarthatóságra összpontosít, és olyan témákat érint, mint az üvegházhatású gázok kibocsátása, a klímaváltozás, az erdőirtás, a biológiai sokféleség, a hulladék, a szennyezés és az erőforrások kimerülése, ugyanakkor a társadalmi fenntarthatóság szempontjait is figye-

lembe veszi. Bár a pénzügyi intézetek számára minden fogyasztó fontos – a magánszemélyek (egyéni vagy lakossági banki ügyfelek) és az üzleti (kis-, közép-, és nagyvállalatok) ügyfelek egyaránt –, ez a jelentés a lakossági banki ügyfelek (B2C) szegmensére összpontosít, a változó keresleten keresztül a fenntarthatósági eredmények előmozdításában játszott létfontosságú szerepük miatt.

Az index objektív kritériumok alapján értékeli (1) a bankok által a környezeti fenntarthatóság irányába tett aktuális lépéseket az önbevalláson alapuló adatok alapján, (2) a fogyasztók megítélését a magyar bankok környezeti fenntarthatósági teljesítményéről, valamint (3) a bankok átláthatóságát a fenntarthatósági jelentéseik alapján. Az index három fő dimenziót mér egy 1-től 100-ig terjedő skálán.



1. ábra: A Fenntarthatósági Percepció Index három pillére

A riport felépítése és fókusza

A riportban tárgyalt legfontosabb kérdések

Hol tart a magyar bankszektor a környezeti fenntarthatósági percepció szempontjából?

Melyek a fő különbségek a bankok és a fogyasztók megítélése között a magyar bankok környezeti fenntarthatósági teljesítménye tekintetében?

Milyen fejlesztéseket tehetnének a pénzüintézetek a fogyasztók véleménye alapján annak érdekében, hogy környezetileg fenntarthatóbbak legyenek?

Milyen környezeti fenntarthatósági kezdeményezések jellemzőek a magyar kibocsátó bankok körében?

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

Milyen bevált gyakorlatokat alkalmazhatnának a magyar bankok a fenntarthatósági jelentéstétel pontosításához?

A jelentés összefoglalja az index eredményeit, és kitér a magyar bankszektor környezeti fenntarthatósági teljesítményének percepciójához használt főbb tényezőkre és mutatókra*.

*Minden elemzés, betekintés és következtetés a Mastercard munkája és szellemi tulajdona.

A riport felépítése

A tanulmány a következőképpen épül fel:

01

Összefoglaló

02

Az egyes pillérek mélyreható megvitatása, hogy további betekintést nyerjünk az index fő mozgatórugóiba.

03

A bankkártya elfogadói ágazat környezeti fenntarthatósági kezdeményezéseinek áttekintése.

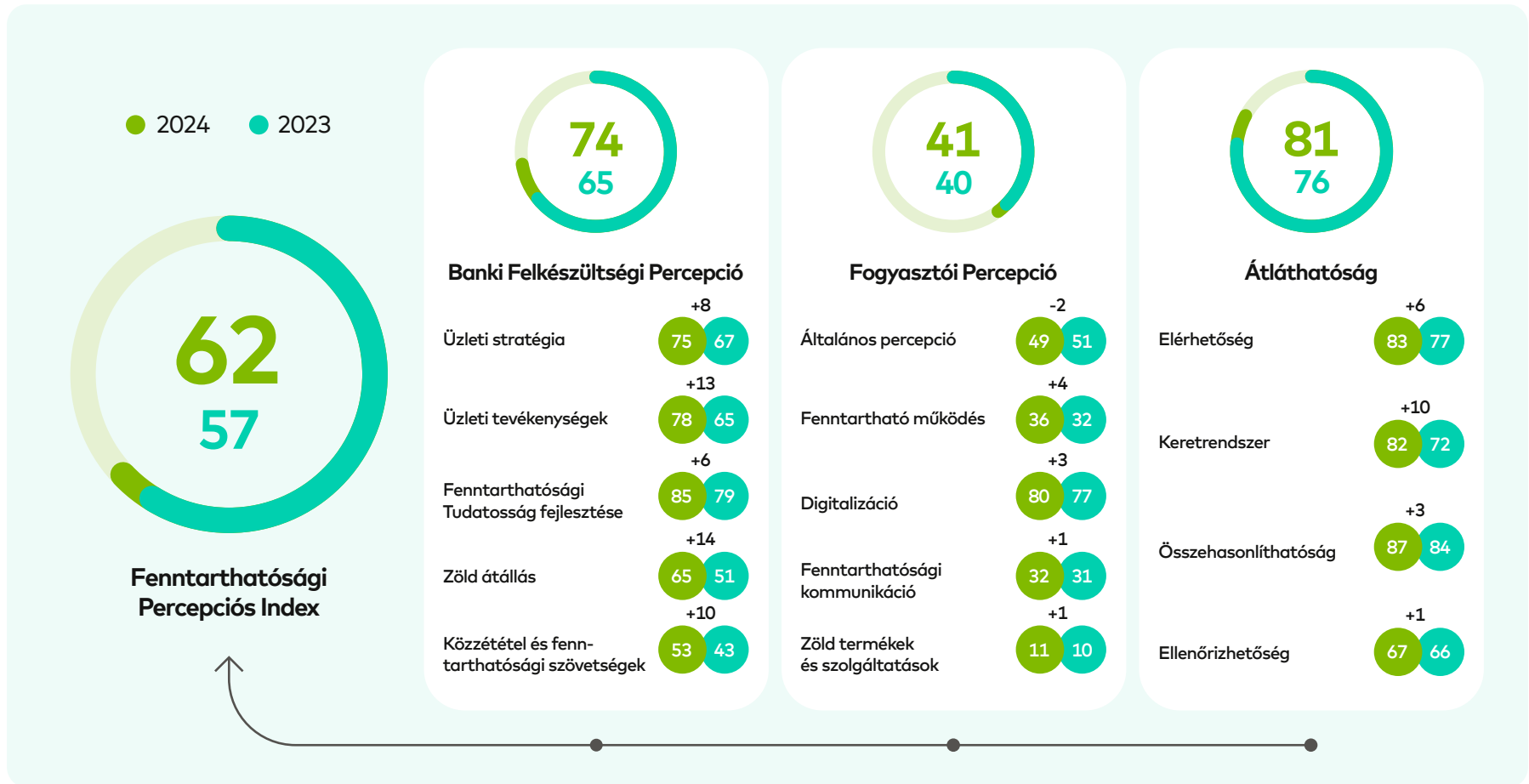
04

Részletes fenntarthatósági kontextus, beleértve a társadalmi fenntarthatóságot, a szabályozások áttekintését, az index módszertanát és a felhasznált forrásokat.

Összefoglaló

2024-ben a Fenntarthatósági Percepció Index 100-ból 62 pontot ért el. Ez 5 pontos emelkedést jelent az előző évhez képest, ami fokozatos fejlődést mutat.

Ez az eredmény az egyes pillérek pontszámából származik: A banki felkészültségi percepció 74 pontot ért el, ami jelentős, 9 pontos növekedést jelent. A fogyasztók megítélése stabil maradt, 1 ponttal 41 pontra emelkedett; az átláthatóság pedig 81 pontot ért el, ami 5 pontos emelkedést jelent. Az alindexek együttesen sokoldalú értékelést nyújtanak a magyar kibocsátó bankok környezeti fenntarthatósági teljesítményének megítéléséről. Ezen túlmenően feltárják az egyes pillérek részleteit, és mindhárom alindex esetében azonosítják a jövőbeli fejlődési lehetőségeket.



2. ábra: A Fenntarthatósági Percepció Index eredményei

1. BANKI FELKÉSZÜLTSEGI PERCEPCIÓ



A Banki Felkészültségi Percepció Alindex 9 ponttal nőtt a tavalyi eredményekhez képest, és 74 pontot ért el. A legjelentősebb fejlődés a zöld átállás és az üzleti tevékenységek terén figyelhető meg, ami a bankoknak a fenntarthatósági átalakulásában betöltött aktív szerepét tükrözi. **A bankok a további innováción keresztül értéket teremthetnek több zöld termék és szolgáltatás kínálatával a lakossági és üzleti ügyfelek számára (például virtuális kártya, zöld bankkártya és zöld megtakarítási számla).**

2. FOGYASZTÓI PERCEPCIÓ



A Fogyasztói Percepció Alindex 41 pontot ért el, ami egy minimális javulást mutat 2023-hoz képest. A viszonylag alacsony pontszám továbbra is a bankok teljesítménye és a magyar fogyasztók fenntarthatósági tudatossága közötti szakadékot jelzi. **A pénzügyi intézetek fenntarthatósági megoldásokkal kapcsolatos fogyasztói edukációjának a hangsúlyosabbá tétele segíthet a kereslet további növelésében.**

3. ÁTLÁTHATÓSÁG



Az Átláthatósági Alindex 5 ponttal 81 pontra emelkedett, ami azt jelzi, hogy a magyar bankszektor jelentéstételi gyakorlatában előrelépés történt, és a bankok fenntarthatósági erőfeszítései átláthatóbbak. **A bankok egy újabb lépést tehetnének a maximális átláthatóság felé, ha leányvállalati szinten készítenének integrált jelentéseket, és javítanák az ESG-jelentéseik ellenőrizhetőségét.**

4. FENNTARTHATÓSÁG AZ ELFOGADÓI TEVÉKENYSÉGEK SORÁN



Az elfogadó bankok elsősorban üzleti ügyfelekkel állnak kapcsolatban. Mindazonáltal a bankkártya-elfogadók pozitív környezeti hatást gyakorolhatnak mind a lakossági, mind az üzleti szegmensre, illetve a papírmentes működés és a digitalizáció révén befolyásolhatják azok viselkedését. **Az elfogadók a terminálokhoz kapcsolódó tevékenységek fejlesztése mellett tovább ösztönözhetik a digitális és papírmentes megoldások (pl. digitális nyugták) bevezetését.**

5. TÁRSADALMI FENNTARTHATÓSÁGI ÁTTEKINTÉS



A környezeti és társadalmi kérdések mélyen összefüggnek egymással, és a magyar bankok már most is foglalkoznak az adományozás és a társadalmi banki tevékenységek témakörével, azáltal, hogy a banki szolgáltatásokhoz hozzáférést biztosítanak a hátrányos helyzetű lakosság számára, miközben a pénzügyi oktatásra és az inkluzivitásra törekcszenek. **A bankok az adományozás, az önkéntesség és a hátrányos helyzetű csoportok banki szolgáltatásokhoz való hozzáféréseinek biztosításával tesznek a társadalomért. A hatásuk növelése érdekében kulcsfontosságú a bankok társadalmi fenntarthatósággal kapcsolatos ügyféltudatosság kialakításának fokozása.**

6. SZABÁLYOZÁSOK ÁTTEKINTÉSE



Míg a klímasemleges banki tevékenység jelenleg nagyrészt önkéntes, a globális, európai és magyar szabályozás egyre szigorúbbá válik, és afelé halad, hogy a vállalatok és pénzügyi intézetek a fenntarthatósági szempontokat beépítsék a működésükbe. **A szabályozások megalapozzák a bankok zöld átállását, mivel a gondolkodásmód fokozatosan átalakul önkéntesről kötelező jellegűre.**

7. FENNTARTHATÓSÁGGAL KAPCSOLATOS KIHÍVÁSOK



A fenntarthatóságnak a banki tevékenységbe való integrálása számos kihívást hordoz magával, például az oktatás, az adatok elérhetősége és a hozzáállás terén. A bankoknak olyan zöld befektetéseket is azonosítaniuk kell, amelyek összhangban vannak a meglévő keretrendszerrel, miközben egyensúlyoznak a profitabilitás és a fenntarthatósági szempontok között. **Bár továbbra is vannak kihívások, az adatminőségi és a fenntarthatósági hozzáállás pozitívan változott az előző évhez képest.**

8. JÖVŐBELI KILÁTÁSOK



A fenntartható bankolás ma már nem egy új trend, hanem alapvető változást jelent a pénzügyi szektorban, és a bankok várhatóan folytatják útjukat a zöld átállás felé. Eközben a fogyasztók tudatosságának erősödése alapvető fontosságú ahhoz, hogy igazi áttörést lehessen elérni. **Az ügyfelek ismereteinek bővítése jelentős időt vesz igénybe, ezért a bankoknak további edukációs erőfeszítéseket kellene fontolóra venniük, különösen a zöld banki termékek és szolgáltatások területén.**

A Fenntarthatósági Percepció Index eredményei

Banki Felkészültségi Percepció

Meghatározás

A Banki Felkészültségi Percepció Alindex pillére a magyar kártyakibocsátó bankok környezeti fenntarthatósági teljesítményének megítélését értékeli.



Az alindex eredményei

Eredmény: A banki Felkészültségi Percepció Alindex végső pontszáma **74** (9 ponttal több 2023-hoz képest), ami felülmúlja az általános Fenntarthatósági Percepció Indexet (62).

Következtetések: A bankszektor az elmúlt évben jelentősen előrelépett a fenntarthatóság terén, ami azt jelzi, hogy még mindig van lehetőség a javulásra, bár a korábbinál kisebb mértékben.



3. ábra: A banki felkészültségi percepció pillérének legfontosabb megállapításai

Definíciók és célok

A Banki Felkészültségi Percepció Alindex pillére a magyar kártyakibocsátó bankok aktuális környezeti fenntarthatósági teljesítményét értékeli önbevéltélen alapuló adatok alapján. Ez a pillér öt komponensből áll:

Üzleti stratégia: Összefoglalja, hogy a megkérdezett bankok milyen mértékben veszik figyelembe a fenntarthatóságot üzleti stratégiájukban és pénzügyeik megtervezése során.

Üzleti tevékenységek: Megvizsgálja, hogy a bankok hogyan ültetik át a stratégiájukat az üzleti tevékenységeikbe; hogy meghatároztak-e cselekvési terveket és fenntarthatósági teljesítménymutatókat (KPI), illetve nyomon követték-e és ellenőrizték-e azokat; és hogy a fenntarthatósági szempontokat figyelembe veszik-e a finanszírozott entitások és beszállítók kiválasztásakor.

Fenntarthatósági tudatosság fejlesztése: Megvizsgálja, hogy a bankok milyen lépéseket tesznek belsőleg (az alkalmazottak felé) és külsőleg (pl. a fogyasztók felé) a környezeti fenntarthatóság fontosságának népszerűsítése érdekében.

Zöld átállás: Vizsgálja, hogy a bankok hogyan veszik figyelembe a környezeti fenntarthatóságot a hitelezési folyamat során (beleértve a hitelminősítést is), és értékeli a bankok zöld termék- és szolgáltatás kínálatát.

Közzététel és fenntarthatósági szövetségek: Áttekinti a kibocsátó bankok fenntarthatóság-központú szövetségi tagságait, a fenntarthatósági jelentésben 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.

Ennek az alindexnek az elsődleges célja annak felmérése, hogy a megkérdezett magyar bankok hogyan látják saját felkészültségüket a környezeti fenntarthatóság terén. Ez a szakasz olyan kérdésekről adhat felvilágosítást, mint például:

- **Hogyan látja a magyar bankszektor a saját fenntarthatósági felkészültségét?**
- **Milyen környezeti fenntarthatósági kezdeményezések jellemzőek a magyar kibocsátó bankok körében?**
- **Milyen szempontból teljesítenek a legjobban a magyar bankok, és melyekben van a legnagyobb fejlődési potenciál?**



4. ábra: A Banki Felkészültségi Percepció pillérének eredményei

Üzleti stratégia

Az üzleti stratégiai rész 75 pontot ért el, ami 8 ponttal magasabb az előző évi eredményekhez képest, kissé meghaladva a banki felkészültségi percepciós alindexet, amely 74 pontot ért el. Ez arra utal, hogy bár a megkérdezett bankok teljesítménye a környezeti fenntarthatóság stratégiai tervezése terén átlagon felüli, van még hová fejlődni.

A megkérdezett kilenc magyar kibocsátó bank szinte mindegyike kidolgozott egy olyan ESG-stratégiát, amely összhangban van saját üzleti céljaival, valamint az ENSZ fenntartható fejlődési céljaival és a párizsi klímaegyezménnyel. Minden részt vevő bank közzétette fenntarthatósági stratégiájának összefoglalóját a honlapján, így ez az információ könnyen hozzáférhető az ügyfelek számára. Ezek a bankok a környezeti fenntarthatóság különböző aspektusaira összpontosítanak. Mindegyi-

kük felvázolja az üvegházhatású gázok kibocsátására vonatkozó tervét, és elkötelezettséget mutat a közvetlen és közvetett kibocsátások (Scope 1-3) csökkentése mellett.

Emellett kilencből nyolc bank rendelkezik energiahatékonysági tervvel, kilencből hét pedig szén-dioxid-kompenzációs tervvel. Kevesebb bank – mindössze kettő-három – rendelkezik azonban körforgásos gazdaságra, vízvédelemre vagy a biológiai sokféleség védelmére vonatkozó tervekkel. A megkérdezett magyar bankok közel fele elkötelezte magát a nettó zéró kibocsátás elérése mellett; közös céljuk, hogy 2030-ra elérjék a nettó zéró közvetlen kibocsátást (Scope 1), 2050-re pedig a portfólióhoz kapcsolódó nettó zéró kibocsátást (Scope 3).

A pénzügyi intézetek általában óvatosabbak a közvetett kibocsátásokhoz köthető vállalatokkal kapcsolatban, amelyek magukban foglalják az összes finanszírozott vállalat környezeti hatásait. Ez az óvatosság annak tudható be, hogy gyakran nehézségek merülnek fel ezen hatások mérésében az adathozzáférési korlátok és az ügyfelek tudatosságának korlátozottsága miatt. Valamennyi megkérdezett magyar bank meghatározott pénzügyi forrásokat különített el a fenntarthatósági stratégiájában megfogalmazott célok elérésére. Arra a kérdésre azonban, hogy a szervezetük által a környezeti fenntarthatósági célokra fordított pénzügyi forrásokat inkább költségnek vagy befektetésnek tekintik-e, a résztvevő bankok több mint fele azt válaszolta, hogy ezeket a kiadásokat teljes mértékben befektetésnek tekintik. Eközben mintegy 30% jelezte, hogy inkább a nyereséget csökkentő költségként tekint rájuk.

Emellett sok bank óvatos a nettó zéró kibocsátás (Scope 1-3) elérésével kapcsolatban, részben a jelenlegi adatok pontosságának korlátai és azon meggyőződés miatt, hogy a nettó zéró csak karbonkreditek (olyan engedély, amely egy tonna szén-dioxid kibocsátásának csökkentését vagy kivonását igazolja, és vállalatok megvásárolhatják kibocsátásuk kompenzálására) felhasználásával lenne lehetséges. Az Európai Unió (EU) 2026-tól kezdődően megtiltja az olyan kifejezések használatát, mint a „klímaseleges” vagy „klímapozitív”, amelyek bizonyíték nélkül támaszkodnak a karbon-ellentételezésre, hangsúlyozva azon aggodalmakat, hogy a karbonkreditek – bár fenntartható projekteket finanszíroznak – nem feltétlenül vezetnek valódi változásokhoz az üzleti gyakorlatban, és alááshatják a fenntarthatóságra irányuló valódi erőfeszítéseket (Európai Parlament, 2024; Raji, 2023).

MEGHATÁROZÁS

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

KIBOCSÁTÁS TÍPUSAI (SCOPE)

5. ábra: A kibocsátási hatókör fogalmmeghatározásai Forrás: National Grid, 2023

Üzleti tevékenységek

Az Üzleti tevékenységek tényezője 78 pontot ért el, ami jelentős, 13 pontos javulást jelent az előző évi eredményhez képest, és magasabb, mint a banki felkészültségi percepció alindex pontszáma (74). Ez azt jelzi, hogy a bankok jelentős lépéseket tettek a működési teljesítményük javítása érdekében azáltal, hogy célértékeket határoztak meg és követték nyomon, valamint fenntarthatósági gyakorlatokat követeltek meg a finanszírozott szervezetektől, szolgáltatóktól és partnerektől.

Minden megkérdezett magyar banknál van fenntarthatósági vezető, aki a fenntarthatósági stratégiát és az ezzel kapcsolatos tevékenységeket felügyeli. Közel 60%-uk rendelkezik fenntarthatósági csapattal is, bár néhány esetben a menedzser a fenntarthatóság mellett más területekért is felelős, például a kockázatkezelésért és stratégiáért.

Szinte valamennyi bank felvázolta az ESG/környezeti fenntarthatósági stratégia végrehajtásához szükséges konkrét lépéseket és terveket. Erős elkötelezettség mutatkozik a környezeti fenntarthatósági célok elérése iránt, mivel valamennyi megkérdezett bank megkezdte az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentésére vonatkozó tervének végrehajtását, ami a nettó zéró kibocsátási célok iránti elkötelezettségét mutatja. Hat bank kezdett bele energiahatékonysági terve végrehajtásába, következő lépésként pedig kevésbé elterjedt területeken, például a vízvédelem, a biológiai sokféleség és a körforgásos gazdaság területén hajthatnák végre terveiket. Bár nehéz pontosan mérni a hatásokat ezeken a területeken, a bankok finanszírozási tevékenysége miatt fontosak.

