

EPSI Pankki ja rahoitus, Kestävyyssindeksi 2024

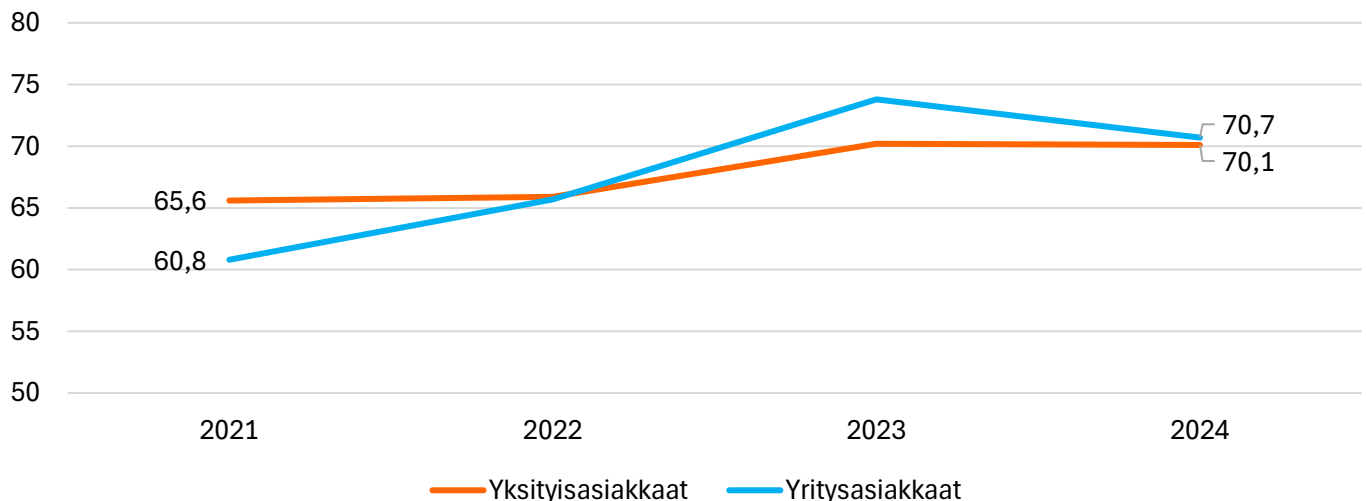
EPSI:n Kestävyyssindeksi julkaistaan nyt neljättä vuotta. Indeksi tuo esiin Suomen pankkialan edistysaskeleita ja haasteita kestävyyden saralla. Se tarjoaa kattavan näkemyksen siitä, miten pankit asiakkaiden mielestä huomioivat vastuullisuustoimet sosiaalisesti, ympäristöllisesti ja taloudellisesti.

Kriisien Keskellä Kestävyys Korostuu – Pankkien Viestinnällä Suuri Rooli

Viime vuosien globaalit kriisit ovat tuoneet kestävyyden yhä vahvemmin esille niin yksilöiden kuin yritystenkin keskuudessa. Ilmastonmuutoksen vaikutukset, yhteiskunnalliset epävakaudet ja taloudelliset haasteet ovat osoittaneet, kuinka tärkeää on kehittää toimintamalleja, jotka ottavat huomioon sekä nykyiset että tulevat sukupolvet. Yritysten tulee nyt enemmän kuin koskaan kiinnittää huomiota kestävään kehitykseen ja viestiä siitä tehokkaasti asiakkailleen.

Tämän vuoden tutkimus korostaa erityisesti tiedottamisen merkitystä. Tutkimus ei ainoastaan mittaa pankkien vastuullisuustoimia koskevia näkemyksiä, vaan tuottaa myös tietoa siitä, miten pankit voivat parantaa viestintäänsä asiakkaiden suuntaan. Tutkimus paljastaa, kuinka asiakkaat arvostavat selkeää ja luotettavaa tietoa pankkien kestävyyspyrkimyksistä. Indeksi yrityksiä ymmärtämään, kuinka tärkeää on panostaa vastuullisuustiedottamiseen ja miten se vaikuttaa asiakastyytyvyyteen ja -uskollisuuteen.

