

VOLLSTÄNDIGES INTERVIEW – ZERO EMISSION BOOKLET 2025

Interview mit: Alexander Knezevic, Chief Sales Officer – Member of the Board, Wüstenrot Gruppe

- One2zero: Vielleicht darf ich Sie zu Beginn bitten, sich kurz selbst vorzustellen.

Alexander Knezevic: Sehr gerne. Mein Name ist Alexander Knezevic. Ich bin im 44. Lebensjahr, verheiratet, habe vier Kinder – vier Söhne –, die gerade zwischen sieben und bald 16 Jahre alt sind. Ich bin Steirer, schon seit ewigen Zeiten, und mittlerweile seit über 20 Jahren in der Finanzdienstleistung tätig. Ursprünglich war ich – wie Sie es auch geschrieben haben – im Profifußball aktiv, habe mich aber mehrmals schwer verletzt und bin so damals in die Finanzdienstleistung gekommen. Ich habe in der BAWAG PSK als Banker im Schalterbereich meine Karriere gestartet und bin nun seit mittlerweile 13 Jahren in der Wüstenrot Gruppe – immer in leitenden Funktionen. Früher war ich Landesdirektor, dann Regionaldirektor, und seit mittlerweile dreieinhalb Jahren bin ich im Management Board der Wüstenrot Gruppe für den Vertrieb zuständig.

- One2zero: Es geht im Booklet um die Dekarbonisierung Österreichs. Wenn Sie an den aktuellen Stand der Dekarbonisierung denken – wie würden Sie diesen in einem Wort beschreiben?

Alexander Knezevic: (lacht) Sie haben im Briefing geschrieben: ein Wort. Dann würde ich sagen: stark verzögert. Wir könnten deutlich weiter sein – für ein so großartig entwickeltes Land. Mit dem wirtschaftlichen Potenzial, das wir haben, könnten wir wesentlich weiter sein, als wir es aktuell sind.

- One2zero: Danke. Dann kommen wir gleich zur nächsten Frage. Ich muss mir den Interviewleitfaden kurz nochmal öffnen – irgendwie hat es den gerade geschlossen. Aber starten wir einfach mit einer weiteren Frage, die ich im Kopf habe: Wie hat sich das Kundenbewusstsein bei Wüstenrot verändert – in Bezug auf Dekarbonisierung und Nachhaltigkeit? Gibt es einen gestiegenen Anspruch an neue Produkte?

Alexander Knezevic: Die Frage war sinngemäß: Inwieweit hat sich die Energiewende auf das Kundenverhalten ausgewirkt? Und das hat sie definitiv. Ich glaube, dass der Anspruch an eine Bank, eine Versicherung und eine Bausparkasse – wie wir sie seit über 100 Jahren sind – sich verändert hat. Der Kunde möchte heute ganz klar und deutlich mehr Transparenz in seinen Produkten in Bezug auf zentrale Nachhaltigkeitsthemen, wie sie die Energiewende mit sich bringt. Diese Informationen sollen so einfach und verständlich wie möglich sein – möglichst wenig komplex. Der Anspruch an eine umfassende Beratung, die die Themen der Energiewende integriert, ist mittlerweile ein wesentlicher Bestandteil der Erwartungen unserer Kundinnen und Kunden.

- One2zero: Danke. Jetzt habe ich auch den Leitfaden wieder offen. Kommen wir gleich zur dritten Frage: Sie waren früher auch als Profifußballer aktiv. Gibt es Fähigkeiten aus dem Sport, die Ihnen heute in Ihrer Rolle – insbesondere beim Leiten von Teams und beim Steuern von Transformationsprozessen – besonders helfen?

Alexander Knezevic: Definitiv. Ich glaube, das ist meine große Stärke – dass ich genau diese Erfahrung mitbringe. Ich weiß, was es bedeutet, wenn man mit klarer

Kommunikation und klaren Zielen Teams so weit bringt, dass sie hinter einem gemeinsamen Ziel stehen. Es geht darum, dass sich nicht jeder als Einzelkämpfer sieht, sondern die große Chance in der Team-Entwicklung erkennt. Das war auch in den letzten Jahren bei uns der Fall. In all unseren Steuerungskennzahlen haben wir stark auf Team-Kennzahlen gesetzt, um unsere tolle Mannschaft über Rankings zu vergleichen – und mit viel guter Stimmung unsere Ziele zu erreichen. Wenn es gelingt, dass sich alle mit dem Teamziel identifizieren – so wie in einer Fußballmannschaft, wo das Ziel klar definiert ist: nämlich das Spiel zu gewinnen – dann ist viel möglich. Wenn man solche klaren Ziele auch in der Wirtschaft formuliert, dann kann man auch große Trendwenden oder nachhaltigen Erfolg realisieren.