Valamennyi bank nyomon követi a Scope 1 és 2 kibocsátásait, ami jelentős fejlődés a tavalyi kevesebb mint 50%-hoz képest. A Scope 3-ba tartozó (közvetett) kibocsátások, különösen a finanszírozott kibocsátások meghatározása és nyomon követése azonban kihívást jelent számukra: kilenc bankból csak négy követi nyomon a Scope 3-ba tartozó finanszírozott kibocsátásokat. Sok bank azonban figyelemmel kíséri az energiahatékonyságot (kilencből hat), a hulladékgazdálkodást (kilencből hat) és a papírfelhasználást is (kilencből hét). A vízfelhasználást a megkérdezett bankok közül csak kettő követi nyomon, ami azt jelzi, hogy bár a magyar bankok aktívan monitorozzák környezeti hatásukat, a közvetett kibocsátások pontos mérése továbbra is kihívást jelent, mivel az üzleti szektorban – különösen a kkv-k körében – az adatok elérhetősége nehézségekbe ütközik. Az adatok hozzáférhetősége azonban várhatóan javulni fog a



jövőben az olyan szabályozási változásoknak köszönhetően, mint például a 2023-ban hatályba lépett, a vállalati fenntarthatósági jelentéstételről szóló irányelv (CSRD), amely jelentéstételi kötelezettséget ír elő az Európai Unióban működő vállalatok számára. A legtöbb megkérdezett bank belső vagy külső folyamatok révén ellenőrzi a felügyelt célértékeket. Kilenc bankból körülbelül hat auditálja (hivatalos ellenőrzésnek veti alá) a Scope 1 és 2 kibocsátással, energiahatékonysággal és hulladékgazdálkodással kapcsolatos fő mutatóit, akár belsőleg, akár külsőleg. A legtöbb bank azonban vagy egyáltalán nem, vagy csak belső ellenőrzés keretében auditálja a Scope 3-hoz tartozó finanszírozott kibocsátásokat. A következő lépés a Scope 3-hoz tartozó finanszírozott kibocsátások belső és külső auditálása lenne, más, ritkábban auditált fő teljesítménymutatókkal együtt, mint például a vízvédelem, amelyet jelenleg csak a bankok mintegy 40%-a auditál. A legtöbb bank azt állítja, hogy jó úton halad az ESG/környezeti fenntarthatósági stratégiájában kitűzött célok időben történő teljesítése felé.

A beszállítók környezeti fenntarthatósági gyakorlatának nyomon követése jelentős megkülönböztető tényező a megkérdezett bankok között. Csak körülbelül 40% kér igazoló dokumentumokat a beszállítóktól a fenntarthatósági gyakorlataikról és intézkedéseikről, míg további 40% a környezeti fenntarthatóságot dokumentáció nélkül veszi figyelembe. Ez alátámasztja a döntések meghozatalához és az előrehaladás nyomon követéséhez szükséges adatok beszerzésének nehézségeit.

Ugyanakkor a megkérdezett bankok több mint 80%-a kér dokumentációt a potenciálisan finanszírozott szervezetek fenntarthatósági tevékenységéről, ami hasonló az előző évi eredményekhez. Ennek eredményeképpen a vállalatoknak több kihívással kell szembenézniük a hitelkérelmek során, ha nem felelnek meg a fenntarthatósági irányelveknek. Emellett a bankok gyakran korlátozzák a hitelezést az olyan iparágak esetében, amelyeket nem tartanak ESG-kompatibilisnek vagy etikusnak, ilyenek például a fegyverek, a fosszilis tüzelőanyagok vagy a szerencsejátékok (K&H Bank, 2024a). Ez azt mutatja, hogy a legtöbb megkérdezett bank aktívan dolgozik portfóliójának kibocsátáscsökkentésén (Scope 3-hoz tartozó finanszírozott kibocsátás), és figyelembe veszi a társadalmi fenntarthatósági szempontokat is.

A szén-dioxid-kibocsátás pénzügyi elszámolására létrejött partnerség (Partnership for Carbon Accounting Financials, PCAF) módszertanának használata a banki portfóliók kibocsátásának kiszámításához előnyös, mivel szabványosított, átlátható keretet biztosít a finanszírozott kibocsá-

tások mérésére és jelentésére. A PCAF segít a pénzügyintézeteknek a hitelekkel és befektetéseikkel szembeni konkrét kibocsátások mérésében, az éghajlatra gyakorolt hatásuk mérésében, és abban, hogy következetesen be tudjanak számolni ezekről a mérőszámokról, lehetővé téve ezáltal a karbonlábnymuk hatékonyabb kezelését (Green Policy Center, 2023). Ami a kockázatkezelést illeti, valamennyi megkérdezett kibocsátó bank rendelkezik a kulcsfontosságú működési kockázatok azonosítására szolgáló eljárásokkal, azonban a megkérdezett pénzügyintézetek mintegy 40%-ánál a klímaváltozással kapcsolatos hatások még nem érzékelhetők a bank működésében. Az interjúk során a bankok különböző fokú szigorrról számoltak be a politikájukkal kapcsolatban (pl. egyesek kizárólag a finanszírozást igénylő konkrét projektre vagy helyi műveletekre összpontosítanak, míg mások globális szinten is vizsgálják a tevékenységeket).

Fenntarthatósági tudatosság fejlesztése

Az indexünkben értékelt összes komponens közül a megkérdezett bankok a fenntarthatósági tudatosság fejlesztése terén érték el a legmagasabb pontszámot, 85 pontot, ami 6 pontos növekedést jelent az előző évhez képest. Ez azt jelzi, hogy a bankok már aktívan támogatják a fenntarthatóságot a belső és külső kommunikáció révén. A legjelentősebb fejlesztések: több bank támogatja a fenntartható ingázást azáltal, hogy tömegközlekedési bérleteket támogat, vagy magánbuszjáratot biztosít az ingázó alkalmazottak számára; több bank átállítja flottáját hibrid/elektromos járművekre; és valamennyi bank újrahasznosított papírt használ a nyomtatáshoz. A részt vevő bankok közel 70%-a már rendelkezik olyan javadalmazási rendszerrel, amely környezeti fenntarthatósági kritériumokat tartalmaz (pl. a vezető beosztású kollégák bónuszai esetében).

Reprezentatív fogyasztói kutatásunk azonban azt mutatja, hogy a válaszadók 39%-a nem teljesen érti, mit jelent a fenntarthatóság, 5% pedig még soha nem találkozott a kifejezéssel.

A pénzügyi intézmények döntő szerepet játszhatnak a tudatosság növelésében.

Felmérésünk szerint a magyar fogyasztók közel 40%-a úgy véli, hogy a vállalatok, a civil szervezetek és a kormányzati szervezetek mellett a pénzügyi szektornak is jelentős felelőssége van a nyilvánosság fenntarthatósági témákról való tájékoztatásában.

A megkérdezett bankok környezeti szempontból fenntartható kezdeményezéseket valósítottak meg irodai tevékenységükben. Ezek közé tartozik többek között a munkavállalók részvétele környezetvédelmi és társadalmi önkéntes munkákban (például faültetés és élelmiszerosztás), a fenntartható ingázás támogatása a vállalat karbonlábnyomának csökkentése érdekében, valamint az újrahasznosítás ösztönzése.

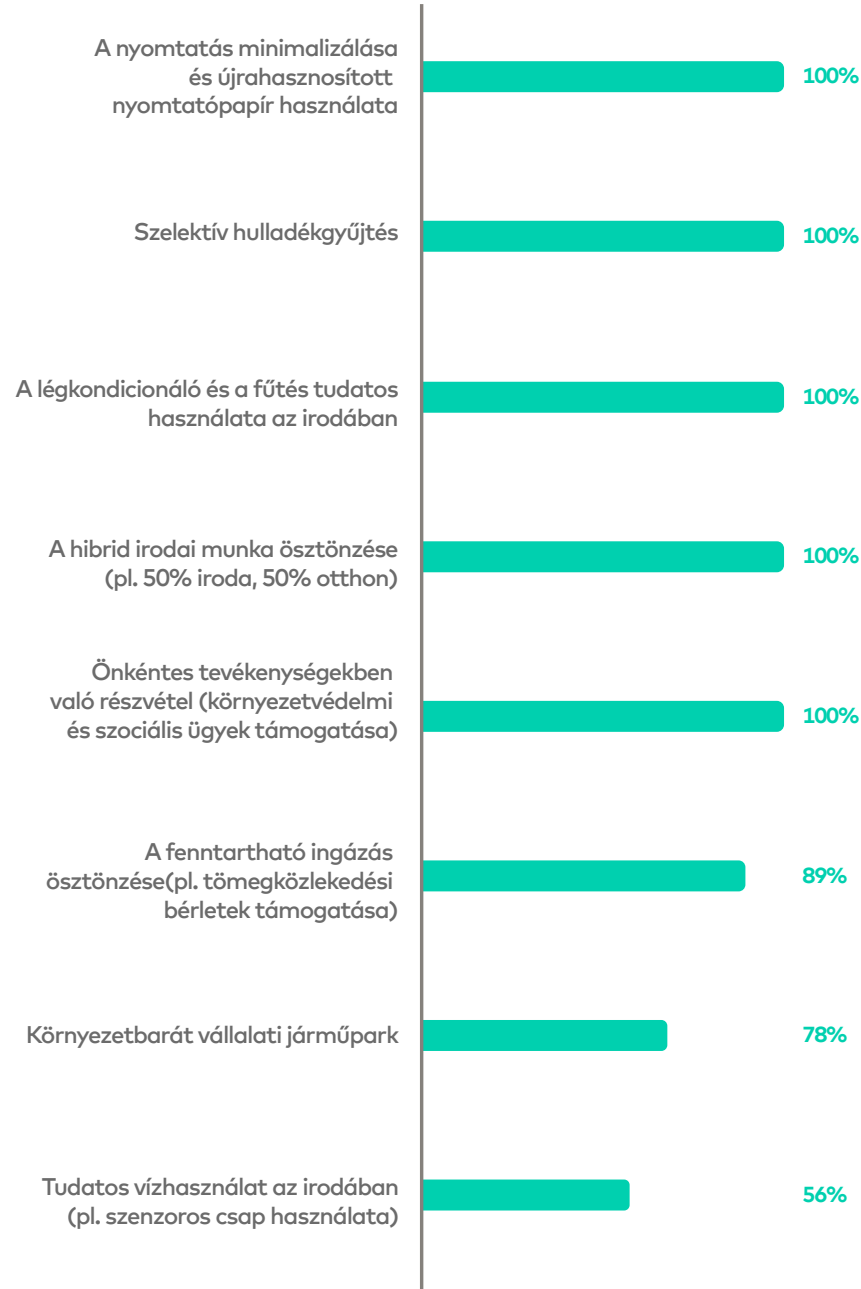
A fenntarthatósági tudatosság fejlesztése a bankok belső kommunikációjában is megjelenik. Amellett, hogy a környezeti célokat beépítik a vezetőség teljesítményértékelésébe, valamennyi megkérdezett bank képzést biztosít a környezeti fenntarthatóságról, és belső hírleveleken és felméréseken keresztül rendszeresen terjesztik a fenntarthatósággal kapcsolatos információkat. Másrészt a kutatásunk azt mutatja, hogy nagyon kevés magyar bank alakított ki folyamatokat a szén-dioxid belső árazására, ami magában foglalja a pénzbeli érték hozzárendelését az éghajlati kockázatokhoz és egy szabványos mérőszám létrehozását az alacsony szén-dioxid-kibocsátásra való átállás pénzügyi döntéshozatalba való integrálására.

A bankszektorban (más ágazatokhoz hasonlóan) a digitalizáció optimalizálhatja a belső műveleteket, és kényelmesebb termékek és szolgáltatások létrehozásához vezethet az ügyfelek számára. Ezek pedig fokozzák a fenntarthatóságot, és új bevételi forrásokat teremtenek, például karbonlábnyom-kalkulátort fejlesztenek ki, vagy képzési platformokat és új zöld finanszírozási termékeket biztosítanak. A megkérdezett bankok figyelemre méltó előrelépést tettek a digitális átalakulás terén, és digitális szolgáltatások széles körét kínálják az ügyfeleknek, beleértve a digitális számlákat és kimutatásokat, a digitális ügyintézés (pl. hitelkezelés, pénztátulás, számlanyitás) és a videobanki szolgáltatásokat (pl. távoli tanácsadás jelzáloghitelekkel, kölcsönökkel és kötvénnyvásárlással kapcsolatban).

Az ügyfelek általában pozitívan ítélik meg a digitalizációt, a válaszadók közel fele szerint a bankok digitális megoldásai jelentősen hozzájárulnak a fenntarthatósághoz.

Ez a felfogás hozzájárult a Fogyasztói Percepció pillérének digitalizációs komponense által elért 80 pontos eredményhez.

Bár a legtöbb megkérdezett bank gyakran kommunikál a környezeti fenntarthatóságról a közösségi médián, rendezvényeken, marketing- vagy PR-kampányokon keresztül, a kommunikáció gyakoriságában jelentős különbség van. Egyes bankok minimalizálják az e-mailes kommu-



6. ábra: A megkérdezett bankok irodáiban elérhető fenntartható kezdeményezések (a bankok %-a)



nikációt, hogy elkerüljék az ügyfelek spammelését, míg mások gyakran használják azt. Ennek ellenére a megkérdezett fogyasztók közel 60%-a arról számolt be, hogy a főbankjától nem kap tájékoztatást a környezeti fenntarthatóságról. Ez arra utal, hogy bár a bankok erőfeszítéseket tesznek, hogy beszéljenek fenntarthatósági kezdeményezéseikről, ezek az üzenetek nem feltétlenül jutnak el az ügyfelekhez a kívánt hatékonysággal. A bankok számára adott a lehetőség a kommunikációs stratégiáik fejlesztésére annak biztosítása érdekében, hogy fenntarthatósági erőfeszítéseik láthatóbbak és jobban megérthetőek legyenek az ügyfelek számára. Kutatásunk alapján a válaszadók túlnyomórészt szeretnék hallani a főbankjuk zöld termékeiről és fenntarthatósági kezdeményezéseiről, és különösen a fiatalabb és képzettebb fogyasztók a rendszeres tájékoztatást részesítik előnyben. Az ilyen kommunikáció kulcsfontosságú az ügyfelek bankjuk fenntarthatósági törekvéseiről alkotott véleményének kialakításában.

Zöld átállás

A Zöld átállás komponense 2024-ben 65 pontot ért el, szemben az előző évi 51 ponttal, ami jelentős javulást jelent. Az előző évhez képest több bank vette figyelembe a környezeti kockázatokat a hitelbíráló fázisában, például a biztosítékok értékelése során (a felajánlott biztosíték környezeti kockázatának vizsgálata a pénzügyi fizetőképesség biztosítása érdekében). Sok bank zöld termékeket is kínált, például kötvényeket, ügyfél-oktatási anyagokat és faültetési lehetőségeket. Ez azt jelzi, hogy a magyar bankok lépéseket tesznek annak érdekében, hogy a környezeti fenntarthatóságot beépítsék hitelbíráló folyamatokba, és mind a lakossági, mind az üzleti ügyfeleknek zöld termékeket és szolgáltatásokat kínáljanak. A pontszám azonban a banki felkészültségi percepció alindex (74) alatt marad, ami rámutat arra, hogy a rendszer további tökéletesítésre szorul.

Ezek az erőfeszítések létfontosságúak, mivel a pénzügyi intézmények hitelezési gyakorlatuk, befektetéseik és egyéb (fenntartható) termékkínálatuk révén jelentős szerepet játszanak a zöldebb gazdaságra való áttérésben.

A megkérdezett bankok mindegyike beépíti a környezeti kockázatokat a portfólióértékelésébe, és kilencből hét bank figyelembe veszi ezeket a kockázatokat a potenciális vállalati ügyfelek hitelképességének értékelésénél is. A bankok több mint fele figyelembe veszi a környezeti kockázatot a hitelárazásban, a fennmaradó bankok pedig folyamatokat dolgoz-

nak ki ennek jövőbeli megvalósítására. Szinte minden bank figyelembe veszi ezeket a kockázatokat a kockázati besorolás és az ügyfél-átvilágítás során. A bankok mintegy fele forgatókönyv-elemzéseket használ a pontos célok meghatározásához, a globális legjobb gyakorlatokat követve azonosítja a főbb kockázatokat, és már most érzékeli a klímaváltozás hatásait a működésére nézve.

Általában a bankok a környezeti kockázatokat egy bizonyos küszöbérték felett veszik figyelembe a hitelek esetében, mivel a nagyobb vállalatoknak jelentősebb a hatásuk, és hatékonyabbak az adatszolgáltatásban. Következésképpen a vállalatoknak fenntarthatóbb gyakorlatokat kell bevezetniük. Míg a nagyobb entitásoknak gyakran részletes ESG-adatokat kell szolgáltatniuk, a KKV-knak általában nem, bár a kereskedelmi adatforrásokból származó ESG-minősítéseiket figyelembe veszik. A gyakorlatok egységesítése érdekében az MNB (Magyar Nemzeti Bank) egy minimum kérdéssor ajánlását tervezi az ESG információk értékeléséhez. Ez segít a hazai pénzügyi szervezeteknek és a hitelígénylőknek felmérni az ESG-kockázataikat, és ezeket az értékeléseket beépíteni a kockázatkezelési folyamatokba (MNB, 2024).

Az EU-ban a pénzügyi intézeteknek 2024-től közzé kell tenniük a zöld eszközarányukat (GAR), amely megmutatja a taxonómiához igazodó eszközeik arányát (S&P Global, 2024b).

A zöld eszközarány mutatójával (GAR) kapcsolatos jelentéstétel jelentős kihívást jelent az adatok hozzáférhetőségének eltérései és a különböző eszköztípusok sajátosságai miatt.

A KKV-k például gyakran jobban küzdenek az adatok elérhetőségével, mint a nagyobb nem pénzügyi vállalatok, amelyek a nem pénzügyi jelentéstételi irányelv (NFRD) hatálya alá tartoznak, és 2022 januárjától kötelesek nyilvánosságra hozni a vonatkozó információkat. Emellett egyes bankok azzal érvelnek, hogy a háztartásokat és a lakossági ügyfeleket ki kellene zárni a közzétételből, mivel a taxonómiai rendelet nem vonatkozik rájuk közvetlenül (EBH, 2021).

A megkérdezett bankok jelezték, hogy zöld eszközarányuk (GAR) jelenleg a teljes portfólió alacsony, egyszámjegyű százalékát teszi ki, ami jelentős növekedési potenciálra utal a fenntartható, klímasemleges banki finanszírozásban.

A pénzügyi intézetek számára a fenntartható finanszírozás kulcsfontosságú ágazatai közé tartozik a mezőgazdaság, a kereskedelmi és lakóingatlanok, az

alumínium, a cement, a szén, a vas és acél, az olaj és gáz, az energiatermelés és a közlekedés (Green Policy Center, 2023).

A legtöbb bank a lemaradók büntetése helyett inkább a fenntartható vállalkozásokat jutalmazza kedvezményekkel. Egyes bankok az iparági szintű környezeti kockázati információk alapján értékelik a vállalatokat, és korlátozzák a nem környezetbarát iparágak (pl. dohány és fosszilis tüzelőanyagok) finanszírozását.

Más bankok azonban vonakodnak leállítani a nem fenntartható iparágakban működő vállalatok finanszírozását, azzal érvelve, hogy szinte bármelyik cég képes fenntarthatóan működni, és a finanszírozás megtagadása nem biztos, hogy megakadályozza a nem fenntartható gyakorlatokat. Ez dilemmát vet fel a rövid távú nyereségesség és a hosszú távú fenntarthatósági célok között.

A megkérdezett bankok mindegyike kínál zöld termékeket és szolgáltatásokat a fogyasztóknak, és tervezi, hogy folytatja az innovációt ezen a területen. A fenntarthatósági termékek esetében azonban a pozitív ösztönzők, például a kamatkedvezmények és az alacsonyabb befektetési hozamok azt jelentik, hogy valakinek viselnie kell a rövid távú többletköltségeket. A bankok e költségek egy részét magukra tudják vállalni, a kormányzati szerepvállalás és segítségnyújtás azonban elengedhetetlen. Egyes bankok olyan kezdeményezésekhez kérnek támogatást, mint a zöld lakásfelújítási hitel vagy a zöld jelzáloghitel. A támogatott programok bevezetése és folytatása alapvető fontosságú ezen erőfeszítések jövőbeni fenntartásához.

Ugyanakkor egyre nagyobb az érdeklődés a zöld termékek iránt, és a fogyasztók közel 30%-a hajlandó magasabb díjakat fizetni egy fenntarthatóan működő bankért, míg közel 40%-uk alacsonyabb hozamot is elfogadna a zöld befektetésekért. Felmérésünk szerint a fogyasztók 17%-a gyakran, 45%-a pedig alkalmanként tájékozódik bankja zöld ajánlatairól, általában a közösségi médián, a bank honlapján vagy internetes keresés útján. Ez arra utal, hogy a bankok célzott kommunikációs kampányokkal növelni tudnák a zöld termékek ismertségét.