Toimialan graafi vuosittain



Vain 6% Henkilöasiakkaista Kokee Pankkien Kestävyysviestinnän Erittäin Hyväksi

Pankkiala kokonaisuutena on osoittanut kasvavaa sitoutumista kestävyyteen viimeisen kolmen vuoden aikana. Toimialan kestävyysindeksi on noussut henkilöasiakkaiden parissa merkittävästi, alkaen vuoden 2021 indeksipisteistä 65,6 ja saavuttaen vuonna 2024 tason 70,1. Yrityisasiakkaiden parissa indeksi on nyt hieman viime vuotta matalampi, mutta noussut vuoteen 2021 nähden henkilöasiakkaita voimakkaammin. Tämä nousu heijastaa sitä, että vastuullisuus ja kestävä kehitys ovat vakiintuneet keskeisiksi osiksi pankkien toimintastrategioita.

Huolimatta yleisestä kehityksestä, vain 6 % henkilöasiakkaista kokee pankkien viestinnän kestävä kehityksen toimista "erittäin hyväksi" vuonna 2024, mikä on hieman laskenut edellisvuodesta (8 % vuonna 2023). Tämä luku korostaa, että valtaosa asiakkaista ei koe saavansa riittävän selkeää tai vakuuttavaa viestintää pankkien vastuullisuustoimista.

Kysymys kuuluu: mitä pankkien tulisi tehdä parantaakseen viestintäänsä ja vahvistaakseen asiakassuhteita? Entä mitä onnistumisia tai haasteita löydämme alalta?

POP Pankki ja S-Pankki Kestävyyden Kärjessä – Miten Muut Seuraavat Perässä?

POP Pankki: Vahva Kestävyyden Johtaja

POP Pankki on ollut yksi selkeimmistä voittajista kestävyyden saralla. Pankki on sijoittunut johdonmukaisesti korkealle kestävyysindeksissä. Vuonna 2024 POP Pankki saavutti vaikuttavan 80,2 indekspisteen arvosanan, osoittaen jatkuvaa nousua vuodesta 2022 lähtien. Pankki on panostanut merkittävästi vastuullisuustoimiin ja onnistunut myös viestimään niistä tehokkaasti asiakkailleen. POP Pankin menestys kestävyyden saralla korostaa pitkäjänteisen työn merkitystä ja kykyä vastata asiakkaiden odotuksiin.

S-Pankki: Vahva Sitoutuminen Kestävyyteen

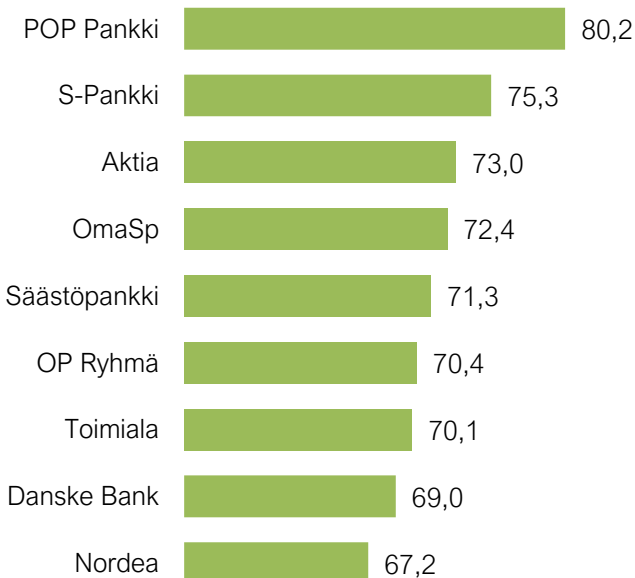
S-Pankki on ollut toinen vahva toimija, joka nousi kestävyysindeksissä huippuunsa vuonna 2023 saavuttaen 80,2 pistettä. Vaikka vuoden 2024 tuloksissa näkyy pieni lasku (75,3), pankki on edelleen yksi alan johtajista kestävyyskysymyksissä. Tämä osoittaa, että S-Pankki on onnistunut rakentamaan vahvan vastuullisuusprofiilin, joka resonoi asiakkaiden keskuudessa. Pankki on selvästi panostanut vastuullisuuteen ja sen viestintään, mikä on vahvistanut sen asemaa kestävyysedistäjänä.

Tulokset - Yksityisasiakkaat

Indeksi 0 -100

EPSI Kestävyydeksi 2024

Yksityisasiakkaat



Aktia: Huomattava Nousu Kestävyydessä

Aktia on tehnyt merkittävän nousun vuoden 2024 tuloksissa, saavuttaen 73,0 indekspisteen arvosanan. Tämä on huomattava parannus vuoden 2022 tulokseen (63,4) verrattuna. Aktian kehitys osoittaa, että pitkäjänteinen työ vastuullisuuden edistämiseksi voi tuottaa näkyviä tuloksia suhteellisen lyhyessäkin ajassa. Pankki on onnistunut vahvistamaan sitoutumistaan kestävyteen ja viestimään siitä asiakkailleen.