- One2zero: Ich hätte eine aufbauende Frage dazu – die steht nicht im Leitfaden: Sie sagen, man muss das Ziel klar formulieren. Aber gerade bei der Dekarbonisierung wissen wir doch eigentlich alle, worum es geht. Trotzdem ziehen noch nicht alle mit. Was würden Sie sagen: Warum? Und wie kann man alle motivieren?

Alexander Knezevic: Ich glaube, das Wesentliche ist, dass die Strategie klar definiert ist – und dass man auch konsequent an ihr festhält. Das ist bei uns in der Wüstenrot Gruppe der Fall. Es gibt eine ganz klare Vision des Unternehmens, eine klare Strategie für alle drei Produkthäuser – und damit auch für die Gesamtgruppe. An dieser Strategie wird nachhaltig festgehalten und sie wird laufend nachjustiert, aber nicht aufgegeben. Wenn man sich im Vergleich dazu die massiven politischen Veränderungen in Österreich ansieht – die einerseits durch wirtschaftliche Veränderungen und andererseits durch die weltpolitische Lage geprägt sind –, dann sieht man, wie groß die Verunsicherung ist. Und dadurch werden Strategien nicht unbedingt über Bord geworfen, aber nicht stringent verfolgt. Das ist ein riesiger Nachteil – gerade für die wichtige Energiewende und das Ziel der Klimaneutralität 2040.

- One2zero: Danke. Dann kommen wir zur nächsten Frage, und zwar zum Thema Strategie und Verantwortung. Wie prägt der Fokus auf Nachhaltigkeit Ihre Arbeit im Vertrieb und die Angebote für Kundinnen und Kunden?

Alexander Knezevic: Die Arbeit im Vertrieb ist ganz klar davon geprägt, dass wir das Thema Nachhaltigkeit in den letzten Jahren massiv vorangetrieben haben. Die Beratung durch unsere Mitarbeiter:innen – also unsere Kolleginnen und Kollegen im Wüstenrot-Vertrieb – kann sowohl digital als auch physisch in unseren Filialen erfolgen. Dabei sind wir zu 100 % papierfrei unterwegs. Das heißt: Unsere Mitarbeiter:innen sind IT-seitig perfekt ausgestattet, und wir achten auch darauf, dass die Laptops, die wir bereitstellen, bei etwaigen Defekten repariert werden, bevor sie ersetzt werden. Was das Produktangebot betrifft, so haben wir etwa eine nachhaltige Pensionsvorsorge sowie eine nachhaltige fondsgebundene Lebensversicherung auf den Markt gebracht – letztere im vergangenen Jahr. Damit wollen wir Kund:innen gerecht werden, denen es wichtig ist, dass sie mit ihrer Vorsorge auch nachhaltig investieren können. Auch bei der Sachversicherung versuchen wir nachhaltige Prinzipien zu verankern. Beispiel: Wenn ein Kunde einen Steinschlag in der Windschutzscheibe hat, wird unser Außendienst angehalten, den Kunden zu beraten, die Scheibe reparieren zu lassen – und nicht gleich zu ersetzen. Das Prinzip „Reparieren statt Ersetzen“ versuchen wir damit auch im Schadenfall stärker in die Beratung zu integrieren. Im Bereich Finanzierung ist es mittlerweile so, dass wir bei der Haushaltsrechnung – die Basis jeder Finanzierungsvergabe – energieeffiziente Immobilien mit niedrigeren Euro-Werten pro Quadratmeter belohnen. Je besser der Energiekennwert eines Hauses oder einer Wohnung, desto günstiger wirkt sich das in der Kalkulation der Fixkosten aus.

- One2zero: Danke. Und in Ihrer Position als CSO steuern Sie ein großes Vertriebs-team. Wie fördern Sie in Ihrem Bereich New Work Ansätze, Talentmanagement und beispielsweise auch nachhaltige Mobilität?

Alexander Knezevic: Eines meiner wesentlichsten Projekte, als ich die Funktion übernommen habe, war die Umstellung des gesamten Fuhrparks. In Abstimmung mit dem Gesamtvorstand war es mir wichtig, den Dienstwagen-Fuhrpark – der zu einem großen Prozentsatz im kundenbetreuenden Bereich liegt, also bei mir – von Diesel und Benziner auf 100 % E-Mobilität umzustellen. Der Prozess ist mit Ende 2024 abgeschlossen. Zusätzlich haben wir unsere E-Autos auch mit einem sichtbaren Branding versehen, um die Fahrzeuge gleichzeitig als Werbefläche zu nutzen. Ein weiterer Punkt ist die Onlineberatung. Wir forcieren digitale Beratung stark, um Wege zum Kunden zu reduzieren. Außerdem haben wir kürzlich die Möglichkeit geschaffen, dass Kund:innen über einen Link direkt zur Antragsstrecke geleitet werden. Der Abschluss kann dann ganz bequem von zu Hause aus erfolgen.

- One2zero: Das heißt, der komplette Fuhrpark im Vertrieb ist bereits auf E-Mobilität umgestellt?