A lakossági ügyfelek számára a leggyakrabban kínált zöld termékek a zöld jelzáloghitel, a fenntartható befektetési alapok, a virtuális kártyák és az energiahatékonyság javítását célzó felújításhoz nyújtott zöld lakáshitelek. A zöld hitelkártyák, kötvények és megtakarítási számlák kevésbé elterjedtek. A legjobb nemzetközi gyakorlatok feltérképezése alapján a bankok továbbá zöld életbiztosításokat és utasbiztosításokat,

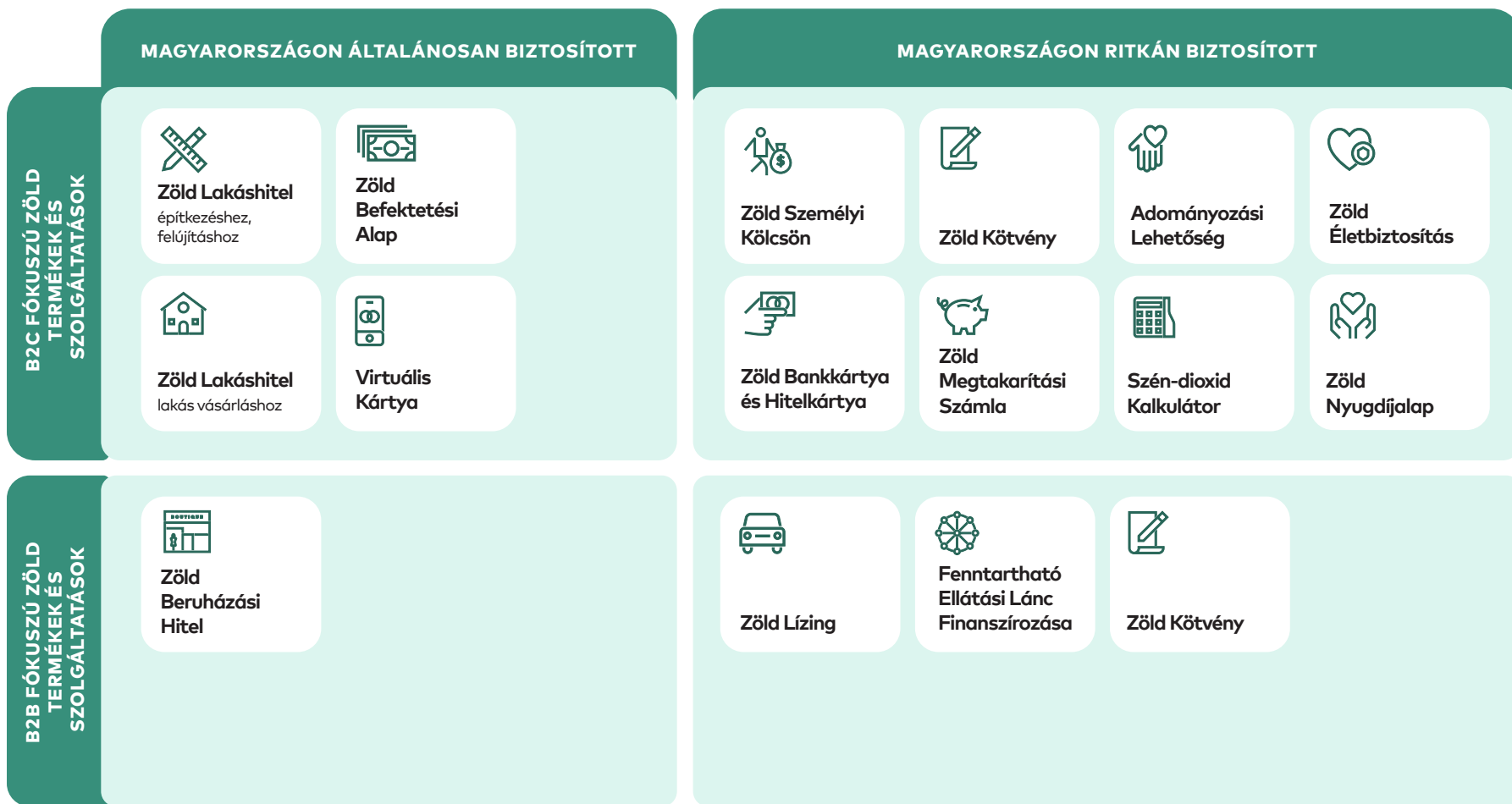
zöld mikrofinanszírozási hitelek, sőt zöld nyugdíjalapokat is kínálnak a lakossági ügyfelek számára.

A vállalkozások számára általában kínálnak zöld hiteleket, de a zöld autólízing és a fenntartható ellátási lánc finanszírozása ritka, és csak a bankok mintegy 10%-a kínálja őket. A fogyasztók körében végzett kutatásunk azt mutatja, hogy a fogyasztók több mint fele fontosnak tartja, hogy a bankok zöld termékeket kínáljanak.

Egy európai KKV-k körében végzett tanulmány szerint a megkérdezett KKV-k közel 60%-a beruház a fenntarthatóságra való átállásba. A megfelelő finanszírozás biztosítása azonban továbbra is jelentős akadály: a KKV-k

beruházásainak csupán 35%-át finanszírozzák külső forrásokból, és ennek csupán 16%-a minősül fenntartható finanszírozásnak. Ez rávilágít arra, hogy nagyobb szükség van az olyan személyre szabott fenntartható finanszírozási megoldásokhoz való hozzáférés növelésére, amelyek megfelelnek egyedi igényeiknek és hatékonyan támogatják fenntarthatósági kezdeményezéseiket (SME United, 2023).

A zöld termékek biztosításán túl a bankok oktatással és más pénzügyi intézetek bevált gyakorlatainak átvételével is segíthetik a vállalkozásokat a zöld átállásban. Egyes bankok tanácsot adnak üzleti ügyfeleknek fenntarthatósági teljesítményük javítására a jobb hitelminősítés érdekében, míg mások fenntarthatósági ajánlásokat tartalmazó eszközkészleteket biztosítanak.



7. ábra: Zöld termék- és szolgáltatáskínálat Magyarországon

Számos megkérdezett bank társadalmi fenntarthatóság érdekében is tesz erőfeszítéseket, például a pénzügyi befogadás és a nemek közötti egyenlőség terén. Számos bank vesz részt társadalmi banki tevékenységben, inkluzív pénzügyi szolgáltatásokat nyújtva a kis- és kiszolgáltatottabb helyzetben lévő vállalkozásoknak, amelyek gyakran nem férnek hozzá könnyen a hitelhez, vagy kártyatranzakciónként, mikrofinanszírozás, szociális kérdésekkel kapcsolatos mentorálás, nyereségadományozás és társadalmi hitelezés révén adományokat juttat a nem kormányzati szervezeteknek.

Összefoglalva, a magyar bankok egyre jobban integrálják a környezeti és társadalmi fenntarthatóságot a működésükbe, de még bőven van mit javítani a rendszeren. Az egyik kihívás a zöld projektekre vonatkozó egységes definíció hiánya; egyes bankok saját meghatározással rendelkeznek, míg mások az uniós taxonómiát vagy az MNB tőkekövetelmény-kedvezmény definícióját használják. Egy egységes, ágazatközi meghatározás segítené a zöld átállást, mivel a bankok számára megkönnyítené a valóban zöld projektek kiválasztását és finanszírozását.

Közzététel és fenntarthatósági szövetségek

A megkérdezett bankok 53 pontot értek el a Banki Felkészültségi Percepció alindexének nyilvánosságra hozatali és fenntarthatósági szövetségekre vonatkozó komponensében. Bár ez 10 ponttal magasabb volt az előző évhez képest, még mindig ennek volt a legalacsonyabb pontszáma az összes komponens közül. Több bank készült fel és felel meg az olyan ESG-törvényeknek és -szabályozásoknak, mint a CSRD, az EU-taxonómia és az EBA ESG 3. pillére. Ezen túlmenően a bankok több mint 70%-a legalább csoportszinten részese az ENSZ felelős banki működést előmozdító irányelveinek. Ez a pontszám arra utal, hogy bár a magyar bankok jó úton járnak, van még mit javítani az ESG-vel kapcsolatos szabályozások betartása és az olyan fenntarthatósági célú szövetségekben való részvétel terén, mint az ENSZ felelős banki tevékenységekre vonatkozó irányelveinek keretrendszere.

A szabályozói megfelelés tekintetében a bankok több mint fele jelezte, hogy teljes mértékben megfelel a CSRD-nek és az EBA ESG 3. pillérének. Emellett jelentős hányaduk bizakodóan nyilatkozott arról, hogy a következő egy éven belül teljes mértékben megfelelnek a CSRD, az EU-taxonómia és az EBA ESG 3. pillérének.



Jelenleg a magyar bankok mintegy 60%-a legalább csoportszinten nyilvánosságra hozza fenntarthatósági teljesítményét a CDP-n keresztül. Ez a nonprofit szervezet egy világszerte elismert adatrendszerrel rendelkezik, amely a vállalatok számára megbízható szabványként szolgál a környezeti hatásokról való jelentéstételhez és azok kezeléséhez (CDP, 2024). A tervek szerint azonban a következő 2-3 évben megkezdődik a nyilvánosságra hozatal, ami összhangban van az anyabanki szinten a környezeti hatásokkal kapcsolatos növekvő átláthatósági erőfeszítésekkel.

A megkérdezett bankok 80%-a aláírta az ENSZ felelős banki tevékenységekre vonatkozó irányelveit, bár elsősorban bankcsoporti szinten. Ez a keret arra ösztönzi a bankokat, hogy integrálják alapvető stratégiáikat, döntéshozatali folyamataikat, hitelezésüket és befektetéseiket olyan nemzetközi megállapodásokkal, mint a párizsi éghajlatvédelmi egyezmény és az ENSZ fenntartható fejlődési céljai (UNEP Finance Initiative, 2024a).

Ami a jövőt illeti, a bankok körülbelül egyharmada tervezi, hogy 2-3 éven belül csatlakozik az ENSZ nettó zéró kibocsátású banki tevékenységet célzó szövetségéhez (Net Zero Banking Alliance). E globális koalíció célja, hogy támogassa az ambiciózus éghajlatvédelmi intézkedéseket, és elérje a nettó zéró üvegházhatású gázkibocsátást 2050-re, tudományos alapon nyugvó célkitűzések révén 2030-ig vagy hamarabb (UNEP Finance Initiative, 2024b).

A magyar bankok egy kisebb része tagja továbbá a Global Alliance for Banking on Values nevű nemzetközi hálózatnak, amely a bankszektoron belül az átláthatóságot és a pozitív gazdasági, társadalmi és környezeti hatásokat támogatja (Global Alliance of Banking on Values, 2024).

Jövőbeli kilátások

A Banki Felkészültségi Percepció alindexe 74-re emelkedett az előző évi 65-ről, ami a magyar bankszektornak a zöld átállásban betöltött aktív szerepét tükrözi. Az előrelépés ellenére azonban továbbra is vannak kulcsfontosságú területek, amelyeken javítani kell, különösen a zöld átállás terén, mint például a fenntartható eszközök arányának javítása, az önkéntes nyilvánosságra hozatal (az ESG-jelentéseken túl) és a szabályozási megfelelés.

A fenntartható banki tevékenység jövőbeli kilátásai fényesek, jelentős növekedési lehetőségeket kínálnak, és pozitív hatást gyakorolnak a globális pénzügyi rendszerekre.

A fenntartható finanszírozás a bankok számára a bolygóra gyakorolt előnyei, valamint a befektetők és a lakosság növekvő érdeklődése miatt vált kulcsfontosságúvá. Ez a változás a fenntarthatóságnak a pénzügyi intézmények alapvető stratégiai kereteibe való integrálása felé való elmozdulást jelenti (Barnes, 2024).

A fenntartható banki tevékenység a különböző zöld pénzügyi megoldások kidolgozásával fejlődik, amelyek célja a környezeti és társadalmi célok támogatása. Ezek az eszközök a globális kötvénypiac alapvető részévé válnak, és létfontosságúak az alacsony kibocsátású jövőre való folyamatos áttérés szempontjából. A fenntartható finanszírozás következő szakasza várhatóan túlmutat a tiszta energiával kapcsolatos projekteken, és a kibocsátások csökkentését és a fenntarthatóság fokozását célzó kezdeményezések szélesebb körét fogja felölelni több ágazatban (McKinsey, 2022).

Európában a fenntartható banki tevékenység már nem egy hiánypótló trend, hanem alapvető változást jelent a pénzügyi ágazatban.

Jobb szabályozási keretrendszereivel és a felelős banki tevékenység iránti elkötelezettségével Európa megnyitja az utat egy környezet- és társadalomtudatosabb pénzügyi ágazat felé. Az olyan kezdeményezések végrehajtásának felgyorsítása érdekében, mint az Európai Zöld Megállapodás vagy a CSRD, alapvető fontosságú további pénzügyi ösztönzők, például a zöld beruházások adókedvezményei és a „zöld márka” (pl. „EU Ecolabel for Retail Financial Products”, egy olyan kezdeményezés, amelynek célja a pénzügyi termékek minimális környezeti teljesítményi sztenderdek meghatározása a fenntartható befektetések ösztönzése érdekében (Product Bureau, 2024)) a különböző pénzügyi termékek esetében (Bacelar, 2024).

A pozitív kilátások ellenére a fenntartható banki tevékenység számos kihívással néz szembe, többek között a fenntartható befektetésekhez kapcsolódó hitelkockázatokkal és a fenntarthatósággal kapcsolatos pénzügyi termékekre vonatkozó szabványok hiányával. A fenntartható finanszírozásban rejlő lehetőségek teljes körű kiaknázása és a fenntarthatóbb globális gazdaságra való áttérés támogatása érdekében a bankoknak a fogyasztók fenntarthatóságról és a klímaváltozással kapcsolatos termékekről szóló oktatásán túlmutatóan kell fellépniük a kereslet ösztönzése érdekében. Speciális termékek kifejlesztésével, kockázatkezeléssel és fenntarthatósági normák meghatározásával növelniük kell kapacitásukat az olyan ágazatok finanszírozására, mint a tiszta energia, a villamosítás, a zöld mobilitás, az energiai infrastruktúra, a kibocsátáscsökkentés, valamint az olyan újonnan megjelenő területek, mint a háló-

zati szintű energiatárolási projektek, a zöld hidrogén, a szén-dioxid-levéltárolás és -tárolás (McKinsey, 2022).

Össességében a fenntartható banki tevékenységeknek megvan a lehetőségük a pénzügyi környezet átalakítására. Mivel a bankok továbbra is prioritásként kezelik a fenntarthatóságot, döntő szerepet játszanak

majd az éghajlatváltozás elleni küzdelemre, valamint a környezeti és társadalmi jólét előmozdítására irányuló globális erőfeszítések támogatásában. A fenntartható finanszírozás irányába történő elmozdulás a bankszektor számára szükséges fejlődést képvisel, amely mind gazdasági, mind társadalmi előnyöket ígér az elkövetkező évekre (Barnes, 2024; McKinsey, 2022; Bacelar, 2024).



Fogyasztói Percepció

Meghatározás:



A Fogyasztói Percepció Alindex pillére átfogó és megbízható képet ad a **fogyasztók megítéléséről és véleményéről** a magyar bankok környezeti fenntarthatósági tevékenységéről. Emellett betekintést nyújt a fenntartható termékek és szolgáltatások iránti fogyasztói igényekbe is.

Az alindex eredményei:



Eredmény: A Fogyasztói Percepció Alindex **41** pontot ért el (1 ponttal több 2023-hoz képest), ami minimális javulást jelez az előző évi fogyasztói megítélési eredményekhez képest.

Következtetések: Tekintettel arra, hogy a fogyasztók és a bankok felkészültségről alkotott elképzelései között nagy a különbség, a bankoknak nagyobb erőfeszítéseket kellene tenniük az ügyfelekkel való kommunikáció terén a tudatosság növelése érdekében.

8. ábra: A fogyasztói percepció pillérének legfontosabb megállapításai

Definíciók és célok

A fogyasztói percepció alindexének pillére átfogó és megbízható képet nyújt a fogyasztóknak a magyar bankok környezeti fenntarthatósági tevékenységével kapcsolatos megítéléséről és véleményéről, és betekintést nyújt a fenntartható termékek és szolgáltatások iránti igényeikbe.

Az alpillér öt komponensből áll:

Általános percepció: Összefoglalja, hogy a válaszadók hogyan vélekednek főbankjuk környezeti fenntarthatóságáról és a bankok fenntarthatósági kommunikációjának megbízhatóságáról.

Fenntartható működés: Azt tükrözi, hogy a fogyasztók hogyan érzékelik a magyar bankok működését a környezeti fenntarthatóság szempontjából, a látható elemekre (pl. a papírmentes banki tevékenységre, a zöld fiókok működésére stb.) összpontosítva.

Digitalizáció: Megvizsgálja, hogy a bankok milyen csatornákat használnak az ügyfelekkel való kommunikációra, és hogy a fogyasztók milyen csatornákat használnak banki ügyintézésük lebonyolítására (pl. az olyan digitális csatornák, mint a videobanki szolgáltatás elérhetősége).

Fenntarthatósági kommunikáció: Feltárja, hogyan érzékelik a fogyasztók a magyar bankok kommunikációját a környezeti fenntarthatóság szempontjából.

Zöld termékek és szolgáltatások: A fogyasztók tudatosságát méri a magyar bankok zöld termék- és szolgáltatás kínálatát illetően.

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

amelyet a pénzügyi oktatással és hatékony kommunikációval javíthatnak. Bár a bankok minden fogyasztójukat – a privát (egyéni vagy lakossági banki ügyfelek) és az üzleti (kis- és középvállalkozások és vállalatok) ügyfeleket egyaránt – értékelik, kutatásunk a B2C szegmensre összpontosít.

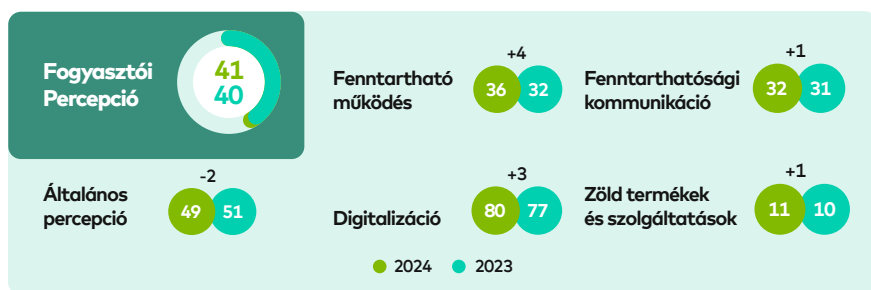
Ez a fejezet a Fenntarthatósági Percepció Index fogyasztói felmérésének (Mastercard és Impetus Research, 2024) eredményein alapul, amelyre azért került sor, hogy az iparág szereplői (pl. pénzügyi intézetek) számára hasznos, időszerű és releváns betekintést nyújtsanak a környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos 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 is hozzájárulhat a fogyasztók fenntarthatósági megoldások iránti bizalmának erősítéséhez.

Az alindex elsődleges célja, hogy felmérje a fogyasztók megítélését a magyar pénzügyi szektor környezeti fenntarthatóságáról. Ez a szakasz olyan kérdésekről adhat felvilágosítást, mint például:

- **Hogyan látják a fogyasztók a bankszektort a környezeti fenntarthatóság szempontjából, és mik a fenntarthatósággal kapcsolatos elvárásaik?**
- **Mennyire ismerik a fogyasztók főbankjuk fenntarthatóságra irányuló tevékenységeit, kommunikációját és termékkínálatát? Milyen fenntartható termékek és szolgáltatások érdeklik a fogyasztókat?**
- **Hogyan válhatnak a pénzügyi intézetek a fogyasztók véleménye alapján környezeti szempontból fenntarthatóbbá?**



9. ábra: A fogyasztói megítélés pillérének eredményei

Általános percepció

Felmérésünk eredményei alapján a magyar lakosság több mint fele (56%) ismeri a fenntarthatóság fogalmát, 5% nem hallotta még a kifejezést, valamint nagyjából 10-ből 4 ismeri a kifejezést, de nem ismeri annak pontos jelentését. Hasonlóképpen, a magyarok 60%-a számolt be arról, hogy mindennapi életében beszélget a fenntarthatóságról a családjával és a barátaival (gyakran vagy néha), 12%-uk pedig gyakran beszél erről a témáról. Nemzetközi szinten eredményeink hasonlóak Finnországhoz, Dániához és Norvégiához (61%, 59% és 57%), de Hollandiához (71%) és Svédországhoz (66%) képest alacsonyabbak (Sustainable Brand Index, 2024). Eredményeink azt mutatják, hogy a fenntarthatósággal kapcsolatos oktatás és érdeklődés Magyarországon némileg pozitív irányba változott, mivel a fogyasztók tudatosabbak a fenntarthatósággal kapcsolatban, és a tavalyi évhez képest többen beszélnek erről a témáról. Az olyan kezdeményezések, mint például a fenntarthatóság érettségi tantárgyként való elérhetővé tétele, szintén segíthetnek a diákok tuda-

tosságának növelésében (Greendex, 2024). Az enyhe javulás ellenére az éghajlatváltozás azonban kevésbé érdekli a magyar fogyasztókat, mint a kihívásokkal teli világgazdasággal kapcsolatos más fontos témák, mint például a mindennapi élet nehézségei, az infláció, az egészségügy, az egészséges életmód fenntartása és a személyes célok elérése.

Bár a komponens 49-es pontszáma meghaladja az alindex átlagos pontszámát (41), még mindig van fejlődési potenciál, különösen mivel a pontszám 2 ponttal csökkent 2023-hoz képest. A 2023-as kiadáshoz hasonlóan a fővároson kívül élő, környezettudatos, fiatal (30 év alatti) és alacsonyabb iskolai végzettségű ügyfélszegmensek a bankok fenntarthatósági tevékenységét más fogyasztói szegmensekhez képest jobbnak ítélik meg.

Sok fogyasztónak egyáltalán nem volt véleménye a bankok fenntarthatósági teljesítményéről. A kevésbé kedvező megítélést tanúsító fogyasztók a bankok nagymértékű papír- és energiafelhasználására, valamint a fenntarthatósággal kapcsolatos marketing és kommunikáció hiányára hivatkoztak. A kedvező véleménnyel rendelkező válaszadók leginkább a bankok digitalizációs erőfeszítéseit, valamint a zöld termékek és szolgáltatások elérhetőségét emelték ki.

Amikor a főbankjuk környezeti fenntarthatóságáról kérdezték őket, a válaszadók mintegy fele úgy vélte, hogy főbankjuk aktív lépéseket tesz a környezet védelme érdekében, míg több mint 45%-uknak nem volt véleménye (43% 2023-ban), ami tartósan alacsony tudatosságra és érdeklődésre utal. Kutatásunk alapján a mintánkban szereplő összes bank a közösségi médián vagy e-mailen keresztül kommunikál ügyfeleivel. A környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos ismeretekkel nem rendelkező fogyasztók magas aránya azonban azt mutatja, hogy a bankoknak sürgősen át kell gondolniuk kommunikációjukat a csatornák, a tartalom és a gyakoriság tekintetében.

A bankoknak hiteles és megbízható üzeneteket kell közvetíteniük, hogy elkerüljék a „zöldre festés” (greenwashing) vádját és a bizalmatlanságot. A magyar bankok jól teljesítenek ebből a szempontból, mivel a válaszadók közül 10-ből majdnem 6 (57%) megbízhatónak és hitelesnek minősítette a főbankjuk környezeti fenntarthatósági kommunikációját, míg valamivel több mint egyharmaduk semleges nyilatkozott, hasonlóan az előző évi eredményekhez.