Danske Bank: Kehityksen Haasteet

Danske Bank on kohdannut mielenkiintoisen kehityskaaren. Pankki teki merkittävän nousun vuonna 2023, saavuttaen 74,7 indekspistettä, mutta vuoden 2024 tulos (69,0) osoittaa taas laskua. Vaikka pankki on panostanut kestävyteen, sillä on ollut haasteita säilyttää sekä vahvistaa tätä sitoutumista asiakkaiden näkökulmasta. Tulos korostaa kestävyysedistämisen ja viestinnän tärkeyttä asiakkaiden sitoutumisen ylläpitämiseksi.

Nordea: Tasainen ja Positiivinen Kehitys

Nordea on myös mielenkiintoinen tapaus, sillä se on tehnyt tasaista nousua kolmessa vuodessa. Vuodesta 2021 (55,8) vuoteen 2024 (67,2) on tapahtunut selvä parannus, mikä viittaa siihen, että Nordea on onnistunut vahvistamaan kestävä kehityksen toimiaan. Asiakkaiden näkemykset osoittavat, että Nordea tekee pitkäjänteistä työtä kestävyysedistämisen eteen. Tämä nousu osoittaa, että sitoutuminen kestävyteen tuottaa tulosta ajan myötä.

”Pankkini viestittää hyvin tai erittäin hyvin vastuullisuudestaan”

B2C

30%

B2B

49%

!On selvää, että vaikka pankit ovat ottaneet merkittäviä askeleita kestävä kehityksen edistämiseksi, tehokas viestintä näistä toimista on yhtä tärkeää kuin itse toimenpiteet. Asiakkaat haluavat ymmärtää, miten heidän pankkinsa osallistuu kestävyysedistämiseen, ja selkeä viestintä on avain heidän luottamuksensa voittamiseen”, kertoo Heidi Laitinen, EPSI Rating Finlandin maajohtaja.

Pankkien Kestävyysindeksi Yhä Aiempaa Korkeammalla – Viestinnässä Kuitenkin Yhä Parantamisen Varaa

Yrityspuolella pankkien kestävyysindeksi on kasvanut merkittävästi viimeisen neljän vuoden aikana, toimialan kokonaisarvosanan noustessa 60,8 (2021) 70,7:ään (2024). Tämä kehitys heijastaa pankkien lisääntyvää sitoutumista kestävään kehitykseen ja vastuullisuuteen.

POP Pankki säilyttää johtavan asemansa yritysasiakkaiden keskuudessa, saavuttaen 77,8 indeksipistettä vuonna 2024 ja osoittaen kykyä tasapainottaa taloudellinen menestys ja vastuullisuus. **Säästöpankki** on toinen vahva toimija, saaden 74,5 indeksipistettä, ja näyttäytyy vahvana jokaisella osa-alueella.

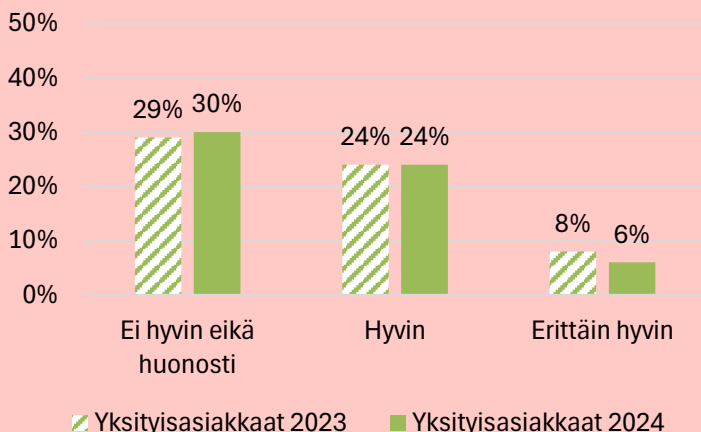
Nordea ja OP Ryhmä ovat molemmat tehneet tasaista nousua ja toimijoista Nordea saavuttanut tänä vuonna korkeat indeksipisteet taloudellisen menestyksen saavuttamisessa ilman haittoja yhteiskunnalle tai ympäristölle. **Danske Bank** on myös parantanut merkittävästi, nouden 70,3 indeksipisteeseen vuonna 2024, mutta saa edelleen heikompia arvioita sekä kestävään kasvuun panostamisessa että pyrkimyksessä taloudelliseen menestykseen ilman, että siitä aiheutuu haittaa yhteiskunnalle tai ympäristölle.

