

Pressemitteilung

Mehr bio, mehr sozial: Megatrend Nachhaltigkeit gewinnt auch bei Kleinunternehmen zunehmend an Bedeutung

Nachhaltigkeit als Wettbewerbsfaktor vor allem in Gastronomie- und Baubranche immer wichtiger / Auch Produktpartner aus der Gewerbeversicherungsbranche bieten zunehmend ökologisch orientierte Lösungen an

(München, 30. Juni 2022) Ob tierfreie Produkte oder die Herkunft von Rohstoffen: Bei Deutschlands Kleinunternehmen und Soloselbstständigen wächst das Bewusstsein für ökologische und soziale Themen. Als Zukunfts-, Wirtschafts- und Kommunikationsthema wird Nachhaltigkeit von der Beauty- bis zur Baubranche zum wichtigen Wettbewerbsfaktor, der sogar Gewerbeversicherungen verändert. Zu diesem Ergebnis kommt das Münchener Insurtech Finanzchef24 (www.finanzchef24.de), das sich um die Absicherung von Einzel- und Kleinunternehmen kümmert, in seinem neuesten Gewerbeversicherungsreport basierend auf der Befragung von mehr als 800 Unternehmen.

„Nachhaltigkeit hört längst nicht mehr bei der Wahl des richtigen Umweltpapiers auf, es ist zum bedeutenden Faktor in nahezu allen Prozessbereichen des wirtschaftlichen Lebens geworden“, erklärt Payam Rezvanian, CMO bei Finanzchef24. „Was früher in erster Linie als sinnstiftend wahrgenommen worden ist, hat sich längst nach ökonomischen Maßstäben zum Wettbewerbsfaktor entwickelt.“

Wie relevant Nachhaltigkeit für Unternehmen ist, hängt stark von der Branche ab, so die Ergebnisse der Befragung. Für die Zukunft besonders wichtig ist das Thema Nachhaltigkeit nicht nur in der Gastronomie (29 Prozent), sondern insbesondere in der Bau- und Immobilienbranche. Themen wie Revitalisierung und Ressourcenschonung auf der einen und Energieeffizienz von Gebäuden auf der anderen Seite tragen hier dazu bei, dass 30 Prozent der Befragten ihre Wettbewerbsfähigkeit künftig noch stärker an Nachhaltigkeitsfaktoren ausrichten. Etwas steht das Nachhaltigkeitsstreben bei Kleinst- und Kleinunternehmen aus den Bereichen Beauty und Lifestyle zu kurz auf der Agenda, die die eigene Wettbewerbsfähigkeit nur zu 17 Prozent an nachhaltigen Maßstäben festmachen. Das liegt nach Einschätzung von Finanzchef24 aber vor allem daran, dass beispielsweise Naturprodukte hier schon seit

Jahrzehnten eine große Rolle spielen. Das gelte ebenso für den Handel, wo Nachhaltigkeit in Zeiten kostenpflichtiger Einkaufsstützen und erhöhter Nachfrage nach lokalen Produkten schon länger gelebter Alltag und für jeden fünften Unternehmer (21 Prozent) ein Thema ist.

Nachhaltigkeit der Versicherungspartner

Der ökologische Fußabdruck hört nicht bei den verwendeten Materialien auf. Die Nachhaltigkeit umfasst für Unternehmer längst nachgelagerte Bereiche wie Gewerbeversicherungen. Die Versicherungsexperten empfehlen Kleinunternehmern, sich hier unabhängig und individuell beraten zu lassen und zu prüfen, ob und welches nachhaltige Produkt zu ihnen passt. Rezvanian: „Die Nachhaltigkeit der Produktpartner spielt mittlerweile eine entscheidende Rolle. Digitale Versicherer handeln bereits sehr ressourcenschonend und verzichten auf den Postversand etwa von Versicherungsdokumenten. Bei Finanzchef24 arbeiten wir zudem mit Nachdruck daran, unsere Geschäftsprozesse zu digitalisieren.“ Hinzu kommen verstärkt nachhaltige Angebote wie bei grünen Policen. Diese bieten im Schadensfall bis zu 20 Prozent Mehrleistung, wenn im Gegenzug ökologische Materialien verbaut oder nachhaltig operierende Partner beauftragt werden. Andere Anbieter versichern speziell durch Photovoltaik oder Geothermie entstandene neue Risiken und bieten sogar Produkte an, die Absicherung für nachhaltige Mobilitätslösungen wie E-Ladestationen oder Wall-Boxen enthalten.

Aufmerksamkeitsökonomie und Wertewandel

Ob im Beauty-Bereich, im Dienstleistungssektor oder in der Gastronomie- und Baubranche: Ökologische und ökonomische Faktoren gemeinsam zu betrachten, macht sich nach Ansicht von Payam Rezvanian doppelt bezahlt: „Neben den unschätzbaren Effekten für Umwelt und Klima ist die entscheidende Wirtschaftswährung neben dem Geld immer noch die Aufmerksamkeit. Und gerade hier zeigt sich, dass der gesellschaftliche Wertewandel und mit ihm klug kommunizierte Nachhaltigkeitsfaktoren entscheidenden Einfluss auf das Image eines Unternehmens oder Betriebs und auf das Kaufverhalten seiner Kunden haben. Kleinunternehmer, die nachhaltiger agieren, können sich besser positionieren und im Idealfall Umsatz und Margen verbessern.“

Über Finanzchef24

Finanzchef24 definiert den Markt der Gewerbeversicherungen für Einzel- und Kleinunternehmer (SME) neu. Das Münchener Insurtech vereint digitale Kommunikation und Prozesse mit der Kompetenz des Versicherungsspezialisten und der Unabhängigkeit einer Plattform. Unternehmer erhalten so die für sie optimale Absicherung und können sich voll auf ihr Geschäft konzentrieren. Über 40 Versicherer machen ihre Lösungen effizient und zielgenau den richtigen Kunden zugänglich. Das

Konzept von Finanzchef24 hat bereits 50.000 aktive Kunden überzeugt. Mehr unter www.finanzchef24.de

Unternehmenskontakt

Finanzchef24 GmbH
Hohenlindener Str. 1
81677 München
Tel.: +49 89 716 772 700
Fax: +49 89 716 772 800
E-Mail: presse@finanzchef24.de

Pressekontakt

SCRIVO PUBLIC RELATIONS
Ansprechpartnerin: Katja Kraus
Lachnerstraße 33
80639 München
Tel.: +49 89 45 23 508 13
Fax: +49 89 45 23 508 20
E-Mail: katja.kraus@scrivo-pr.de
Web: www.scrivo-pr.de