A felmérésünk részeként egy regresszióelemzést is készítettünk. Az elemzés célja az volt, hogy azonosítsuk azokat a paramétereket, amelyek hatással vannak a (fő)bankok környezeti fenntarthatósági percepciójára, és felmérjük a hatásuk erősségét.

A pénzintézeteknek nemcsak fenntarthatónak kell lenniük, hanem annak is kell látszaniuk a piacon. Ha nyilvánosan környezettudatos bankként azonosítják a bankot, az fokozza az ügyfelek hűségét, csökkenti a bankváltás valószínűségét, és bevételi lehetőséget teremt, mivel a fogyasztók hajlandóak magasabb díjakat fizetni egy fenntartható bankért. Valójában a környezettudatos fogyasztói szegmens a kereslet egyik motorja, ami már a fogyasztók közel egyötödét teszi ki.

A felmérés elemzésébe bevont 89 kérdésből öt

olyan paramétert azonosítottunk, amely erős, pozitív hatással van a pénzintézetek környezeti fenntarthatósági percepciójára: a bankszektor fenntarthatósági percepciója, a bankok fenntarthatósággal kapcsolatos kommunikációjának gyakorisága és megbízhatósága, az ügyfelek zöld banki termékhasználata, az ügyfelek elvárásai a zöld lakossági termékek fejlesztésével kapcsolatban, valamint a zöld termékportfólió iránti igény.

A regressziós modellben szereplő összes tényezőt kombinálva az általunk azonosított paraméterek 70%-ban magyarázzák a bankok környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos percepcióját.

A bankok fenntarthatósággal kapcsolatos kommunikációjának gyakorisága és megbízhatósága alapvetően befolyásolja a fogyasztók megítélését. Adataink azt mutatják, hogy a bankok zöld termékeikről és egyéb fenntarthatósággal kapcsolatos erőfeszítéseikről szóló marketing és kommunikáció hatása pozitív, és pozitívan befolyásolja a (fő)bank zöld megítélését. Azon ügyfelek esetében, akik a banki kommunikációt egy szinttel jobbnak értékelik e paraméterek bármelyike szerint, a bankok értékelése 0,2-0,3 ponttal növekszik a 0-10-es skálán minden egyes paraméter esetében. Eszerint ahhoz, hogy zölddebbnek tekintsék a bankokat, több marketing- és kommunikációs erőfeszítésre van szükség.

A zöld befektetési termékek, például kötvények vagy részvények ügyfél általi használata növeli a főbank zöld megítélését. Ha a zöld kötvények



10. ábra: A fogyasztók környezeti fenntarthatósági percepcióját befolyásoló legfontosabb paraméterek

vagy részvények felhasználási aránya növekszik, a bank fenntarthatósági megítélése 0,3 ponttal nő.

A zöld lakossági termékek, digitális szolgáltatások vagy fenntarthatóan működő bankfiókok fejlesztésével kapcsolatos ügyfélelvárások pozitív hatással vannak a főbank zöld megítélésére. Ha az ilyen termékek vagy szolgáltatások iránti igény növekszik, a főbank zöld megítélése is legalább 0,3-0,4 ponttal nő.

Végezetül egy zöld termékportfólió megléte is befolyásolja a főbank zöld megítélését. Azok az ügyfelek, akik fontosnak tartják, hogy egy bank zöld termékeket kínáljon, magasabbra értékelik a bank zöld megítélését. Ha a zöld termékportfólió fontossága az ügyfelek számára egy ponttal nő, a bank zöld megítélése 0,1 ponttal emelkedik.

Fenntartható működés

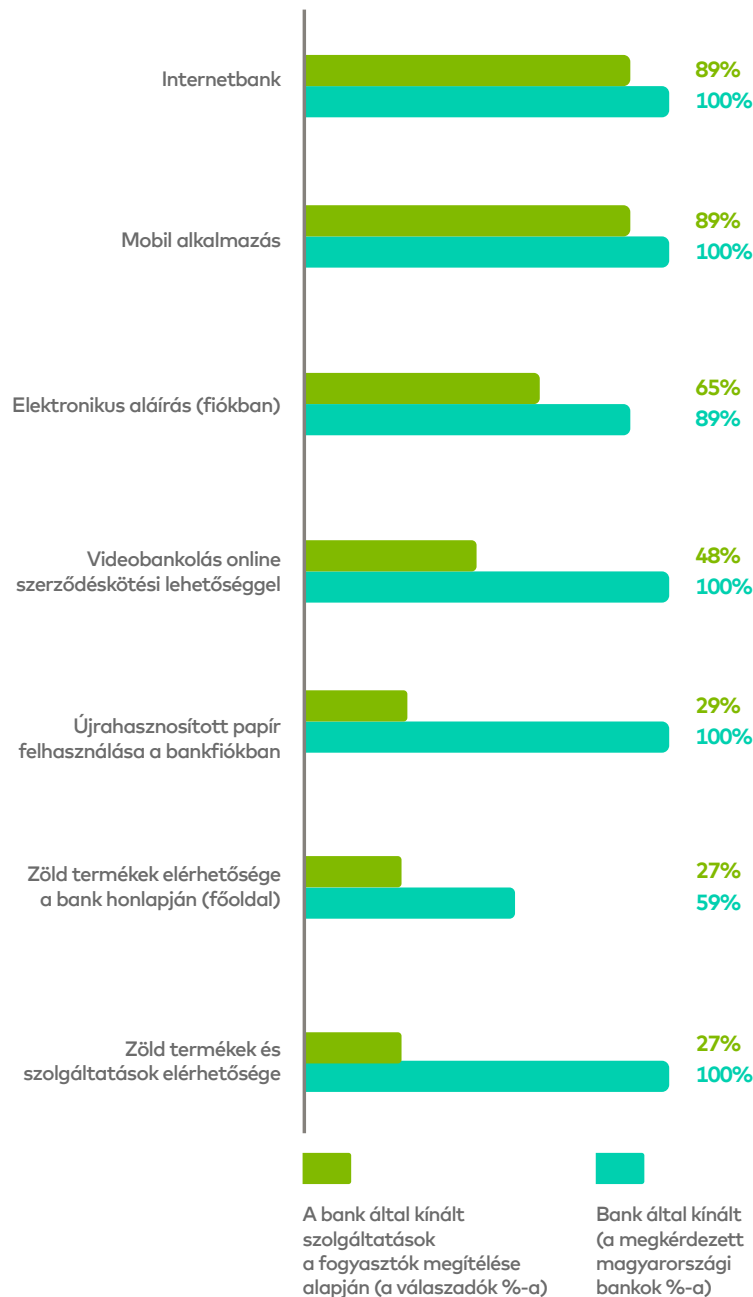
A fenntartható működésre kapott 36 pont nagy fejlesztési potenciálra utal ezen a területen, bár a pontszám 2023 óta 4 ponttal nőtt. Az eredményekben bekövetkezett változás azzal magyarázható, hogy a bankok fenntarthatóbb szolgáltatásokat kínálnak az ügyfeleknek, és a fogyasztók is tudatosabbá váltak. A fiatal (30 év alatti), jómódú és környezettudatos szegmensek átlagon felüli eredményekről számolnak be.

A bankok fenntartható működésének megítélése befolyásolja az ügyfélhűséget, és hatással van a bankváltási hajlandóságra is. Tízből valamivel több mint három válaszadó hűségesebb a fenntarthatóbb működés felé lépéseket tevő bankokhoz, míg a fiatal (30 év alatti) fogyasztók mintegy 40%-a és a környezettudatos fogyasztók közel 70%-a tanúsít nagyobb lojalitást a zöld bankok iránt. Másrészt a magas váltási költségek miatt (a pénzübeli, időbeli és erőfeszítési szempontokat is beleértve) 10

fogyasztóból csak 3 lenne hajlandó egy másik, fenntarthatóbb módon működő pénzüintézetre váltani. Ismét elmondható, hogy a fiatalok körében nagyobb a fenntarthatósági okok miatti bankváltási hajlandóság, valószínűleg azért, mert kevesebb banki termékkel rendelkeznek. Nem meglepő módon a környezettudatos fogyasztók nagyobb hajlandóságot mutatnak a bankváltásra (10-ből 4).

A 11. ábra összefoglalja a fogyasztók megítélését a főbankjuk fenntarthatósággal kapcsolatos termékeiről valamint a magyar bankok tényleges kínálatát. A válaszadók többsége (tízből majdnem kilenc) azt állítja, hogy főbankja internetes banki szolgáltatást kínál, és rendelkezik mobilbanki alkalmazással, míg háromból majdnem két ügyfél tudja, hogy fő bankfiókjában van elektronikus aláírási lehetőség, ami összhangban van a digitalizáció komponens magas pontszámával (80). A tavalyi évhez képest az online szerződéskötéssel járó videobankolás ismertségét növelte, mivel az ügyfelek csaknem fele ismerte ezt a funkciót (szemben a 2023-as ~40%-kal), bár ezt az összes megkérdezett bank kínálja.





11. ábra: A főbankok fenntarthatósággal kapcsolatos ajánlatainak megítélése és a magyar bankok tényleges ajánlatai (a válaszadók %-a és a megkérdezett magyarországi bankok %-a)

A zöld termékek és szolgáltatások elérhetőségének fogyasztói percepciója elmaradt a kínálat többi részétől (27%), de 2023-hoz képest javult (21%). Az ügyfelek úgy érezték, hogy ezek a szolgáltatások könnyebben megtalálhatók a főbankjuk weboldalán (27%, míg 2023-ban 24%). Valójában minden megkérdezett bank rendelkezett legalább egy zöld termékkel vagy szolgáltatással, és az esetek közel 60%-ában a bankok weboldalán elérhető volt az ajánlat. Ennek alapján a pénzügyi intézetek tovább fokozhatnák zöld termékeik népszerűsítését és bemutatását a fogyasztók felvilágosítása és tudatosságuk növelése érdekében.

A 12. ábra összefoglalja a fogyasztók véleményét arról, hogy főbankjuk hogyan javíthatná a környezeti fenntarthatóság felé vezető útjukat.

A fogyasztók mintegy egyötöde által választott kiemelt fejlesztési területek megegyeznek a lakossági ügyfelek által 2023-ban megjelöltekkel: a bankoknak fenntartható anyagokból (pl. újrahasznosított műanyag, kukoricakeményítő stb.) készült betéti és hitelkártyákat kellene kínálniuk, bővíteniük kellene a digitális szolgáltatásaikat és környezetbarát ügyfélkommunikációt kellene kínálniuk (pl. digitális csatornákon keresztül), zöld bankfiókokat kellene működtetniük (pl. digitális aláírás, újrahasznosított papírhasználat, hatékony zöld energiafelhasználás stb.), részt kellene venniük faültetési programokban és a bank nyereségéből fenntartható célokra kellene adományozniuk.

A fogyasztók zöld termékekről való tájékoztatását, a zöld termékek és szolgáltatások nyújtását, a bankok üvegházhatású gázkibocsátásának csökkentését, a fenntartható ügyek (pl. vízvédelem) pénzügyi támogatását, valamint a fenntartható életmóddal kapcsolatos tippek és tanácsok közzétételét a válaszadók közel egyötöde szintén lényeges elemként emelte ki.



12. ábra: A bank fő fejlesztési területei a környezeti szempontból fenntarthatóbbá válás érdekében (a válaszadók %-a)



Digitalizáció

A Digitalizáció komponense messze a legjobban teljesített a Fogyasztói Percepció alindexén belül, 80 ponttal, ami megerősíti a magyar bankok fejlődését ezen a téren. Ez 3 százalékpontos növekedés 2023-hoz képest, és a növekedés a fiatal (30 év alatti) vásárlói szegmens által adott magasabb digitalizációs pontszámnak köszönhető.

Ez a komponens a bankok által az ügyfelekkel való kommunikációra használt csatornákat, valamint a fogyasztók által a banki ügyintézéshez (pl. bankszámlanyitás, banki átutalás stb.) használt csatornákat vizsgálja. Nem meglepő, hogy a komponens átlagon felüli eredményeket 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 csatornákat (például az internet vagy a mobilbankolás) elérhetőségét banki célokra.

Ötből több mint négy ügyfél (84%) online kapja meg a havi elszámolását vagy számlakivonatát (e-mailben vagy internetbankon keresztül), míg 7% csak postai úton kapja meg. Emellett 63% válaszolta, hogy a banki ügyintézés kizárólag vagy nagyrészt online (vagy telefonon) is elvégezhető, míg valamivel több mint egynegyedük azt mondta, hogy online és a bankfiókban is elvégezhető. Csak kevesen mondták azt, hogy a banki ügyintézés a fióklátogatásra korlátozódik. Ezek a válaszok összhangban vannak az előző évi eredményekkel és a bankok azon erőfeszítéseivel, hogy az ügyfélkapcsolatokat a digitális térbe tereljék.

A válaszadók fele a digitalizációt környezeti szempontból fenntarthatónak tartja, elsősorban azért, mert minimalizálja a papír mennyiségét és segíti a működési hatékonyságot. A digitális érettség és a fenntarthatóság percepciója között tehát összefüggés van, amelyet a marketing- és kommunikációs tevékenységek során ki lehetne használni a márkaimázs javítása érdekében.

Fenntarthatósági kommunikáció

A fenntarthatósági kommunikáció 32-es átlagpontszámával (1 pontos növekedés 2023-hoz képest) tükrözi, hogy a fogyasztók hogyan érzékelik a magyar bankok kommunikációját a környezeti fenntarthatóság szem-

pontjából. A válaszadókat arról kérdeztük, hogy a főbankjaikban van-e zöld kommunikáció a következő két szempont szerint: a bank zöld működésével kapcsolatos kommunikáció, valamint a környezeti fenntarthatóságra általánosságban (pl. túlfogyasztás, megújuló energia felhasználása stb.) felhívó kommunikáció. Megkérdeztük a fogyasztókat arról is, hogy főbankjuk milyen gyakran kommunikál a fenntarthatóság felé tett lépéseiről.

A 32-es pontszám minimális elmozdulást mutat az előző évhez képest, és a pénzüintézetek számára fejlődési lehetőségként kínálkozó területre utal, mivel a pontszám az alindex átlagos pontszáma alatt van.

SA 2023-as eredményekhez hasonlóan a bankok fenntartható kommunikációs kampányai hatékonyabbak és emlékezetesebbek voltak a fiatal és a környezettudatos szegmensek számára, mivel ők általában fogékonyabban a zöld innovációk és termékek iránt.

A fogyasztók továbbra is kevésbé ismerik a bankok zöld kommunikációját.

Tízből majdnem hat válaszadó (57%, 2023-ban 60%) azt állítja, hogy még soha nem látott a bankjától a fenntartható működéssel vagy általában a fenntarthatósággal kapcsolatos reklámot vagy sajtóközleményt. Tízből csaknem három ember egyszer vagy kétszer találkozott ilyen kommunikációval, míg a fennmaradó 14% (ez az érték 2023-ban 13% volt) azt állítja, hogy többször lát ilyen bejelentéseket. Ugyanakkor a bankok többsége úgy nyilatkozott, hogy évente legalább egyszer kommunikál a fenntarthatóságról (pl. közösségi médián, e-mailben, rendezvényeken, marketing- és adományozási kampányokon stb. keresztül). A bankok marketing- és kommunikációs hatása kétféleképpen fokozható: (1) a népszerű kommunikációs csatornákat (pl. weboldal, közösségi média, e-mail stb.) használata és az (2) adatvezérelt megközelítés által, amely személyre szabott és releváns tartalommal célozza meg az egyes ügyfélcsoportokat (pl. terméktípus, ügyfélérték, élettartam stb. szerint), miközben folyamatosan nyomon követi a hatékonyságot.

Kutatásunk alapján ötből négy válaszadó szeretne tájékoztatást kapni főbankjának zöld termékeiről, szolgáltatásairól és egyéb fenntarthatósággal kapcsolatos kezdeményezéseiről, míg minden ötödik válaszadó élénk érdeklődést mutat, mivel havonta vagy még gyakrabban is szívesen fogadna ilyen jellegű üzeneteket. Minél fiatalabb a fogyasztó és minél magasabb az iskolai végzettsége, annál valószínűbb, hogy fogékony a zöld termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos marketingre.

A kommunikációs csatornákat tekintve a fogyasztók az e-mailt (50%) részesítik előnyben fő csatornaként a mobil banki alkalmazásokkal (34%), az online banki platformokkal (33%), a banki weboldallal (24%) és a közösségi médiával (17%) szemben. Az e-mailek gyakoriságát tekintve a fogyasztók a negyedévenkénti (25%), a félévenkénti (19%) vagy havonta (16%) történő kommunikációt részesítik előnyben.

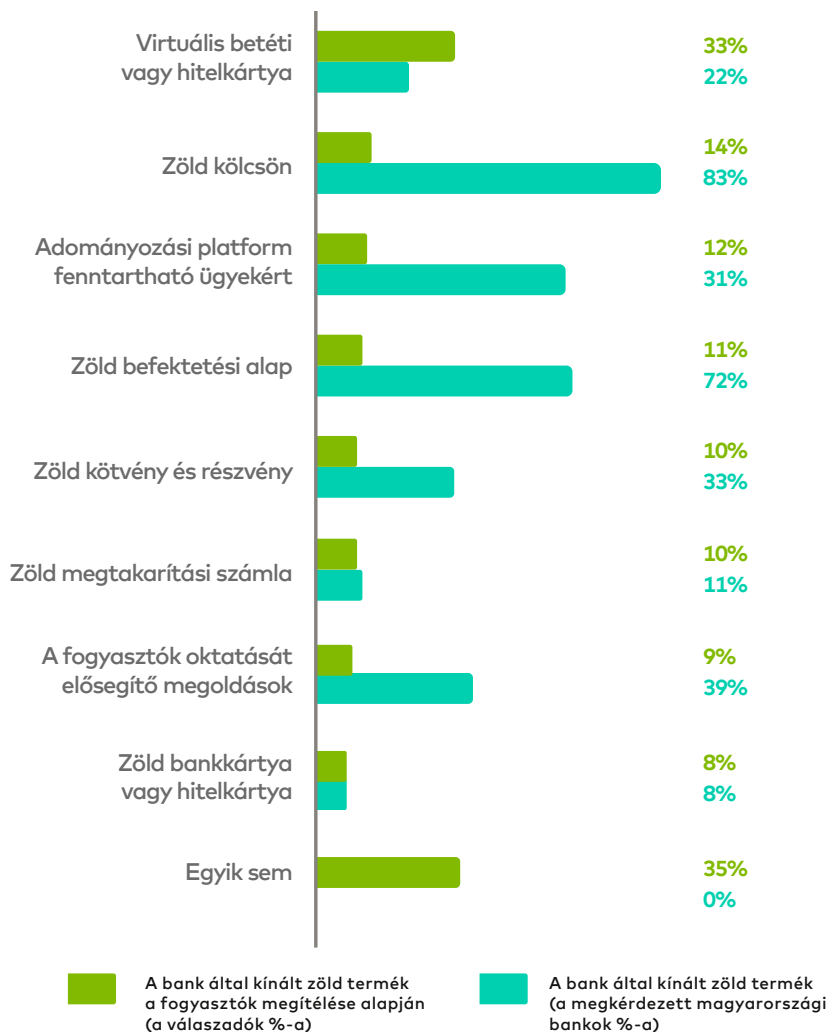
Zöld termékek és szolgáltatások

A lakosság véleménye szerint a pénzügyi intézetek vannak a legnagyobb lemaradásban a zöld termékek és szolgáltatások terén, mindössze 11 pontot kaptak, ami messze elmarad a 41 pontos fő alindex pontszámától. Ez a komponens csak 1 ponttal javult tavaly óta, ami azt jelzi, hogy a fogyasztók tudatossága az éghajlatváltozással kapcsolatos termékekkel kapcsolatban nem változott drámaian. Ez nagy lehetőséget kínál a bankok számára, hogy új zöld termékeket indítsanak, és azokat láthatóbbá tegyék a lakossági ügyfelek számára. Az előző évhez hasonlóan a jómódú (13), a környezettudatos (17) és a fiatalabb ügyfélszegmens (16) esetében is kissé magasabb pontszámokat 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.