Pankkien tulisi edelleen jatkaa vastuullisuustoimiin panostamista ja erityisesti keskittyä viestinnän parantamiseen yritysasiakkaille, sillä selkeä ja avoin viestintä on avainasemassa asiakassuhteiden vahvistamisessa ja luottamuksen rakentamisessa. "Yritysasiakkaat ovat yhä tietoisempia vastuullisuudesta, ja heidän odotuksensa pankkien kestävyiden suhteen ovat korkealla. On elintärkeää, että pankit eivät ainoastaan toimi vastuullisesti, vaan myös viestivät näistä toimistaan tehokkaasti, jotta voimme rakentaa vahvempia ja luotettavampia suhteita", tiivistää Laitinen.

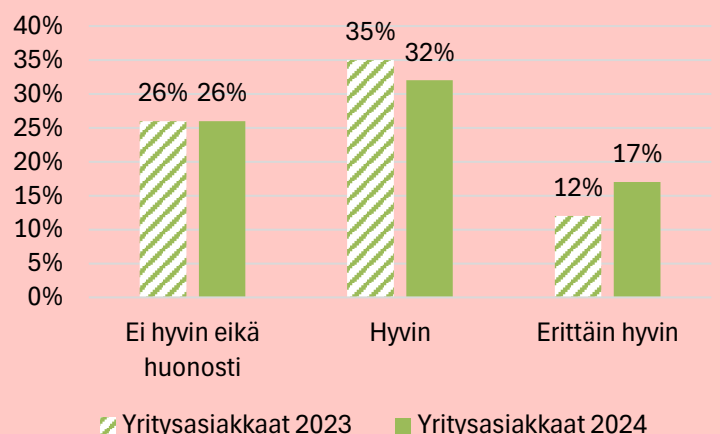
Viestinnän Taso Kaipaa Yhä Kohennusta

Yksityisasiakkaiden parissa hieman aiempaa harvempi arvioi myönteisesti pankkinsa vastuullisuusviestintää, yritysasiakkaiden parissa taas aiempaa hieman useampi on tyytyväinen yrityksensä pankin vastuullisuusviestintään. Lähellä aiempia lukemia pysyttelemisen on heijastunut myös kestävyysindeksin nousun tasaantumiseen vuodesta 2023 vuoteen 2024.

Kuinka pankki mielestänne viestittää kestäväen kehityksen ja vastuullisuuden hyväksi kohdistamista toimistaan?
Yksityisasiakkaat



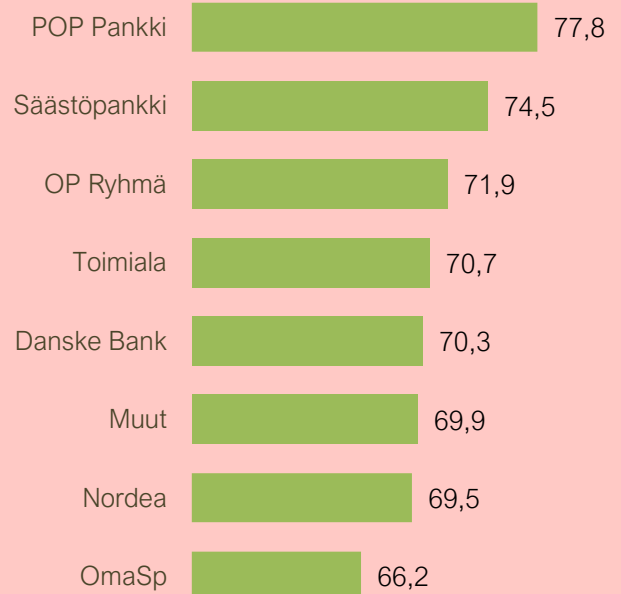
Kuinka pankki mielestänne viestittää kestäväen kehityksen ja vastuullisuuden hyväksi kohdistamista toimistaan?
Yksityisasiakkaat



Tulokset - Yritysasiakkaat

Indeksi 0 -100

EPSI Kestävyysindeksi 2024 Yritysasiakkaat



Viestinnän Merkitys Nuorten Asiakkaiden Kestävyyden Arvioissa

Nuoremmat asiakkaat, erityisesti 18–29-vuotiaat, kokevat pankkien viestinnän kestäväen kehityksen toimista positiivisemmin kuin vanhemmat ikäryhmät. Heidän arvioidensa perusteella pankit ovat onnistuneet suhteellisen hyvin kertomaan vastuullisuustoimistaan.