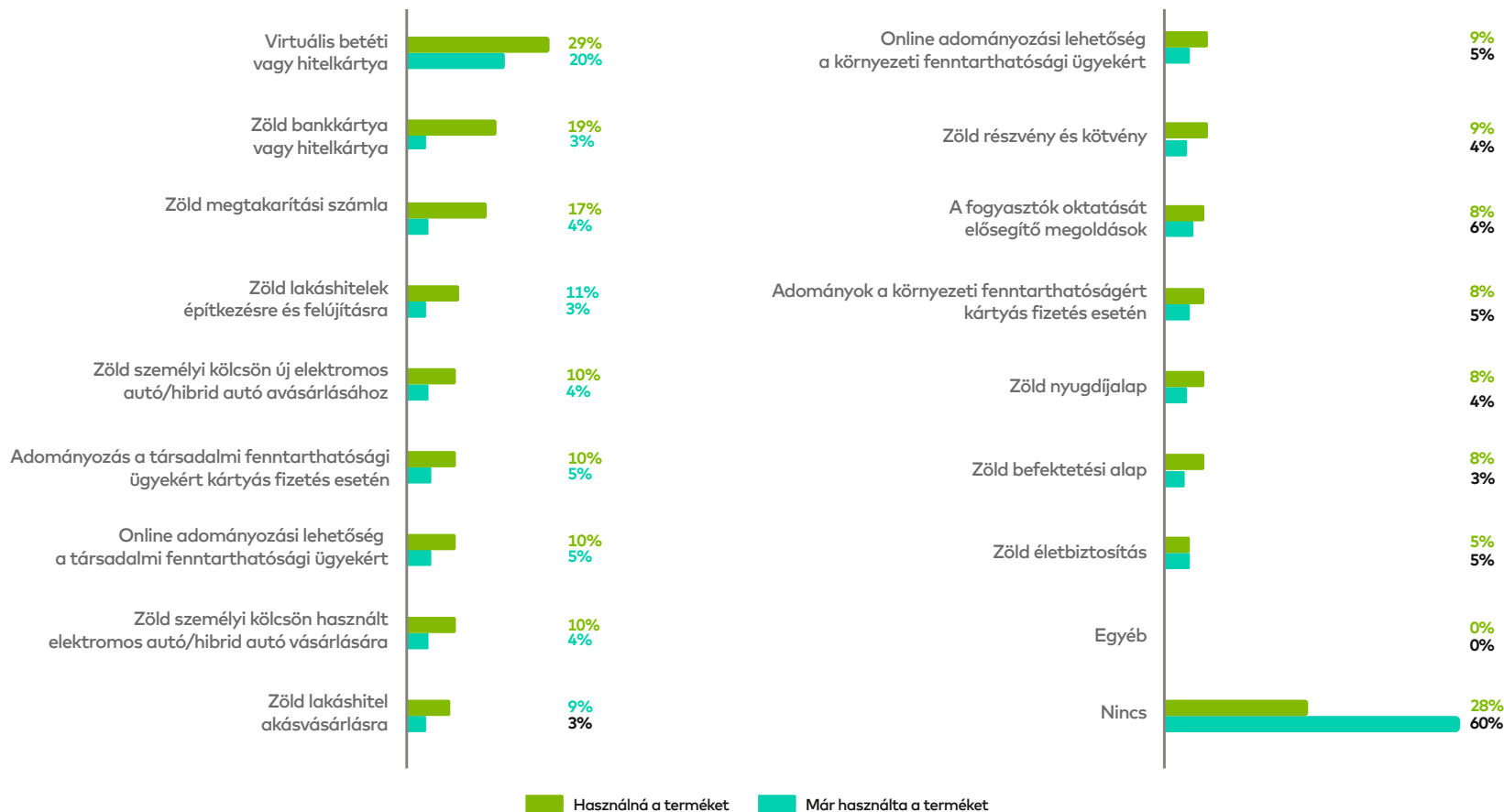
A megkérdezett fogyasztók fele a demográfiai csoportok egészét (jövedelem, életkor, iskolai végzettség és lakóhely) tekintve úgy nyilatkozott, hogy az éghajlatváltozással kapcsolatos termékek és szolgáltatások elengedhetlenek, és a kereslet szintje hasonló az előző évhez. Nem meglepő módon a fenntartható termékínálat különösen fontos volt a környezettudatos fogyasztók számára: négyből közel három válaszadó szerint a pénzügyi intézeteknek zöld termékeket kellene kínálniuk.

Bár a fogyasztók 35%-a nem tudott a főbankjánál elérhető fenntartható termékekről – amelyeket minden bank kínált –, az eredmény előrelépésnek tekinthető, mivel egy évvel korábban ez az arány 48% volt.

A leginkább ismert zöld termék a virtuális betéti vagy hitelkártya volt (33%-os ismertség), míg a főbankjuk zöld hiteleit (14%) és adományozási termékeit (12%) csak valamivel több mint 10% ismerte. Ez meglehetősen alacsony szintű tudatosságot mutat, mivel a bankok többsége (~80%) kínál zöld hiteleket a lakossági banki ügyfeleknek, és számos bank (~30%) rendelkezik adományozási megoldásokkal. Ez az eredmény azt jelzi, hogy folyamatosan növelni kell a fogyasztók tudatosságát, különösen a zöld kártyák, a fogyasztók oktatását elősegítő megoldások (pl. a szén-dioxid-követés), a zöld megtakarítási számlák, valamint a zöld befektetési alapok mellett a zöld kötvények és részvények elérhetőségével kapcsolatban. A magyar bankok további termékekkel is bővíthetnék zöld termékportfóliójukat, hogy több megoldás legyen elérhető a közönség szélesebb köre számára.



13. ábra: Az ügyfelek főbankja által kínált zöld termékek a fogyasztók megítélése alapján és a magyar bankok által kínált zöld termékek (a válaszadók %-a és a megkérdezett magyarországi bankok %-a)



14. ábra: A fogyasztók hajlandósága az éghajlatváltozással kapcsolatos pénzügyi termékek és szolgáltatások igénybevételére, valamint azon fogyasztók aránya, akik már igénybe vették az adott zöld termékeket (a válaszadók %-a)

A fenntartható kártyamegoldások, beleértve a virtuális kártyákat és a zöld kártyákat, egyszerűségük és széles célközönségük miatt továbbra is a legkedveltebb klímaváltozással kapcsolatos termékek.

Tízből majdnem három ügyfél használna virtuális betéti vagy hitelkártyát, és ez az arány magasabb a digitálisan képzett szegmensek, például a tehetős fogyasztók esetében, míg a fogyasztók egyötöde már használja ezt a terméket. Más zöld termékeket, például az adományozási megoldásokat és a zöld életbiztosításokat a fogyasztók alig használták (legfeljebb 5%). Tízből hat válaszadó még soha nem használt éghajlatváltozással kapcsolatos terméket, ami arra utal, hogy a termékek ismertsége és bankokban való elérhetősége alacsony.

Minden ötödik fogyasztó érdeklődött egy olyan zöld betéti vagy hitelkártya iránt, amely környezetbarát anyagból készült és jutalmazza a fenntartható vásárlásokat (például extra készpénz-visszatérítéssel). A zöld bankkártya termékjellemzőit illetően az ügyfelek papírmentes banki ügyintézését és elektronikus nyugtát (86%), fenntartható kereskedőknél történő vásárlások utáni kedvezményeket és pénzvisszatérítést (80%), újrahasznosított anyagból készült kártyát (79%), vásárlás utáni faültetési lehetőséget (76%) és a termékek újrafelhasználásával a körforgásos gazdaságot elősegítő ösztönzőket (72%) szeretnék.

A banki ügyfelek csaknem ugyanekkora hányada (17%) nyitott arra, hogy zöld megtakarítási számlával rendelkezzen, és minden kilencedik ügyfél fontolóra venné egy zöld lakáshitel igénylését. Jellemzően az ügyfelek 10%-a érdeklődött más fenntartható termékek, például a zöld személyi kölcsönök, valamint az adományozás és a zöld befektetési termékek iránt. Az előző évi kereslethez hasonlóan 28% nem választana

semmilyen fenntartható banki terméket. A tehetős, környezettudatos és magasan képzett vásárlók átlagon felüli érdeklődést mutattak az ilyen termékek iránt.

Bár valamennyi magyar bank kínál néhány éghajlatváltozással kapcsolatos terméket, megállapításaink azt sugallják, hogy fontolóra kellene venniük portfóliójuk bővítését. A bankok első számú prioritása azonban a jelenlegi termékek népszerűsítése és az oktatási erőfeszítések erősítése kell, hogy legyen a tudatosság növelése és a kereslet ösztönzése érdekében. Az oktatás segítene az ügyfeleknek megérteni a meglévő zöld termékeket (pl. fő előnyeiket, fenntarthatóságra gyakorolt hatásukat, költségvonzataikat stb.), és azonosítani, hogy melyek felelnek meg az igényeiknek.

A fenntartható termékek és szolgáltatások elérhetőségének növelése üzleti lehetőséget jelent a bankok számára. A környezettudatos fogyasztók már most is jelentős fogyasztói szegmenst alkotnak, a válaszadók közel egyötödét teszik ki (mind az ideit, mind az előző évi kutatásban), és arra számítunk, hogy ez a szegmens idővel növekedni fog. Kutatásunk azt is kimutatta, hogy tizből három ügyfél magasabb bankszámladíjat fizetne egy olyan pénzügyi intézetnek, amely termékeivel vagy szolgáltatásaival lépéseket tesz a fenntarthatóság irányába;

ez az arány a fiatal és környezettudatos ügyfelek körében megközelítőleg 45%. Az ilyen magas szintű támogatás jelentős, ha figyelembe vesszük, hogy a magyar fogyasztók érzékenyek, amit kutatásunk is alátámaszt: a mindennapi megélhetés és az infláció volt a két legfontosabb téma a válaszadók számára, akiknek a fele nagyon elkötelezett volt ezekben a kérdésekben. A magasabb díj fizetésére nyitott válaszadók negyede azt mondta, hogy 500-1000 forintot fizetne havonta, míg egy másik negyede 100-500 forintot lenne hajlandó fizetni. Ezek az eredmények majdnem azonosak a 2023-as kutatásunk eredményeivel, ami megmutatja, hogy az ügyfelek mennyire elkötelezettek abban, hogy többet fizessenek egy olyan márkáért, amely értékeli a fenntarthatóságot. Hasonlóképpen, a fogyasztók minden demográfiai csoportban hajlandóak voltak alacsonyabb hozamot realizálni a zöld befektetési termékekből (pl. zöld kötvények, befektetési alapok stb.). Kutatásunk alapján tíz fogyasztóból négy elfogadná az alacsonyabb hozamot, míg a fiatal és környezetbarát fogyasztók esetében ez az arány 50% körülire emelkedett.

Jövőbeli kilátások

A környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos fogyasztói tudatosság és megítélés 41 pontot ért el. Ez 2023-hoz képest stagnálást jelez, ami arra utal, hogy Magyarországon ez még mindig egy olyan terület, ahol van hova fejlődni. Az előző évhez képest nagyobb a különbség a fenntarthatósági profil fogyasztók és bankok általi megítélése között. Ez arra utal, hogy a bankok gyors ütemben fejlesztenek ki ökoérzékeny gyakorlatokat, termékeket és szolgáltatásokat, és a fogyasztók még nem ismerik ezeket az ajánlatokat.

Míg a banki digitalizáció előrehaladott és az ügyfelek által nagyra értékelt, addig szinte minden más komponens tudatossága – a zöld termékek általános megítélésétől és ismeretétől kezdve a fenntarthatósággal kapcsolatos kommunikáción át a banki működésig – javítható lenne. Eredményeink azt sugallják, hogy a fogyasztóknak általában véve több oktatásra van szükségük a fenntarthatósággal kapcsolatban; a pénzügyi intézmények vezető szerepet játszhatnak ebben az erőfeszítésben, mivel 10 fogyasztóból majdnem 4 úgy véli, hogy a bankoknak nagy felelősségük van a fogyasztók fenntarthatósággal kapcsolatos tájékoztatásában és oktatásában.

A tudatosság és az ismeretek bővítése jelentős időt vesz igénybe, ezért a pénzügyi intézményeknek további erőfeszítéseket kell tenniük. Az ebben az alindexben mért mérsékelt növekedés megerősíti ezt a hipotézist.

Bár a bankok számos globális kihívással néznek szembe, kritikus fontosságú, hogy folyamatosan a fenntarthatóságra és az ügyfelek oktatására összpontosítsanak, valódi és gyakori kommunikációval, amely rezonál az ügyfelekkel (pl. papírmentes banki ügyintézés, digitalizációs megoldások stb.). A fogyasztók megítélésének javítása a fogyasztók bizalmának erősödéséhez vezet.

Ez egy olyan pozitív ciklust hozna létre, amelyben a tájékozott fogyasztók fenntarthatóbb megoldásokat követelnek a pénzügyi intézetektől és más vállalatoktól, ami még vonzóbb üzleti lehetőséget eredményezne.

Átláthatóság

Meghatározás:

Az Átláthatósági Alindex felméri a kibocsátó bankok nyilvános környezeti fenntarthatósági jelentéseinek minőségét.

Az alindex eredményei:

Eredmény: Az Átláthatósági Alindex **81** pontot ért el (5 ponttal magasabb, mint 2023-ban), ami magasabb, mint a Fenntarthatósági Percepció Index pontszáma (57), és a három indexpillér közül a legmagasabb.

Következtetések: Erős teljesítmény és enyhe előrelépés a fenntarthatósággal kapcsolatos nyilvánosságra hozatal terén a tavalyi év óta a szabályozói és befektetői nyomásnak köszönhetően.

15. ábra: Az Átláthatóság pillérének legfontosabb megállapításai

Definíciók és célok

A bankokra egyre nagyobb nyomás nehezedik, hogy igazodjanak az érdekeltek környezeti, társadalmi és irányítási kérdésekkel kapcsolatos változó igényeihez. Az új szabályozások, mint például a fenntartható pénzügyek nyilvánosságra hozataláról szóló rendelet (SFDR) és az EU taxonómiája fokozott átláthatóságot és az ESG-vel kapcsolatos adatok átfogó közzétételét írják elő. A befektetők is egyre nagyobb figyelmet fordítanak a befektetési döntéseik társadalmi és környezeti hatásainak értékelésére.

Az ESG átláthatóság fontossága a pénzügyi szektorban túlmutat a szabályozási megfelelésen és a befektetői elégedettségen. Ez elősegíti a bizalmat és a hitelességet, és bizonyítja a bank elkötelezettségét a fenntartható és etikus gyakorlatok iránt. Azzal, hogy egyértelmű és részletes ESG-tájékoztatót nyújtanak, a bankok jobban tudják kezelni a kockázatokat, azonosítani a pozitív hatás lehetőségeit, és hozzájárulhatnak egy fenntarthatóbb globális gazdasághoz (Spuerkees, 2024).

Az Átláthatóság Alindex a kibocsátó bankok nyilvános környezeti közzétételei jellemzőinek értékelését tartalmazza.

A vállalatok, köztük a pénzintézetek adatközzételési követelményei a szabályozásban bekövetkezett változások miatt egyre szigorúbbak. Ezért a pénzügyi intézmények környezeti hatásaira vonatkozó, nyilvánosan elérhető információk vizsgálata döntő fontosságú a környezeti fenntarthatósági teljesítmény megítélésének megvitatásakor.



A Mastercard a nyilvánosan elérhető banki fenntarthatósági jelentéseket használta fel ennek az alindexnek az értékeléséhez. Ez a pillér négy fő komponensből áll:

Elérhetőség: Összefoglalja a kibocsátó bankok fenntarthatósági jelentéseire vonatkozó alapvető információkat: a lefedett időszakot, a közzététel helyét és a jelentés típusát (pl. integrált jelentés, szabványosított jelentés stb.).

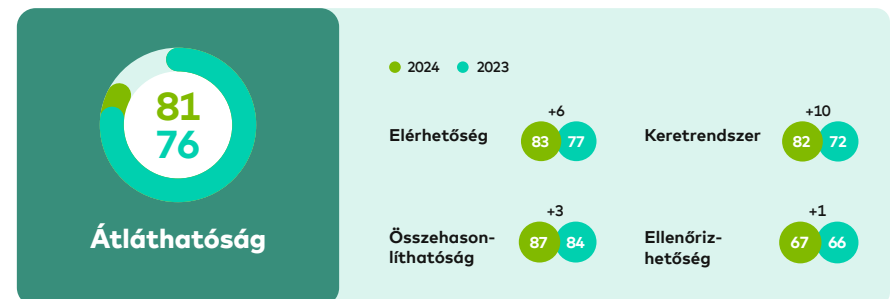
Keretrendszer: Megvizsgálja a szervezet fenntarthatósági stratégiáját és cselekvési terveit.

Összehasonlíthatóság: Megvizsgálja, hogy a közzétett adatok összehasonlíthatók-e az előző évekkkel és a versenytársakkal, és hogy használnak-e mennyiségi adatokat a főbb környezeti hatások leírására.

Ellenőrizhetőség: Megvizsgálja a megadott adatforrásokat és azt, hogy a fenntarthatósági jelentés auditált-e.

Ennek az alindexnek az elsődleges célja, hogy bemutassa a kibocsátó bankok (akár helyi leánybank, akár anyabank (bankcsoport) fenntarthatósági jelentéseinek egyértelműségét és átláthatóságát egy meghatározott kritériumrendszer alapján, amelyet a nemzetközi jelentéstételi szabványok (pl. a Global Reporting Initiative (GRI) és a Sustainability Accounting Standards Board (SASB) szabványai) inspiráltak. Ez a szakasz olyan kérdésekről adhat felvilágosítást, mint például:

- **Hogyan teljesít a magyar bankszektor a környezeti átláthatóság szempontjából?**
- **Mely komponensekben teljesítenek a legjobban a magyar bankok, és melyekben rejlik a legnagyobb fejlődési potenciál?**
- **Melyek azok a bevált gyakorlatok, amelyeket a magyar bankok átvehetnének fenntarthatósági jelentésük finomhangolásához?**



16. ábra: Az Átláthatóság pillérének eredményei

Elérhetőség

Az Átláthatóság alindexének első komponense az Elérhetőség, amely a tavalyi évhez hasonlóan kiemelkedően magas, 83-as értéket mutat. 2023-hoz képest ez az érték 6 ponttal nőtt, ami azt jelzi, hogy a vizsgált bankok előrehaladást értek el a fenntarthatósági jelentéseik átlátható közzétételében, beleértve a kibocsátási adatokat is.

A 2023-as adatok szerint a bankok mintegy fele továbbra is közzéteszi az aktuális ESG-célkitűzéseit és éves eredményeit csoportszinten. Bár mérsékelt előrelépés tapasztalható, ezen adatok konszolidálása leányvállalati szinten továbbra is korlátozott. Az előző évhez hasonlóan ez is rávilágít, hogy a bankoknak lehetőségük van arra, hogy leánybanki szinten (különösen a nemzetközi bankcsoportok esetében) nyilvánosságra hozzák a kulcsfontosságú fő teljesítménymutatókat és cselekvési terveket, így biztosítva a helyi érdekeltek számára az információkhoz való könnyű hozzáférést.

Emellett kilencből öt magyar bank külsőleg auditált környezeti fenntarthatósági célokat és teljesítményt tesz közzé integrált jelentések keretein belül, amelyek olyan nemzetközileg elfogadott jelentéstételi szabványokon alapulnak, mint a Globális Jelentéstételi Kezdeményezés (Global Reporting Initiative, GRI) vagy a Fenntarthatósági Számviteli Szabványok Testülete (Sustainability Accounting Standards Board, SASB). A szabványok megkönnyítik a pénzügyi intézmények zöld eredményeinek összehasonlítását. Ezek az integrált jelentések a vállalat teljesítményét mind pénzügyi, mind ESG szempontból bemutatják, ezáltal növelve az átláthatóságot, és erősítve azt a nézetet, amely szerint a fenntarthatóság az üzleti teljesítmény lényeges aspektusa.

Ami a jelentések közzétételét illeti, a mintánkban szereplő valamennyi magyar bank közzétette éves ESG-jelentését a hivatalos honlapján, szinte mindegyiket könnyen megtalálható helyen. Kilencből hét bank 2023-ról (mint referencia-időszakról) készítette el jelentését, ami azt jelzi, hogy a bankok éves szinten igyekeznek bemutatni legfrissebb ESG-stratégiájukat, eredményeiket és további célkitűzéseiket.

JELENTÉS TÍPUSA

JELENTÉS MEGHATÁROZÁSA

Integrált jelentés

Külsőleg auditált jelentés, amelyet a nemzetközileg elfogadott jelentéstételi szabványok (pl. GRI, SASB stb.) valamelyike alapján készítettek, és amely a vállalat teljesítményét mind pénzügyi, mind ESG szempontból meghatározza.

Hitelesített/auditált jelentés

Olyan jelentések, amelyeket nemzetközileg elfogadott jelentéstételi szabványok (pl. GRI, SASB stb.) alapján készítettek, és amelyeket külső auditnak is alávetettek.

Szabványosított jelentés

Olyan jelentések, amelyeket **nemzetközileg elfogadott jelentéstételi szabványok** (pl. GRI, SASB stb.) alapján készítettek, de nem végeztek rajtuk **külső auditot.**

Egyszerű jelentés

Nem pénzügyi jelentés, amely a vállalat számára fontos **környezeti, társadalmi és irányítási kérdésekről tartalmaz információkat, de nem igazodik a nemzetközi jelentéstételi szabványokhoz** (pl. GRI, SASB stb.).

1. táblázat: A fenntarthatósági jelentések típusainak összefoglalása

Keretrendszer

Az Átláthatóság alindexének keretrendszerre vonatkozó komponense 82 pontot ért el, ami jelentős, 10 pontos javulást jelent az előző évi eredményekhez képest. Ez az előrelépés azt jelzi, hogy a legtöbb bank ma már közzéteszi fenntarthatósági stratégiáját és cselekvési terveit, számba veszi közvetlen és közvetett tevékenységeinek elsődleges környezeti hatásait, és felismeri az éghajlatváltozás és a globális felmelegedés okozta működési kockázatokat.

A bankok ESG-stratégiái tekintetében figyelemre méltó előrelépés történt: a bankok többsége egyértelműen megfogalmazza ESG-stratégiáit éves jelentésében. Ez 10%-os javulást jelent a tavalyi eredményekhez képest, és azt mutatja, hogy a bankok egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek fenntarthatósági céljaik, törekvéseik és elképzeléseik nyilvánosságra hozatalára. A közzétett stratégiák bőséges minőségi és mennyiségi információt nyújtanak az intézményekről és eljárásairól. A jelentések emellett hangsúlyozzák a pénzügyi intézmények elkötelezettségét az Európai Bizottság 2050-ig szóló hosszú távú stratégiai jövőképehez való hozzájárulás iránt, amelynek célja egy klímasemleges gazdaság elérése (Európai Bizottság, 2024b). Emellett a bankok cselekvési terveiben is érezhető javulás tapasztalható: az előző évi 90%-hoz képest 100%-os arányt értek el, ami azt jelzi, hogy minden bank aktív lépéseket tesz fenntarthatósági stratégiájában megfogalmazott céljainak elérése érdekében. Ezek az eredmények összhangban vannak az általunk készített interjúkkal és a felmérésekkel, amelyekben valamennyi bank arról számolt be, hogy konkrét lépéseket határozott meg fenntarthatósági céljai elérése érdekében.

Jelentős előrelépés történt a bankok kockázatértékelésében és -kezelésében: a vizsgált bankok közel 80%-a nyilvánosságra hozta, hogy milyen elsődleges működési kockázatokkal kell szembenéznie az éghajlatváltozás miatt. A bankok általában holisztikus megközelítést alkalmaznak, és a kapcsolódó pénzügyi kockázatok értékelése mellett figyelembe veszik az ESG-tényezőknek az üzleti partnereikre és a befektetett eszközökre gyakorolt hatását is. Emellett a vizsgált bankok folytatták a nemzetközileg elismert bevált gyakorlatok – például az éghajlati stresszteszt és forgatókönyv-elemzések – alkalmazását és fejlesztését a hatások és kockázatok értékelésére. E jelentős előrelépés ellenére még mindig van lehetőség a további fejlődésre olyan együttműködésen keresztül, amelynek célja az éghajlatváltozás által a pénzügyi ágazat egészére gyakorolt főbb működési hatások és kockázatok azonosítása és közzététele.

Mivel a bankok egyre inkább holisztikusan szemlélik a fenntarthatóságot, nemcsak saját környezeti és társadalmi hatásait veszik figyelembe, hanem az értékláncon (pl. beszállítókon, partnereken, ügyfeleken stb.) keresztül a közvetett hatásokat is. Interjúink és a bankok stratégiai célkitűzései is megerősítik, hogy a bankok közel 80%-a már jelenleg is így cselekszik.

A fejlesztés egyik területe a negatív fenntarthatósági főmutatók azonosítása és közzététele, valamint a negatív környezeti hatások elismerése, mivel jelenleg a bankoknak mindössze kétharmada tesz így. Mivel az átláthatóság és a bizalomépítés szempontjából kulcsfontosságú a javításra szoruló területek kiemelése, a bankok előrelépést tehetnének ebben a tekintetben, hogy jobban tájékoztassák a különböző érdekcsoportokat.

Összehasonlíthatóság

Az Átláthatóság alindexének harmadik komponense, az Összehasonlíthatóság már a második egymást követő évben érte el a legmagasabb pontszámot az alindexen belül. A kivételes, 87-es eredmény 3 pontos növekedést jelent az előző évhez képest, ami azt jelzi, hogy a magyar bankok tovább javították a mennyiségi fenntarthatósági adataik közzétételét. A javulás a nemzetközileg elismert jelentéstételi szabványok és az iparág-specifikus fő teljesítménymutatók jobb alkalmazását tükrözi. Emellett a magyar bankok továbbra is elkötelezettek az éves változások és az előrehaladás nyomon követése mellett, ami tovább fokozza a fenntarthatósági jelentések átláthatóságát.

A tavalyi évhez hasonlóan a kilenc vizsgált bankból nyolc jelentős mennyiségű és mérhető adatot szolgáltatott éves jelentésében a környezeti fenntarthatósági teljesítményéről. Ezen adatok közzététele lehetővé teszi az érdekelt felek, köztük az ügyfelek, a befektetők, a szabályozó hatóságok és a nyilvánosság számára a bankok teljesítményének objektív értékelését. Emellett ezek a mérőszámok lehetővé teszik a bank vezetősége és az érdekelt felek számára, hogy megalapozott döntéseket hozzanak a befektetéseikkel, szabályozásokkal és stratégiai kezdeményezésekkel kapcsolatban. Az is figyelemre méltó, hogy ezen adatok nyilvánosságra hozatala megfelelőnek tekinthető, mivel a bankok 90%-a könnyen hozzáférhetővé teszi a legfontosabb KPI-kat, és nemzetközileg elismert metrikákat használ az adatok megjelenítésére (pl. kilotonna, kilowattóra, liter stb.).

Az összehasonlíthatósági komponens másik fontos megállapítása, hogy a túlnyomó többség (~80%) nemzetközileg elfogadott jelentéstételi szabványok, például a Globális Jelentéstételi Kezdeményezés (GRI) vagy a Fenntarthatósági Számviteli Szabványok Testületének (SASB) szabványai alapján tette közzé fenntarthatósági teljesítményét.

A GRI egy nemzetközi, független szervezet, amely segíti a vállalkozásokat, kormányokat és más szervezeteket abban, hogy megértsék és kommunikálják az üzleti tevékenységeknek a kritikus fenntarthatósági kérdésekre, például a klímaváltozásra gyakorolt hatását. A különböző érdekelt felek szempontjait tükröző iránymutatások is részét képezik, amelyek célja az átláthatóság fokozása (GRI, 2024). Hasonlóképpen, a SASB szabványok lehetővé teszik a vállalatok számára, hogy közzétegyék a fenntarthatóság-

gal kapcsolatos információkat, beleértve az üzleti értéküket és pénzügyi teljesítményüket befolyásoló kockázatokat és lehetőségeket (SASB, 2023).

A fentiekhez hasonló szabványosított jelentéstételi keretrendszerek elfogadása lehetővé teszi a pénzügyi intézmények számára, hogy működésüket és fenntarthatósági teljesítményüket összehasonlítsák a versenytársakkal, megkönnyítve ezzel a fejlesztendő területek azonosítását. Bár nem minden intézmény tartja be ezeket az előírásokat, valamennyi vizsgált bank pontos információkat szolgáltatott számítási módszereiről, ezzel is növelve jelentéseik hitelességét.

Ami a kulcsfontosságú ágazatspecifikus KPI-k közzétételét illeti, figyelemre méltó előrelépés történt, mivel a vizsgált bankok kétharmada közzétette a SASB által javasolt alapvető számadatokat. Ezek a mérőszámok magukban foglalják a szén-dioxiddal kapcsolatos eszközöket, a szén-dioxiddal kapcsolatos iparágaknak való bruttó kitétséget, azon hitelek számát, amelyek esetében a környezeti vagy társadalmi kockázatok felülvizsgálatát elvégezték stb. (IFRS, 2022). További pozitív fejlemény, hogy minden bank használ adatvizualizációs eszközöket (pl. diagramokat és grafikonokat) a könnyebb értelmezhetőség érdekében, ezáltal növelve az átláthatóságot.

Ezen túlmenően a bankok adatszolgáltatásának következetessége is jelentősen javult, mivel a bankok 90%-a évről évre következetesen ugyanazokat az adatkészleteket teszi közzé, lehetővé téve a változások egyértelmű nyomon követését. Az is dicséretes, hogy szinte valamennyi bank nominális és normalizált értékben (pl. egységenkénti kibocsátás) is közzéteszi ezeket a mutatókat, ami javítja az összehasonlíthatóságot.

Fontos, hogy a fenntarthatósági jelentés adatai összehasonlíthatóak legyenek az előző évi teljesítménnyel, mivel ez rávilágít a fejlődésre, és segíti a bankokat a nem a tervezett ütemben fejlődő fő teljesítménymutatókra való összpontosításban.

Emellett az összehasonlíthatósági komponens azt is vizsgálta, hogy a bankok meghatároztak-e célokat és célkitűzéseket a jövőre vonatkozóan, és kutatásunk szerint a mintánkban szereplő bankok közel 80%-a tűzött ki rövid vagy középtávú (a következő 2-5 évre vonatkozó) célokat. Az átláthatóságot növeli az is, hogy valamennyi bank ismerteti a környezeti fenntarthatósági teljesítményére vonatkozó számítási módszertanát, ami jelentős fejlődést mutat a jelentéstételi gyakorlatban.



Ellenőrizhetőség

Az Átláthatósági alindex Ellenőrizhetőségi komponense 67 pontot ért el. Ez a második egymást követő évben a legalacsonyabb pontszám a komponensek között, ami jelzi az ebben lévő jövőbeli potenciált. Ez a korábbi eredményekhez képest szerény, 1 pontos növekedést tükröz. A viszonylag alacsony pontszám azt jelzi, hogy a vizsgált bankok jelentései korlátozott számú forrást és alátámasztó bizonyítékot szolgáltatnak a fenntarthatósággal kapcsolatos számításokhoz, feltételezésekhez és következtetésekhez. Ráadásul ezek a jelentések gyakran nem tartalmaznak elegendő adatot állításaik alapos alátámasztásához, ami azt sugallja, hogy a pénzügyi intézmények javíthatnák ezt az elemet az érdekelt felek bizalmának növelése érdekében. A bankok elsősorban azzal javíthatnák az ellenőrizhetőségi komponenst, ha több adatot szolgáltatnának a környezeti kockázatoknak a vállalatra gyakorolt hatásáról szóló állításaik alátámasztására, ezáltal növelve az érdekeltek tudatosságát és az általános átláthatóságot.

A tavalyi eredményekhez képest szerény javulás tapasztalható a vizsgált bankok adatérvényesítési folyamataiban. A bankok mintegy 80%-a már szolgáltat adatokat a környezeti hatásokra vonatkozó nyilatkozatainak alátámasztására. Ezek azt mutatják, hogy a vizsgált bankok továbbra is aktívan nyomon követik lábnyomukat a közvetlen és közvetett kibocsátások és más fenntarthatósággal kapcsolatos mérőszámok értékelésével. Ezzel szemben a bankok adatigazolásában továbbra is jelentős hiányosságok mutatkoznak az éghajlatváltozás működési hatásaival kapcsolatban, mivel háromból csak egy bank közölt adatokat a környezeti kockázatoknak a vállalatra gyakorolt hatásaira vonatkozó állításainak alátámasztására.

Továbbra is fejlesztendő terület ezen intézmények számára az igazolható mennyiségi adatok szolgáltatása, és a fenntarthatósággal kapcsolatos kockázatok bankra gyakorolt hatásainak értékelése, ami a befektetők és más érdekelt felek részéről nagy érdeklődésre tarthat számot.

A vizsgált bankok adatfelhasználása mérsékelt javulást mutat, a bankok 80%-a megfelelően felsorolja az értékelésekhez használt külső és belső forrásokat, ezzel is igazolva állításaikat. A belső források közé tartoznak a módszertani keretrendszerekre való hivatkozások (pl. számítások, belső ellenőrzés stb.), míg a külső források közé a tanulmányok, cikkek és egyéb anyagok, amelyekre feltételezéseiket alapozzák. Ezen túlmenően

az auditálás az ellenőrizhetőség egyik legfontosabb pillére, és ha jobban megnézzük, nem tapasztalunk előrelépést ezen a területen. Kutatásunk kimutatta, hogy a bankok 20%-a nem auditálja külsőleg a fenntarthatósággal kapcsolatos hatásait, ami jelentősen alááshatja hitelességüket és a beléjük vetett bizalmat, ami azt jelzi, hogy a magyar pénzügyi intézeteknek fejlődniük kell ezen a téren.

Jövőbeli kilátások

Ahogy 2023-ban, úgy 2024-ben is az Átláthatósági alindex érte el a legmagasabb pontszámot a Fenntarthatósági Percepció Index három pillére közül. A 81-es pontszám további előrelépést jelez a bankszektor fenntarthatósági stratégiája és teljesítményének közzététele terén, ezáltal növelve a bankok működésének átláthatóságát. A tavalyi évhez képest a magyar bankok jelentéstételi gyakorlata tovább fejlődött, valamint a felmerülő érdeklődés és a szabályozói nyomás miatt egyre nagyobb elkötelezettséget mutatnak a fenntarthatóság iránt. Bár ígéretes, hogy a mintában szereplő bankok már közzéteszik a fenntarthatósági teljesítményükre vonatkozó fő teljesítménymutatókat, vannak még olyan területek, amelyeken javítani kell, és amelyek tovább növelhetik átláthatóságukat.

Az idén vizsgált bankok átláthatósága tekintetében két fő területet azonosítottunk, amelyeken fejleszteni lehet. Először is, a bankoknak feltétlenül javítaniuk kell a fenntarthatósági jelentéseik ellenőrizhetőségét azáltal, hogy a környezeti kockázatok hatásaira vonatkozó állítások igazolásához adatokat közölnek, felsorolják a nyilvánosságra hozott adatok forrásait, és külső auditálásokat végeznek. Ez a gyakorlat nemcsak a

fenntarthatósági gyakorlatok és teljesítménymutatók jelentésének pontosságát biztosítja, hanem az érdekelt felek bizalmát is növeli. A bankok a fenntarthatósági kezdeményezésekről szóló ellenőrzött információk szolgáltatásával erősíthetik hitelességüket, és hangsúlyozhatják az átláthatóság és elszámoltathatóság iránti elkötelezettségüket.

Másodszor, a bankok számára határozottan ajánlott, hogy fejlesszék jelentéstételi struktúrájukat, és ne csak csoportszinten tegyék közzé a fenntarthatósági teljesítményt, hanem a kapcsolt vállalkozásokra vonatkozóan is. Ez a lépés jelentősen növelheti a befektetők és a fogyasztók bizalmát, miközben a helyi átláthatóságot is erősíti.

A magyar bankok jelentős előrelépést mutattak az átláthatóság terén a tavalyi évhez képest, bár ez az alindex már 2023-ban is a legmagasabb értékkel bírt. Ugyanakkor még van hová fejlődni, különösen a fenntarthatósági információk ellenőrizhetőségének biztosítása és a helyi fenntarthatósági jelentések leánybankok szintjén történő kidolgozása terén. E területek kezelése tovább erősítheti a bizalmat és az elszámoltathatóságot az érdekelt felek között, ezáltal tovább javítva az átláthatóságot.

Összefoglalva, a magyar bankok további lépéseket tettek előre az átláthatóság terén a tavalyi évhez képest, miközben ez az alindex már akkor is erősen teljesített. Arra számítunk, hogy az elkövetkező években az újonnan megjelenő szabályozások által gyakorolt nyomás (pl. CSRD, CSDDD), valamint a befektetők és a fogyasztók növekvő érdeklődése tovább fogja ösztönözni a bankokat a még átláthatóbb és helyi ESG-jelentések felé vezető úton.

Fenntarthatóság az elfogadói tevékenységek során

Bár kutatásunk a kibocsátó bankokra összpontosít, fenntarthatóság szempontjából az elfogadók is fontosak. Mivel elsősorban üzleti ügyfelekkel, például kereskedőkkel és KKV-kkal állnak kapcsolatban, fenntartható tevékenységük a lakossági banki fogyasztók számára nagyrészt ismeretlen lehet. Mindazonáltal az elfogadók a papírmentes működés és a digitalizáció révén pozitív környezeti hatást gyakorolhatnak a fogyasztókra, és befolyásolhatják viselkedésüket.

A hagyományos elfogadók elsősorban közvetett zöld hatást gyakorolnak a végfelhasználókra üzleti stratégiájuk, üzleti működésük, tudatosságuk növelése és a zöld átállás révén.

Az üzleti stratégia megfontolásai közé tartozik többek között a nettó zéró kibocsátás melletti elkötelezettség, az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentése, az energiahatékonysági tervek és a környezeti fenntarthatóságra elkülönített költségvetés.

Az üzleti tevékenységeken belül az elfogadók célja, hogy szén-dioxid-mentes üzletet folytassanak, beleértve a zöld energia használatát az elektronikus fizetés elfogadásához. A kártyatranzakciókhoz szükséges adatközpontok és feldolgozó létesítmények jelentős energiát fogyasztanak, amelyet gyakran nem megújuló forrásokból állítanak elő. A megújuló energiaforrások, például a szél- vagy napenergia felhasználása potenciális fejlesztési terület lehet e szereplők számára. Az elfogadók emellett – többek között – a partnerek gondos kiválasztásával és a környezeti hatások nyomon követésével fokozhatják tevékenységeik fenntarthatóságát.

Az elfogadók a fenntarthatósággal kapcsolatos tudatosságot oktatással, belső és külső kommunikációval, valamint a fenntarthatósággal kapcsolatos kezdeményezések, például ingázás vagy önkéntes munka ösztönzésével is növelhetik.



Végezetül az elfogadók kihasználják digitális és papírmentes stratégiákat a zöldebb gazdaságra való átállás érdekében. Például az újonnan megjelenő SoftPOS terminálmegoldás lehetővé teszi a kereskedők számára, hogy közvetlenül a telefonkészülékükön fogadják el a kártyás fizetéseket, így csökkentve a POS-terminálok szükségességét.

A terminálszolgáltatók az egész értékláncukban, beleértve a terminálgyártást, a logisztikát és a hulladékgazdálkodást is, további környezeti felelősséggel tartoznak. Az elfogadók számára természetes lépés a fenntarthatóbb működés felé, ha a terminálokat újrahasznosított műanyagból gyártják és forgalmazzák, és újrahasznosított csomagolóanyagokat használnak a forgalmazáshoz, valamint előnyben részesítik a telefonos fizetés elfogadási megoldásokat, például a SoftPOS-t. A POS-eszközök átfogó újrahasznosítási és felújítási programjának kidolgozása kulcsfontosságú a környezeti hatásuk mérséklése és a fenntarthatóbb életciklus-menedzsment megközelítésének előmozdítása érdekében. A terminálok életciklusának kibővítése szintén kulcsfontosságú. Végezetül az üzleti ügyfeleknek szóló oktatási erőfeszítések és ösztönzők segíthetnek abban, hogy a kereskedők a szolgáltatók terminálcse-re-ajánlásainak betartásával csökkentsék a pazarlást.

Sok más országhoz hasonlóan Magyarországon is törvényileg kötelező a papíralapú nyugta (Nemzeti Adó- és Vámhivatal, 2023). Így a technológiai fejlődés ellenére a tranzakciók még mindig nyomtatott nyugtákat eredményeznek, ami hozzájárul a papírhulladékhoz és a környezeti terhek növekedéséhez. A papírfogyasztás csökkentésének egyik módja a digitális nyugták népszerűsítése lenne – ez a megoldás a végfelhasználók körében nagy népszerűségnek örvend.

Fogyasztói kutatásunk szerint 10 válaszadóból több mint négy nem szokta elvenni a papíralapú nyugtát bankkártyás vagy hitelkártyás vásárlás után, míg 10-ből majdnem kilenc (86%) azt mondja, hogy hajlandó lenne a nyugtát mobil banki értesítéssel helyettesíteni (Mastercard és Impetus Research, 2024).

Ezek az eredmények hasonlóak a 2023-as fogyasztói kutatásunkhoz, ahol azt tártuk fel, hogy minden ötödik válaszadó soha nem vett el blokkot a kártyás vásárlás után, míg a fogyasztók közel fele jellemzően kért blokkot. Továbbá, még azok közül az ügyfelek közül is, akik általában elvették a nyomtatott nyugtát, 10-ből majdnem kilenc azt állította, hogy egy digitális nyugta elegendő lett volna. Az ideai kutatás abban is hasonlít a 2023-ashoz, hogy a havi jövedelemszint és az újszerű megoldások (pl. digitális nyugta) iránti nyitottság között szoros összefüggés mutatkozik: minél magasabb a jövedelem, annál nagyobb a hajlandóság a modern technológiákhoz való alkalmazkodásra. Hasonló összefüggés mutatkozik az iskolai végzettség és a digitális nyugták iránti nyitottság között is.

A digitális nyugták megítélése a papírmentes és digitális fizetési megoldásokkal kapcsolatos fogyasztói szemléletváltást jelzi, de az új digitális alternatívákkal kapcsolatos oktatásra még mindig szükség van. Az elfogadó bankok oktatási programokat és marketingkampányokat indíthatnának annak érdekében, hogy a kereskedők megértsék és elfogadják a fenntarthatóbb hozzáállást és viselkedést.

Összefoglalva, az elfogadói ágazatban óriási lehetőségek rejlenek a fenntartható gyakorlatok előmozdítására, ha az elfogadói tevékenység teljes értékláncában átértékeli a műveleteket, és arra ösztönzi a kereskedőket, hogy újszerű megoldásokat fogadjanak el, valamint felhívja a fogyasztók figyelmét a fenntartható megoldásokra.

A jövőben az elfogadók három módon fejleszthetnék tovább fenntarthatósággal kapcsolatos tevékenységüket, amelyek elősegítenék a magyar gazdaság zöld átállását:

- Az üzleti tevékenységekkel kapcsolatos szempontok javításával (pl. elkötelezettség a nettó zéró működés mellett, a KPI-k jobb nyomon követése, zöld energiafelhasználás az összes üzleti tevékenységben stb.)
- Az ügyfelek (mind a vállalkozások, mind az egyéni fogyasztók) oktatásának javításával a nagyobb kereslet megteremtése, valamint a digitális és papírmentes megoldások (pl. SoftPOS, digitális nyugták stb.) további elfogadása érdekében.
- A terminállal kapcsolatos tevékenységek fejlesztésével (pl. a terminál életciklusának meghosszabbításával, a terminál szállítási és hulladékkezelési gyakorlatának javításával stb.)



Fenntarthatósági kitekintés

A TÁRSADALMI FENNTARTHATÓSÁG ÁTTEKINTÉSE

Az ENSZ a társadalmi fenntarthatóságot úgy határozza meg, mint egy olyan méltányos, befogadó és összetartó társadalom kialakulását, amelyben minden egyén hozzáfér az alapvető szolgáltatásokhoz, az emberi jogokhoz és a társadalmi igazságossághoz, mindenki számára biztosítva a lehetőségeik kiteljesedését (United Nations, 2024).

Bár ez a tanulmány elsősorban a környezeti fenntarthatóságra összpontosít, ez a téma csak egy része az ESG (környezeti, társadalmi, irányítási) keretrendszernek, ami a fenntarthatóság összetettségére utal. Az ENSZ 17 fenntartható fejlődési célja (ENSZ, 2024) megerősíti a társadalmi fenntarthatóság fontosságát, mivel ezek a célok olyan elemeket tartalmaznak, mint a szegénység megszüntetése, az éhezés megszüntetése, a minőségi oktatás, a nemek közötti egyenlőség, a tisztességes munka és a gazdasági növekedés, valamint az egyenlőtlenségek csökkentése. A társadalmi kihívások világszerte egyre sürgetőbbé válnak. A COVID-19 világjárvány, a folyamatos polgári zavargások és a globális gazdasági visszaesés veszélye megmutatta, hogy a növekvő egyenlőtlenségek milyen sürgető kockázatot jelentenek (BCG, 2022).

Egyre nyilvánvalóbbá válik, hogy a környezeti és társadalmi kérdések mélyen összefüggnek egymással. Az éghajlatváltozás súlyosbítja a globális egyenlőtlenségeket, és méltányos energetikai átállás nélkül csökken az esélye annak, hogy jelentős éghajlatvédelmi intézkedéseket valósíthassunk meg.