Nuoret Asiakkaat ja Viestinnän Arvostus:

Tutkimustulokset osoittavat, että tässä nuoremmassa ikäryhmässä jopa 36 % pitää pankkien viestintää "hyvänä" tai "erittäin hyvänä". Ne, jotka kokevat viestinnän "erittäin hyvänä", antavat pankkien kestävyysindeksiksi keskimääräisen arvosanan 84,8. Samoin "hyvänä" viestinnän kokeneet antavat myös korkean keskiarvon, 77,3. Tämä viittaa siihen, että nuoret aikuiset ovat kiinnostuneita pankkien vastuullisuustoimista ja arvostavat erityisesti selkeää ja informatiivista viestintää.

Vaikka osa nuorista aikuisista arvioi viestinnän "ei hyvin eikä huonosti" (33%), heidän yleinen näkemyksensä on kuitenkin positiivisempi verrattuna muihin ikäryhmiin. Tämä neutraali osuus saattaa viitata siihen, että heillä on kiinnostusta kestävyteen, mutta he kaipaavat vieläkin konkreettisempaa ja yksityiskohtaisempaa tietoa pankkien toimista.

Viestinnän Laadun Vaikutus Kestävyyttä Koskeviin Arvioihin

Selkeä havainto on, että asiakkaat, jotka kokevat pankkien viestivän hyvin tai erittäin hyvin, antavat myös korkeampia arvioita pankkien kestävyydelle. Kun pankit pystyvät viestimään selkeästi ja avoimesti kestäväen kehityksen aloitteistaan, se heijastuu suoraan positiivisempina arvioina. Tämä viittaa siihen, viestintä ei ole vain informatiivista, vaan myös merkki pankin sitoutumisesta ja avoimuudesta.

Näkökulma korostaa viestinnän tärkeyttä pankkien kestävyden arvioinnissa. Asiakkaat arvostavat selkeää, läpinäkyvää ja konkreettista tietoa pankkien vastuullisuustoimista. Pankkien tulisi hyödyntää tätä tietoisuutta ja pyrkiä parantamaan viestintäänsä entisestään, jotta he voivat vastata asiakkaiden odotuksiin ja vahvistaa heidän luottamustaan pankin vastuullisuuteen.

Yhteenveto - Viestinnän Kehitys Kestävän Tulevaisuuden Avaintekijänä

Viimeaikaiset tutkimustulokset korostavat pankkialan kasvavaa sitoutumista kestäväen kehitykseen, mutta myös osoittavat selviä kehitysalueita, erityisesti viestinnän parantamisen tarpeen. Vain 6% yksityisasiakkaista kokee pankkien viestivän kestäväen kehityksen toimistaan "erittäin hyvin", mikä kiellii siitä, että on vielä paljon tehtävää, jotta asiakkaat saadaan vakuuttuneiksi pankkien vastuullisuustoimista.

"Pankkien on entistä tärkeämpää panostaa vastuullisuusviestintäänsä. Asiakkaat haluavat tietää, että heidän pankkinsa ei ainoastaan puhu vastuullisuudesta, vaan toimii myös sen mukaisesti", Laitinen päättää.

EPSI Kestävyysindeksi (SDI) tarjoaa yrityksille ja organisaatioille syvällisen näkemyksen vastuullisuudesta ja kestäväen kehityksen toimenpiteistä. Tavoitteenamme on kehittää tulevaisuuden mittausmalleja, jotka auttavat organisaatioita ymmärtämään, miten he voivat vastata asiakkaidensa sekä muiden sidosryhmien odotuksiin ja toimia vastuullisina yhteiskunnallisina toimijoina.

SDI-indeksin avulla organisaatiot voivat kehittää vastuullisuustoimiaan ja parantaa viestintäänsä, sekä ymmärtää, miten keskeistä kestävyteen panostaminen on asiakkaiden luottamuksen ja sitoutumisen rakentamisessa.

Haluatko kuulla lisää?

Ota yhteyttä!

Heidi Laitinen

Heidi.Laitinen.@epsi-finland.org 050 4068 796