A társadalmi banki tevékenység fő célja, hogy hozzájáruljon az emberek és a bolygó fejlődéséhez ma és a jövőben egyaránt (ISB, 2021). A társadalmi banki tevékenység mellett a pénzügyi szektor is létfontosságú szerepet játszik a fenntarthatóságra való törekvésben, hozzájárulva a kereskedelmi projektek finanszírozásával, valamint a fogyasztók és a vállalkozások számára fenntartható termékekkel. A társadalmi banki

rendek egyre inkább a pénzügyi befogadás előmozdítására és a közösségi fejlődés támogatására összpontosítanak. A statisztikák azt mutatják, hogy Közép- és Kelet-Európában minden ötödik embert érint a szegénység, ami 14 millió embert jelent. Ez azt eredményezi, hogy a pénzügyi szolgáltatásokhoz való hozzáférés korlátozott vagy egyáltalán nem férnek hozzá, és gyakran olyan súlyos társadalmi kihívásokkal jár együtt, mint a munkanélküliség, a nem megfelelő idősgondozás és a megfizethető lakhatás hiánya (Erste Group, 2024).

A bankok kezdeményezéseket hajtanak végre annak érdekében, hogy a banki szolgáltatásokhoz való hozzáférést biztosítsák az alulellátott lakossági csoportok számára, beleértve az alacsony jövedelmű magán-személyeket, a kisvállalkozásokat és más szervezeteket és alapítványokat. Ezek az erőfeszítések magukban foglalják a mikrofinanszírozási termékek (pénzügyi szolgáltatások olyan alacsony jövedelmű egyének vagy csoportok számára, akik hagyományosan nem férnek hozzá a banki szolgáltatásokhoz (CFI, 2024)) megfizethető hitelek és pénzügyi műveltségi programok nyújtását a közösségek gazdasági megerősítése érdekében. A bankok emellett adományok, humanitárius segélyek, startupok finanszírozása, valamint a pénzügyi szolgáltatások terén az innováció és a növekedés elősegítésével támogatják a társadalmi és környezeti fenntarthatóságot. A bankok emellett olyan szabályozásokat fogadnak el, amelyek a nemek közötti egyenlőséget segítik elő a munkaerőn belül,

felismerve a sokféle perspektíva értékét az innováció és a növekedés ösztönzésében (MAPFRE, 2023).

A magyar bankok már jó ideje kiemelten kezelik a társadalmi fenntarthatósági szempontokat, egyenlő hozzáférést biztosítva a társadalmi szervezetek számára a pénzügyi szolgáltatásokhoz, hogy kiterjesszék hatásukat a hátrányos helyzetű emberek kiszolgálására és a közösségfejlesztés előmozdítására. A hagyományos banki szolgáltatásokból gyakran kirekesztett egyének, szervezetek és alapítványok számára nyújtanak pénzügyi szolgáltatásokat és termékeket (például mikrohitelket, pénzügyi oktatást és stratégiai képzést). Ezek az erőfeszítések magukban foglalják a pénzügyi nehézségekkel küzdő emberek lakhatásának és pénzügyi stabilitásának javítását, valamint az induló vállalkozások és mikroállalkozások pénzügyi támogatását, amelyek hozzájárulhatnak a helyi munkahelyteremtéshez és -megőrzéshez.

Magyarországon a társadalmi egyenlőség és a szegénység valamivel fontosabb a fogyasztók számára, mint az éghajlatváltozás kérdése (a válaszadók közel fele aggódik e társadalmi kérdések miatt)). Ezek azonban kevésbé fontosak, mint más, a globális gazdasági kihívások által vezérelt kérdések, például a mindennapi megélhetés biztosítása, az infláció, az egészségügyi ellátás, az egészséges életmód fenntartása és a jövőbeli célok elérése (Mastercard és Impetus Research, 2024).



Bár társadalmi banki gyakorlatok már jó ideje léteznek Magyarországon, ügyfélkutatásunk szerint a válaszadók közel fele nem ismeri ezeket a tevékenységeket, és csak egytizedük gondolja úgy, hogy bankja jelentősen hozzájárul a társadalmi fenntarthatósághoz. A tudatosság ezen hiánya egybecseng a környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos eredményeinkkel.

Kutatásunk alapján az ügyfelek elsősorban azt várják el a bankoktól, hogy nagyobb mértékben vegyenek részt a körforgásos gazdaságban (44%) (pl. használaton kívüli eszközök adományozásával), hogy anyagiilag segítsék az egészségügyi intézményeket, kórházakat és a rászorulókat támogató civil szervezeteket (43%), valamint hogy támogassák a pénzügyi oktatást (33%). Az ügyfelek fontosnak tartják továbbá, hogy a bankok ösztöndíjakat kínáljanak tehetséges vagy rászoruló fiataloknak (32%), nonprofit szervezeteken keresztül társadalmi célokra adományozzanak (31%), valamint részt vegyenek élelmiszerosztási akciókban vagy anyagilag támogassák azokat (26%).

A fogyasztói kutatás azt is kimutatta, hogy a válaszadók 68%-a adományoz pénzt társadalmi vagy környezetvédelmi ügyek támogatására. Ugyanakkor csak egyötödük adományoz gyakran, legalább havonta egyszer, ami arra utal, hogy az adományozás gyakoriságát lehetne növelni. A válaszadók egyötöde fejezte ki hajlandóságát arra, hogy rendszeresen (legalább évente) önkéntes tevékenységet végezzen.

Az adatok azt mutatják, hogy bár a magyar lakosság körében továbbra is erős a vágy a személyes és közvetlen közösségi szerepvállalásra, az emberek inkább hajlandóak pénzt adományozni, mint szabadidejükben önkénteskedni. A válaszokat közelebbről megvizsgálva egyértelmű összefüggés mutatkozik az életkor és az önkéntes munkára való hajlandóság között. A fiatalabbak (18-29 évesek) jelentős hajlandóságot mutattak a rendszeres önkéntes tevékenységre, heti rendszerességgel (29%), míg az idősebbeknek (60-69 évesek) csak 13%-a vállalna hasonló gyakorisággal önkénteskedést. Az iskolai végzettség és a háztartások nettó jövedelmének növekedésével nő az adományozás valószínűsége, míg a fenntarthatóság iránt érzékenyebb emberek nagyobb valószínűséggel adakoznak jótékony célokra.

A felmérésből az is kiderült, hogy a válaszadók 25%-a jelentkezne önkéntesnek faültetésre, 23%-a pedig szeméthyűjtésre és beteg vagy rászor-



ülő emberek megsegítésére, így ezek a leggyakrabban választott célok. Az adományozási szokásokat vizsgálva a válaszadók közel egyötöde legalább havonta adományoz jótékony célokra, míg további 40% legalább kétfévente. Ezért a pénzügyi intézetek tovább ösztönözhetnék az embereket arra, hogy gyakrabban adakozzanak társadalmi vagy környezetvédelmi célokra. A leggyakrabban támogatott ügy a beteg emberek megsegítése, amelyet 10-ből majdnem négy válaszadó választott, ezt pedig szorosan követi az állatok megsegítése (a fogyasztók egyharmada). A felmérés azt is jelzi, hogy a fogyasztók a digitális adományozást (pl. banki átutalás, sms stb.) részesítik előnyben a készpénzalapú adományozással szemben, ami lehetőséget teremt a bankok és a nem kormányzati szervezetek számára a kártyalapú adományozás ösztönzésére.

A társadalmi fenntarthatóság már most is fontos a magyar bankok számára, és a fent említett kezdeményezések (pl. mikrohitel, pénzügyi oktatás, önkéntesség stb.) a bankok társadalmi fenntarthatóság iránti erős elkötelezettségét tükrözik, amelynek célja egy igazságosabb és befogadóbb gazdaság megteremtése Magyarországon. Emellett egyre nagyobb hangsúlyt kap a nemek közötti egyenlőség a munkaerőn és a vezetésen belül, biztosítva a sokszínű perspektívákat és elősegítve az inkluzív növekedést. A környezeti fenntarthatósághoz hasonlóan a társadalmi fenntarthatóság terén is tovább lehetne fokozni a fogyasztói tudatosságot az adományozás és az önkéntesség ösztönzésével. Összességében a magyar bankok jelentős erőfeszítéseket tettek a társadalmi fenntarthatóság érdekében, és a felelős gyakorlatokat beépít-

tették alapvető tevékenységeikbe és közösségi szerepvállalásaikba. Tevékenységeik és intézkedéseik középpontjában a társadalmi szervezetek hatásfokozásának támogatása áll, valamint az induló vállalkozások és mikroállalkozások támogatása a munkahelyteremtés és -megőrzés érdekében, a pénzügyi befogadás és az oktatás előmozdítása, illetve a társadalmi egyenlőtlenségek kezelése (többek között) különböző kezdeményezések és partnerségek révén.

A társadalmi banki tevékenység jelentősége az elkövetkező években tovább fog nőni, mivel a globális felmelegedés jelentős hatással van az olyan társadalmi kérdésekre, mint a gazdasági egyenlőtlenségek (IMF, 2021), és a pénzügyi intézetek egyedülálló módon képesek felerősíteni pozitív társadalmi hatásukat.

Arra számítunk, hogy a bankok folytatni fogják útjukat a társadalmi fenntarthatóság terén, mivel ezek a tevékenységek új szegmensekhez való hozzáféréssel (pl. mikroállalkozások elérése) és a tehetségek vonzásának és megtartásának fokozásával értéket teremthetnek a bankok számára (BCG, 2022).

Emellett a fogyasztók társadalmi fenntarthatósággal kapcsolatos tudatosságának növelése kulcsfontosságú az adományozás és az önkéntes tevékenységek növelésében, ezáltal fokozva a bankok társadalmi hatását.



SZABÁLYOZÁSOK ÁTTEKINTÉSE

Jelenleg a klímasemleges banki tevékenység Magyarországon és az Európai Unióban továbbra is önkéntes, nincs rá kötelező érvényű jogszabály (Green Policy Center, 2023). Az éghajlattal kapcsolatos szabályozások azonban az egész gazdaságra, így közvetve a bankszektorra is vonatkoznak.

Már most is számos fenntarthatósággal kapcsolatos szabályozás létezik, és ezek várhatóan szigorodni fognak, amelynek következtében a pénzügyi intézményeknek részletes nyilvánosságra hozatali követelményeket kell betartaniuk. Ez azt jelzi, hogy a vállalati szektor valamennyi szereplőjének proaktívan részt kell vennie az éghajlatváltozás mérséklésében.

Az európai klímarendelet és az európai zöld megállapodás központi szerepet játszik az EU azon stratégiájában, hogy 2050-re az első klímasemleges régióvá váljon. A 2020-ban induló európai zöld megállapodás meghatározza az EU tiszta, erőforrás-hatékony és versenyképes gazdasággá való átalakításának kereteit, amely összhangban van a párizsi egyezmény célkitűzéseivel. A 2021. évi európai klímarendelet megszilárdította az EU elkötelezettségét a 2050-ig történő klímasemlegesség mellett, beleértve a 2030-ig az 1990-es szinthez képest 55%-os kibocsátáscsökkentési célt, valamint a 2040-re kitűzött további 90%-os csökkentési célt (Európai Bizottság, 2024c).

Az uniós taxonómia az európai zöld megállapodás céljainak elérésére irányuló uniós terv kulcsfontosságú részét képezi. Ez az osztályozási rendszer segít olyan gazdasági tevékenységek felé irányítani a beruházásokat, amelyek támogatják a fenntartható gazdaságra való átállást, például a nettó zéró kibocsátás elérését 2050-ig. A 2020 júliusa óta hatályos taxonómia meghatározza, hogy mely tevékenységek minősülnek környezeti szempontból fenntarthatónak, közös nyelvet biztosítva mind a pénzügyi, mind a nem pénzügyi vállalatok számára (Európai Bizottság, 2024d). A taxonómia hat zöld célkitűzést tartalmaz: az éghajlatváltozás mérséklése, az éghajlatváltozáshoz való alkalmazkodás, a víz- és tengeri erőforrások fenntartható használata és védelme, a körforgásos gazdaságra való áttérés, a környezetszennyezés megelőzése és csökkentése, valamint a biológiai sokféleség és az ökoszisztémák védelme és helyreállítása (Doyle, 2021).

Az EU Bizottsága a 2050-es nettó zéróra vonatkozó célkitűzésen alapuló kritériumokat állapított meg, hogy segítse a bankokat a Párizsi Megállapodásban meghatározott célok elérésében. Jelenleg csak a mérési és az alkalmazkodási kritériumok állnak rendelkezésre, a többi pedig folyamatban van (Green Policy Center, 2023). Az összehangolt tevékenységek azok, amelyek legalább egy környezetvédelmi célkitűzéshez jelentősen hozzájárulnak, ugyanakkor megfelelnek az emberi jogi és munkaügyi minimumszabályoknak, valamint a DNSH (Do No Significant Harm) kritériumoknak, amelyek biztosítják, hogy az egy célhoz vagy projekthez kapcsolódó tevékenységek ne károsítsanak másokat (pl. egy napenergia-projekthez kapcsolódó tevékenységek nem károsíthatják az ökoszisztémát) (Celsia, 2022).

A 2014-ben bevezetett nem pénzügyi jelentéstételi irányelv (NFRD) előírta, hogy az 500 főnél több alkalmazottat foglalkoztató nagyvállalatoknak a pénzügyi jelentéseik mellett nem pénzügyi információkat is közzé kell tenniük. Ezek a nem pénzügyi információk olyan szempontokra terjedtek ki, mint a környezeti hatás, a társadalmi felelősségvállalás, a munkavállalókkal kapcsolatos kérdések, az emberi jogok és a korrupcióellenes erőfeszítések (Európai Unió, 2021).

A 2023. január 5-én hatályba lépett vállalati fenntarthatósági jelentéstételi irányelv (CSRD) korszerűsíti és kiterjeszti a nem pénzügyi beszámolóiról szóló irányelv (NFRD) hatályát. A rendelet közel 50 000 nagyvállalatra vonatkozik majd (olyan uniós vállalatok, amelyek az alábbiak közül legalább kettőnek megfelelnek: 50 millió eurónál nagyobb nettó árbevétel, 25 millió eurónál nagyobb eszközállomány vagy 250-nél több alkalmazott, illetve 150 millió eurónál nagyobb uniós árbevétel eléréssel rendelkező nem uniós vállalatok) és a tőzsdén jegyzett vállalatok (kivéve a tőzsdén jegyzett mikrovállalkozásokat) az EU-ban, amelyeknek jelentést kell majd tenniük az éghajlatra és a környezetre gyakorolt hatásokról (Schmidt, Farbstein, 2024). Ezek a vállalatok mostantól kötelesek a társadalmi és környezeti kockázatokkal kapcsolatos információkat közzétenni. Az első vállalatoknak 2025-ben kell majd jelentéseket közzétenniük a 2024-es pénzügyi évről szólóan (Európai Bizottság, 2024e). A PwC globális CSRD-felmérése szerint, bár a vállalatok 63%-a optimista a vállalati fenntarthatósági jelentésről szóló uniós irányelv (CSRD) követelményeinek való megfelelésre való felkészültségét illetően, sokan még mindig küzdenek a végrehajtás összetettségével. A felmérésből az is kiderül, hogy az EU-n kívüli székhelyű vállalatok 79%-a és az EU-n belüli vállalatok 74%-a úgy véli, hogy a CSRD a fenntarthatóság nagyobb mértékű figyelembevételét fogja eredményezni a döntéshozatalban (PwC, 2024).



A CSRD hatálya alá tartozó vállalatoknak a 2023-ban elfogadott európai fenntarthatósági jelentéstételi szabványok (ESRS) szerint kell jelentést tenniük (Európai Bizottság, 2024e). E szabványok célja, hogy támogassák az EU fenntartható gazdaságra való áttérését azáltal, hogy átfogó iránymutatásokat adnak a környezeti, társadalmi és irányítási kérdésekre, többek között az éghajlatváltozásra, a biológiai sokféleségre és az emberi jogokra vonatkozóan. Az ESRS célja, hogy egyensúlyt teremtsen a vállalatokra háruló jelentéstételi terhek és az EU zöld megállapodásának programja felé tett erőfeszítések bizonyításának szükségessége között, megkönnyítve ezzel a fenntartható finanszírozáshoz való hozzáférést. Ezek biztosítják a Nemzetközi Fenntarthatósági Szabványok Testülete (International Sustainability Standards Board, ISSB) és a Globális Jelentéstételi Kezdeményezés (GRI) globális szabványaival való nagyfokú átjárhatóságot a felesleges jelentéstétel elkerülése érdekében. E jelentéstételi követelmények végrehajtása a vállalatok méretétől és jellegétől függően fokozatosan történik majd (Európai Bizottság, 2024f).

Az Európai Bizottság 2022 februárjában elfogadott és 2024 májusában jóváhagyott, a vállalati fenntarthatósági átvilágításról szóló irányelvének (CSDDD) célja a felelős vállalati magatartás előmozdítása, valamint a globális értékláncokban az emberi jogok és a környezet káros hatásainak kezelése. Az irányelv megköveteli a nagyvállalatoktól, hogy az emberi jogokra és a környezeti hatásokra összpontosítva kellő gondossággal járjanak el, és fogadjanak el éghajlatváltozást mérséklő terveket.

A rendelet az uniós és nem uniós nagyvállalatokra vonatkozik (a több mint 1000 alkalmazottal és 450 millió eurót meghaladó árbevétellel rendelkezőkre, és kiterjed a termeléstől a szolgáltatásnyújtáson át a forgalmazásig, szállításig és raktározásig terjedő tevékenységekre (Európai Tanács, 2024)), a mikrovállalkozások és a KKV-k kivételével, az ő terheik minimalizálását célzó intézkedésekkel (Európai Bizottság, 2024g).

A pénzügyintézeteknek csak a saját tevékenységük és az upstream ellátási láncok (a számukra árukat és szolgáltatásokat nyújtó beszállítóik és partnereik tevékenységei) tekintetében kell megfelelniük a CSDDD-nek. A pénzügyi intézmények mentesülnek a CSDDD szerinti downstream átvilágítási kötelezettségek alól, amelyek a befektetési és hitelezési gyakorlatukra vonatkozó követelményeket is magukban foglalják. A beszállítókkal és partnerekkel kapcsolatos upstream tevékenységeikről azonban

továbbra is be kell számolniuk. A kritikusok szerint ez a kizárás figyelmen kívül hagyja a pénzügyi intézmények szerepét az értékláncok károsodásának megelőzésében. A pénzügyi szektor downstream tevékenységeinek (például a befektetési vagy hitelezési gyakorlat) bevonásának lehetősége felülvizsgálat alatt áll, de bizonytalan, hogy ez az értékelés mikor veszi kezdetét (Fred-Horsfall, 2024).

A pénzügyi intézményekre vonatkozó szabályozási környezet az átláthatóságot és a fenntarthatóságot célzó kulcsfontosságú szabályokat tartalmaz. A 2021 márciusától hatályos uniós fenntartható pénzügyi közzétételi rendelet (SFDR) biztosítja az átláthatóságot az olyan pénzügyi termékek esetében, mint a portfóliókezelési szolgáltatások, az alternatív befektetési alapok és a nyugdíjak. A 2023-tól alkalmazandó 2. szintű iránymutatások tovább osztályozzák a termékeket a zöldre festés megelőzése érdekében (Vasseur et al., 2023). Az Európai Bankhatóság (EBA) az átláthatóság fokozása érdekében bevezette a 3. pillért, amely előírja a bankok számára az ESG kockázatkezelési és éghajlatváltozási stratégiák nyilvánosságra hozatalát (EBA, 2022). A 2023 novemberében közzétett európai zöldkötvény-szabványrendelet egyértelmű iránymutatásokat ad a zöldkötvényekre vonatkozóan, támogatva azok szerepét az alacsony szén-dioxid-kibocsátású gazdaságra való átállás finanszírozásában és elősegítve az átláthatóságot (Európai Bizottság, 2024h). Magyarországon a Magyar Nemzeti Bank (MNB) 2021-ben zöld mandátumot kapott, ezáltal jelentős lépést tett a bank alapító okiratában célkitűzésként rögzített környezeti fenntarthatóság előmozdítása felé. Ezt követően, 2022-ben az MNB közzétette a Zöld Ajánlását, hogy segítse a bankokat a közelgő szabályozási változásokra való felkészülésben. Ezek az ajánlások, bár nem helyettesítik a felügyeleti eszközöket, útmutatást nyújtanak az éghajlattal kapcsolatos kockázatok kezeléséhez (MNB, 2021, 2022a). Az MNB azt is felvázolja, hogy a pénzügyi intézményeknek 2022 szeptemberétől kezdődően fokozatosan kell megfelelniük a meghatározott szabályozási elvárásoknak, majd ezt követően 2023 júliusában és 2025 januárjában kell teljesíteniük a határidőket (MNB, 2022b).

A Magyar Nemzeti Bank 2020 óta Zöld Tőkekövetelmény-kedvezményt biztosít a háztartási, vállalati és önkormányzati kitétségekkel azzal a

céllal, hogy elősegítse a környezetileg fenntartható (zöld) iparágak és ügyfelek felé történő elmozdulást. Ez a kezdeményezés a banki mérlegek környezeti fenntarthatóságának javítására törekszik azáltal, hogy növeli a zöld iparágakkal és ügyfelekkel szembeni kitétségek arányát a „barna” iparágakhoz képest, amelyek szigorúbb környezetvédelmi szabályozásokkal szembesülnek és magasabb hosszú távú kockázatot jelentenek (MNB, 2023a). A klímasemleges finanszírozás létrehozására leginkább alkalmas befektetési projektek az EU taxonómiai meghatározásaihoz igazodva 7%-os kedvezményt kapnak (ha a beruházás elsődlegesen a klímasemlegességre irányul), vagy ha a klímakötvény kezdeményezés taxonómiáján alapulnak (Green Policy Center, 2023).

A magyar ESG-törvény 2023-ban lépett hatályba, és előírja a vállalatok számára a fenntarthatósági kockázatok azonosítását és kezelését, igazodva az olyan uniós szabályozásokhoz, mint a taxonómia és a CSRD. 2024-től a nagyvállalatokra (500 főnél több alkalmazottat foglalkoztató, 10 milliárd forintot meghaladó mérlegfőösszegű és 20 milliárd forintot meghaladó árbevételű vállalatokra, a 2025-ös pénzügyi évre pedig a 250 főnél több alkalmazottat foglalkoztató, 10 milliárd forintot meghaladó mérlegfőösszegű és 20 milliárd forintot meghaladó árbevételű vállalatokra) vonatkozik, 2026-tól pedig a közép- és kisvállalkozásokra is kiterjesztik. A vállalatoknak kockázatértékelést kell végezniük, ESG-stratégiákat kell kidolgozniuk, és évente jelentést kell készíteniük, a jelentéseket pedig auditálniuk kell, valamint a pénzügyi év végét követő hat hónapon belül közzé kell tenniük azokat. A Szabályozott Tevékenységek Felügyeleti Hatósága 2026-tól felügyeli a szabályoknak való megfelelést, nyilvántartást vezet és bírságokat szab ki (Pauza, 2023).

Összefoglalva, míg a klímasemleges banki tevékenység jelenleg nagyrészt önkéntes, a globális, európai és magyar szabályozás egyre szigorúbbá válik, és a fenntarthatósági szempontoknak a vállalatok és pénzügyintézetek működésébe történő integrálása felé halad. Az éghajlatváltozással kapcsolatos szabályozási keretek, a központi bankok zöld ajánlásai és az uniós iránymutatások megteremtik a bankok zöld átállásának alapjait, mivel a gondolkodásmód az önkéntességről a kötelező érvény felé mozdul el.

FENNTARTHATÓSÁGGAL KAPCSOLATOS KIHÍVÁSOK

A pénzügyi szektor a fenntarthatóság tekintetében számos kihívással néz szembe. Több tanulmány és a főbb magyar kibocsátó bankokkal készített interjúk alapján három kulcsfontosságú kérdést azonosítottunk, amelyek a téma komplexitását hangsúlyozzák, valamint megnehezítik a fenntartható gyakorlatok beépítését a banki műveletekbe és szabályozásokba: az oktatás, az adatok elérhetősége és a hozzáállás.

Oktatás

Az oktatáson belül három részkihívást azonosítottunk: belső oktatási kezdeményezések a banki alkalmazottak számára, fogyasztói oktatás magán-személyek számára, és vállalati ügyfélképzés cégek számára.

Belső oktatás: A pénzügyi szektornek lehetősége van arra, hogy segítsen a dolgozóknak jobban megérteni a fenntarthatóság alapelveit és a banki működésre gyakorolt előnyeit. A fenntartható pénzügyekre összpontosító képzési és oktatási programok elengedhetetlenek a szakadék áthidalásához, lehetővé téve a banki alkalmazottak számára, hogy a fenntarthatósági célokkal összhangban álló, megalapozott döntéseket hozzanak (Morgan Stanley, 2024). Kiemelkedő példa erre a BBVA, amely átfogó képzési programot dolgozott ki, hogy minden dolgozót felvérteszen a fenntarthatósági kihívások kezeléséhez szükséges alapvető ismeretekkel. A program a bank képzési központjában (Campus BBVA) érhető el, és játékosított tapasztalatszerzési lehetőségeket, valamint alap- és haladó tanfolyamokat tartalmaz (pl. fenntartható finanszírozás, dekarbonizáció stb. témában). Ez a kezdeményezés kulcsfontosságú, mert képessé teszi a munkavállalókat a fenntartható gyakorlatok alkalmazására, és ezzel hozzájárul a bank globális fenntarthatósági céljaihoz (BBVA, 2022).

Fogyasztói oktatás: Az olyan piacokon, mint Magyarország, a bankok azzal a kihívással szembesülnek, hogy az ügyfelek és a vállalkozások nem rendelkeznek fenntarthatósággal kapcsolatos ismeretekkel. Míg a magyar lakosság több mint fele (56%) ismeri a fenntarthatóság fogalmát, addig 5% nem hallotta még a kifejezést, és tizből nagyjából négyen ismerik a fogalmat, de nem ismerik a pontos jelentését. Emellett a magyarok 60%-a számolt be arról, hogy mindennapi életében beszélget a fenntarthatóságról a családjával és a barátaival (gyakran vagy néha), 12%-uk pedig gyakran beszél erről





a témáról. Ez a bankokra és más szereplőkre (pl. kormány, vállalatok, nem kormányzati szervezetek stb.) hárítja a felelősséget, hogy tájékoztassák az ügyfeleket a zöld termékekről és azok személyes és környezeti előnyeiről. A Mastercard fogyasztói felmérése alapján a fogyasztók közel 40%-a úgy véli, hogy a pénzügyi intézeteknek létfontosságú szerepük van a nyilvánosság fenntarthatósággal kapcsolatos oktatásában (Mastercard és Impetus Research, 2024).

Vállalati oktatás: Míg a nagyvállalatok (4 milliárd forint feletti éves árbevétel) a K&H Bank fenntarthatósági indexe szerint prioritásként kezelik a fenntarthatóságot, addig a kisebb vállalkozások lemaradásban vannak a fenntarthatósággal kapcsolatos gyakorlatok és kezdeményezések terén. A pozitív hozzáállás ellenére sok vezető számára kihívást jelent az új szabályozásoknak való megfelelés. A bankok – pénzügyi tanácsadói pozíciójukból adódóan – döntő szerepet játszhatnak a vállalkozások fenntarthatósággal kapcsolatos oktatásában. A bankok személyre szabott pénzügyi termékek, ösztönzők és oktatási források nyújtásával segíthetnek a kisebb vállalatoknak abban, hogy eligazodjanak a szabályozások összetett világában és hatékonyan alkalmazzanak fenntartható gyakorlatokat (K&H Bank, 2024b).

Az adatok elérhetősége

Az ESG-jelentésben bekövetkezett javulás ellenére továbbra is kihívást jelent a megbízható és összehasonlítható fenntarthatósági adatok biztosítása. A gyorsan változó szabályozások és a jelentéstételi szabványok széles skálája megnehezíti az egyértelmű tájékoztatásra irányuló erőfeszítéseket. A vállalatoknak nehézséget okoz a mérőszámok kiválasztása, a szubjektív ESG-tényezők értékelése és a fenntarthatóságnak a pénzügyi jelentésekbe való integrálása. Ezen akadályok leküzdése innovatív stratégiákat és együttműködést igényel az átláthatóság és az érdekelt felek bizalmának növelése érdekében (Novisto, 2023). A K&H Bank fenntarthatósági indexe szerint a vállalatok kevesebb mint egytizede méri a szén-dioxid-kibocsátást, míg további 7% tervezi annak mérését a jövőben. 2024-ben a vállalatoknak mindössze egynegyede vezetett be környezetközpontú irányítási rendszert, és csak a cégek egyharmada tervezi, hogy a jövőben bevezet ilyen rendszert (K&H Bank, 2024b). A PwC globális CSRD-felmérése alapján a részt vevő vállalatok az adatok elérhetőségét és minőségét (59%) emelték ki, mint a CSRD-követelményeknek való megfeleléssel kapcsolatos legnagyobb aggodalmukat. A 2025-ös pénzügyi évben beszámolási kötelezettséggel rendelkező vállalatoknak csak egyötöde erősítette meg a közzétételhez szükséges adatok rendelkezésre állását és teljességét (PwC, 2024).

A bankok alapvető kihívás előtt állnak: meg kell határozniuk, hogy mi számít „zöld” kezdeményezésnek, hogy képesek legyenek egy jól működő és pontos kockázatkezelési keretrendszer létrehozni, és fenntartható átmenetet biztosítani finanszírozásukban. Bár léteznek olyan osztályozási rendszerek, mint például az EU taxonómiája, amelyek útmutatást nyújtanak, Magyarországon nincs általános szabvány annak meghatározására, hogy mitől lesz egy projekt, termék vagy gyakorlat környezeti szempontból fenntartható. A CSRD-rendelet a bankokat is segíti azáltal, hogy szabványosított kereteket és követelményeket biztosít, javítva az adatok elérhetőségét és minőségét. A bankok azonban nehezen tudják meghatározni és szabványosítani az általuk finanszírozott zöld termékeket és projekteket, ami következetlen megközelítésekhez és a zöldrefestés lehetséges vádjaihoz vezet. Minden zöldként forgalmazott terméknek vagy szolgáltatásnak valóban fenntarthatónak kell lennie, és a nyilvánosságnak is annak kell tekintenie azt, hogy az ilyen vádak ne okozzanak jelentős reputációs károkat. Ehhez szigorú értékelési és ellenőrzési folyamatokra van szükség, amelyek biztosítják, hogy a zöld termékek és projektek valóban fenntarthatóak legyenek. Az olyan tanúsítványok, mint például a lakossági pénzügyi termékek uniós öko címkéje (EU Ecolabel for Retail Financial Products), a pénzügyi termékekre vonatkozó minimális környezeti teljesítményi sztenderdek meghatározásával nyújthatnak segítséget (PwC, 2024).

Sok vállalat – különösen a kisebbek – nem ismeri és nem képes mérni és jelenteni a kibocsátásait (Scope 1-3). A minőségi adatok hiánya jelentős kihívást jelent a bankok számára a fenntarthatósági céljaikkal összhangban lévő, megalapozott hitelezési döntések meghozatalában.

Hozzáállás

A globális gazdasági környezet jelentősen befolyásolja a bankok fenntarthatósági beruházási képességét, mivel a visszaesés, a piaci volatilitás és a versenynyomás miatt a rövid távú nyereségesség elsőbbséget élvezhet a hosszú távú fenntarthatósági célokkal szemben. Ez kihívást jelent, amikor a fenntartható beruházásoknak – mint például a megújuló energia vagy a fenntartható mezőgazdaság – hosszabb a megtérülési ideje, vagy a nyereségességet befolyásoló szabályozási változásokkal kell szembenézniük (Morgan Stanley, 2024). A bankokkal folytatott interjúk során ez a dilemma került előtérbe: a bankoknak gyakran választaniuk kell aközött, hogy vagy magasan jövedelmező, de nem fenntartható projekteket finanszíroznak, vagy elesnek a jelentős nyereségtől, miközben ezek a projektek máshol biztosítják be finanszírozásukat.

A bankoknak egyensúlyt kell teremteniük a rövid távú pénzügyi teljesítmény és a hosszú távú fenntarthatósági célok között. Ehhez stratégiai megközelítésre és gondolkodásmód-váltásra van szükség, hogy a zöld beruházási projektek ösztönzésével rövid távon alacsonyabb hozamot is el lehessen fogadni a jövőbeni előnyökért cserébe. A kormányok csökkenthetik a pénzügyintézetekre nehezedő pénzügyi terheket azáltal, hogy a fenntarthatóbb gazdaságra való átállás elősegítése érdekében többek között kölcsönökkel, támogatásokkal és adókedvezményekkel támogatják a zöld projekteket.

Ami a fogyasztók fenntarthatósággal kapcsolatos hozzáállását illeti, a legtöbb embert elsősorban a mindennapi élet és a kiadások, például a számlák és a jelzálog kifizetése, valamint a belpolitikai és gazdasági kérdések foglalkoztatják. A fenntarthatóság nem szerepel a listájuk első számú prioritásaként. A környezettudatos fogyasztók azonban már most is jelentős szegmenst alkotnak, válaszadóink közel egyötödét teszik ki, és várakozásaink szerint ez az arány növekedni fog. Kutatásunk azt is kimutatta, hogy 10-ből három ügyfél magasabb bankszámláját fizetne egy olyan pénzügyintézetnek, amely termékeivel vagy szolgáltatásaival lépéseket tesz a fenntarthatóság irányába. Bár az előző évhez képest fokozatosan javult az e kezdeményezésekkel és termékekkel kapcsolatos hozzáállás, még mindig jelentős terület áll rendelkezésre a további fejlődésre. Habár a bankok tesznek lépéseket a fenntarthatóbb termékek és szolgáltatások nyújtása felé, az ilyen projektekre szánt költségvetés változó. Egyes válaszadó bankok a fenntarthatósággal kapcsolatos célokra fordított kiadásokat befektetésnek tekintik, és több forrást különítenek el, míg mások inkább költségnek tekintik azokat.

A fenntarthatóságnak a banki tevékenységbe való integrálása számos kihívással jár. A bankoknak el kell igazodniuk a szabályozások összetett világában, meg kell határozniuk és azonosítaniuk kell a zöld befektetéseket, valamint egyéb termékeket és szolgáltatásokat a meglévő keretrendszerek felhasználásával. Továbbá biztosítaniuk kell az adatok minőségét és kezelniük kell a hírnévvel kapcsolatos kockázatokat. A jövedelmezőség és a fenntarthatósági megfontolások egyensúlyban tartása, valamint a lakossági és vállalati ügyfelek oktatása tovább bonyolítja a helyzetet. E kihívások leküzdése a pénzügyi szektor összehangolt erőfeszítéseit és elkötelezettségét igényli, és figyelemre méltó, hogy a magyar bankok máris pozitív változásokat értek el az adatminőség és a fenntarthatósággal kapcsolatos hozzáállás terén a tavalyi jelentésünkhöz képest.

Módszertan

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

Ez a jelentés a magyar kibocsátó bankok környezeti fenntarthatósági szintjét elemzi kvantitatív és kvalitatív megállapításokon keresztül, kitekintve az elfogadó bankokra. 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 Percepció 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 index összesen 61 mutatót tartalmazott. A magyar pénzügyi szektor kilenc bankja került be az indexbe.

Az indexfejlesztési folyamat fontos szakasza volt a mutatók kiválasztása. A fő teljesítménymutatók az adatok elérhetősége és minősége, valamint mérhetőségük, összehasonlíthatóságuk és differenciálhatóságuk alapján lettek hozzáadva.

Végezetül az indexet úgy terveztük és strukturáltuk, hogy megismételhető és a jövőben könnyen bővíthető legyen, például az ESG-keretrendszer további részeinek lefedésével (jelenleg csak a környezeti fenntarthatósági szempontokra összpontosítottunk).

Adatkomponensek

A jelentés elkészítéséhez kétféle adatforrást használtunk fel:

Nyilvános források: Módszertanunk kialakításához és a releváns mutatók kiválasztásához a Magyar Nemzeti Bank (MNB) által kiadott 2023-as Zöld Pénzügyi Jelentés és a 2022-es Zöld ajánlás és fenntarthatósági jelentés szolgált alapul.

Primer kutatás: A felmérés eredményeit arra használtuk, hogy helyettesítsük a hiányos vagy nem elérhető adatpontokat, és kiegészítő betekintést nyújtsunk a kulcsfontosságú megállapításokhoz. Az Impetus Research a fogyasztói percepció felmérés kiválasztott eredményeit szolgáltatta, míg a Mastercard a banki felkészültségi percepció felmérést készítette el és értékelte.

A banki felkészültségi percepció és a fogyasztói percepció pillérei az Impetus Research és a Mastercard által végzett primer kutatások eredményein alapulnak.

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 18 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 1100 fős mintáján végeztük el. Kvóták gondoskodtak arról, hogy a felmérésben mindegyik nagy banktól legalább 100 résztvevő, valamint mindegyik kis banktól legalább 30 résztvevő szerepeljen. A kérdőív elején az ügyfeleknek azonosítaniuk kellett az elsődleges bankjukat, és arra vonatkozóan kellett kitölteniük a kérdőívet.

Hivatkozások

Bacelar, G. (2024): Sustainable Banking Practices in the EU: Shaping the Future of Finance

Barnes, S. (2024): The future of sustainable banking looks bright

BBVA (2022): Report on TCFD

BCG (2022): Banks Can Bet Big on Social Impact

CDP (2024): Who we are

Celsia (2022): Taxonomy Terms Explained: a glossary for the EU taxonomy

CFI (2024): Microfinance

Deloitte (2023): New Deloitte research reveals majority of organizations increased sustainability investments over past year amid global uncertainty

Doyle, D.H. (2021): A Short Guide to the EU's Taxonomy Regulation

EBA (2021): Advice to the Commission on Article 8 Taxonomy Regulation

EBA (2022): Environmental Social and Governance Pillar 3 Disclosures

Erste Group (2024): Social Banking - For financial opportunities and social inclusion

European Commission (2021): EU restrictions on certain single-use plastics

European Commission (2024a):
Net-Zero Industry Act

European Commission (2024h):
The European green bond standard – Supporting the transition

European Commission (2024b):
EU 2050 long-term climate strategy,

European Council (2024): Corporate sustainability due diligence:
Council gives its final approval

European Commission (2024c):
The European Green Deal, Accessible at:

European Parliament (2022): EU ban on the sale of new petrol
and diesel cars from 2035 explained

European Commission (2024d):
EU taxonomy for sustainable activities

European Parliament (2024): Greenwashing:
how EU firms can validate their green claims

European Commission (2024e):
Corporate sustainability reporting

European Science-Media Hub (2022):
Climate anxiety and young people

European Commission (2024f): The Commission adopts
the European Sustainability Reporting Standards

European Union (2021):
Non-financial Reporting Directive

European Commission (2024g):
Corporate sustainability due diligence

Favas, M. (2023): The green transition
will transform the global economic order

Forbes (2022): Consumers Demand Sustainable Products And Shopping Formats

Greenstone (2023): ESG Reporting in South Africa – preparing for regulation

Forbes (2023): France Legally Bans Short-Haul Flights—Environmentalists Want More

GRI (2024): GRI Standards

Fred-Horsfall, A. (2024): The European Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD): what happens now?

IFRS (2022): IFRS® Sustainability Disclosure Standard

Global Alliance of Banking Values (2024): Meet the Global Alliance for Banking on Values

IMF (2021): Linking Climate and Inequality

Greendex (2023): Idén először lehetett érettségizni fenntarthatóságból

ISB (2021): Definition of "Social Banking"

Green Finance & Development Center (2023): Green Finance trends in China (1): China's Green Finance Policy Landscape

K&H Bank (2024a): A Felelős Befektetések kizárási szabályzata

K&H Bank (2024b): K&H: az iparvállalatoknál fókuszba került a fenntarthatóság

Green Policy Center (2023): Klímasemleges banki finanszírozás - Kézikönyv a hitelintézeti portfóliók dekarbonizációjához

KPMG (2022): Great ESG expectations

MAPFRE (2023): The impact of financial institutions on social aspects of sustainability

Mastercard Hungary; Impetus (2024): Sustainability Perception Index Hungary 2024 – Consumer Research

McKinsey & Company (2022):
Banking on a Sustainable Path

MNB (2021): Zöld jegybanki eszköztár-stratégia

MNB (2022a): A Magyar Nemzeti Bank
10/2022. (VIII.2.) számú ajánlása

MNB (2022b): Megújított MNB-ajánlás:
2025-ig minden bank működése váljék zölddé

MNB (2023a): Tájékoztató a zöld vállalati és önkormányzati
tőkekövetelmény-kedvezmény kiegészítéséről

MNB (2023b): Green Finance Report

MNB (2024): Zöld Pénzügyi Jelentés

Morgan Stanley (2024): Companies See Sustainability as Integral to Long-Term Value Creation

National Grid (2023): What are scope 1, 2 and 3 carbon emissions?

National Tax and Customs Administration of Hungary (2023):
A számla, nyugta kibocsátásának alapvető szabályai

Nature (2023): The science is clear: sustainable
development and climate action are inseparable

Novisto (2023): Four challenges of ESG
reporting and key strategies

Pauza, D. (2023): Hatályba lépett az ESG törvény:
a következő években egyre több vállalatot érint

Product Bureau (2024): Retail financial products

Schmidt, A., Farbstein, E. (2024): Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), explained

PwC (2024): A CSRD feladja a leckét a vállalatoknak

Spuerkeess (2024): The ESG journey and how banks can help change the world

Raji, K. (2023): Is Carbon Offset a Form of Greenwashing?,

Stockholm Resilience Centre (2023): Planetary boundaries

SME United (2023): Access to sustainable finance for SMEs - a European survey 2023

Sustainable Brand Index (2024):
Official Report 2024, Sweden

S&P Global (2024a): Addressing the New SEC Climate Disclosure Rule

United Nations (2024): Sustainable Development Goals

S&P Global (2024b): Your Three Minutes In Climate Disclosure: Benefits And Limitations Of The Green Asset Ratio For EU Banks

UNEP Finance Initiative, (2024a):
Principles for Responsible Banking

SASB (2023): SASB® Standards

UNEP Finance Initiative, (2024b):
Net-Zero Banking Alliance

Vasseur, E., Parot, V., Pallu, M. (2023): A look back on the
implementation of level 2 of the EU Sustainable
Finance Disclosure Regulation

UNFCCC (2024): The Paris Agreement

World Economic Forum (2024): Delivering on the European Green
Deal: A Private-Sector Perspective

Definíciók

CSRD

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 kifejezve (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 mérlegelhetik 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.

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 összevont 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.

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.

Definíciók

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 adatközzétételt 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 eszközeiket, a bankokat és a biztosítókat is, és 2021. márciusában lépett hatályba.

SOFTPOS

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

TÁRSADALMI BANKI TEVÉKENYSÉG (SOCIAL BANKING)

A társadalmi banki tevékenység olyan banki és kapcsolódó pénzügyi szolgáltatásokat ír le, amelyek fő célja, hogy hozzájáruljanak az emberek és a bolygó fejlődéséhez ma és a jövőben egyaránt.

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.

ÜVEGHÁZHATÁSÚ GÁZOK (ÜHG) 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.

ZÖLDRE FESTÉS (GREENWASHING)

A zöldre festés az a cselekmény, amikor hamis vagy félrevezető állításokat tesznek egy termék vagy szolgáltatás, gyakorlat stb. környezeti előnyeiről.

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.



mastercard.hu

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 szenvedélyünkkel segítjük a fogyasztókat, pénzügyeteket, 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.

SAJTÓ ÉS MEGKERESÉSEK

aniko.sisa-molnar@mastercard.com
boris.martinovic@mastercard.com

BUDAPESTI IRODA

Paulay Ede utca 55, Budapest, 1061
Magyarország