Alexander Knezevic: Genau. Der Großteil der Dienstwagen ist bei mir im Vertrieb angesiedelt – also 100 % elektrisch. In den anderen Bereichen der Wüstenrot Gruppe – zum Beispiel Vorstand, Innendienst – sind wir auf einem sehr guten Weg. Wir nehmen uns vor, bis 2026 auch dort vollständig auf E-Mobilität umzustellen. Wir haben außerdem eine dokumentierte Car Policy, die besagt, dass ein Dienstwagen nach fünf Jahren oder nach 180.000 Kilometern ersetzt wird – auch aus wirtschaftlichen Gründen. Viele Fahrzeuge sind also noch im Einsatz, bis sie entsprechend auslaufen.

- One2zero: Gibt es eine langfristige Vision, wie Wüstenrot die Bereiche Banking, Sparen, Finanzieren, Versichern und Vorsorgen noch stärker mit Klimaschutz und Dekarbonisierung verbinden möchte?

Alexander Knezevic: Ja, definitiv. Es gibt eine klare Strategie, und die ist zentraler Bestandteil der Unternehmenssteuerung. Wir arbeiten mit einem ESG-Dashboard, das in das KPI-Set für das gesamte Management integriert ist. Nachhaltigkeit ist also nicht nur ein Schlagwort, sondern wird messbar gemacht. Derzeit sind wir auch dabei, eine Dekarbonisierungsstrategie zu erarbeiten, die wiederum Teil der übergeordneten Nachhaltigkeitsstrategie der Wüstenrot Gruppe ist.

- One2zero: Danke. Und Sie haben den E-Fuhrpark schon angesprochen, aber gibt es noch weitere Maßnahmen, die Wüstenrot intern umsetzt – etwa in Bezug auf erneuerbare Energien oder Nachhaltigkeit allgemein?

Alexander Knezevic: Ja, da gibt es eine ganze Reihe an Maßnahmen. Zum Beispiel haben wir uns im Bereich der betrieblichen Ökologie bewusst dazu entschieden, Büroflächen massiv zu reduzieren und stattdessen Homeoffice verstärkt zu etablieren. Obwohl es in vielen Unternehmen Unsicherheiten gab, ob Homeoffice der richtige Weg ist, haben wir uns klar dafür entschieden – auch weil unser Mitarbeiter:innenstand wächst, und wir durch die Flächenreduktion gleichzeitig nachhaltig und effizient bleiben können. Ein Beispiel: In Salzburg-Alpenstraße haben wir uns von zwei großen Bürogebäuden getrennt und konzentrieren uns nun auf den einen, ursprünglichen Bau der Bausparkasse. Möglich wurde das nur, weil wir gleichzeitig Homeoffice stark ausgebaut haben. Zusätzlich haben wir dort auch neue Photovoltaikanlagen installiert.

Der erwähnte IT-Tower in der Alpenstraße – hinter dem Hauptgebäude – wurde nach neuesten Nachhaltigkeitsstandards errichtet.

Ein weiterer Punkt ist das Thema Mitarbeitermobilität: Neben den E-Autos haben wir heuer auch das Jobrad-Modell eingeführt. Das ist für uns ein sehr wichtiger Beitrag – nicht nur zur Energiewende, sondern auch als Teil eines attraktiven Arbeitgeberangebots. Denn die Ansprüche der Mitarbeitenden an ihre Arbeitgeber verändern sich – und das Jobrad ist mittlerweile ein relevanter Rahmenfaktor für neue Bewerber:innen. Außerdem fördern wir den öffentlichen Verkehr: Wir übernehmen z. B. das Klimaticket für unsere Mitarbeitenden. Und dort, wo wir Eigentümer der Gebäude sind – wie in Salzburg –, haben wir Ladestationen installiert, um E-Mobilität auch praktisch erlebbar zu machen. Wir haben außerdem eine eigene Digitalisierungs- und Produktstrategie, mit der wir alle Services über eine zentrale App abwickeln. Diese App ist übrigens die einzige Allfinanz-App am österreichischen Markt. Der Kunde kann darüber etwa seine "Grüne Karte" für das KFZ herunterladen – die früher oft per Post gekommen ist –, oder sämtliche Kommunikation digital abwickeln. Auch in der Lieferkette achten wir verstärkt auf nachhaltige Partner. Und ein zentraler Punkt ist das Mindset unserer Mitarbeitenden: Wir arbeiten kontinuierlich daran, dieses mit laufenden Schulungen, eigenen ESG-Trainings und gezielten Maßnahmen weiterzuentwickeln. Unsere ESG-Beauftragten sind regelmäßig in Meetings, Foren und bei Team-Kick-offs eingebunden, um Nachhaltigkeit im Unternehmen zu verankern. Und natürlich erstellen wir einen Nachhaltigkeitsbericht nach ESRS. Sämtliche regulatorischen Anforderungen werden gruppenweit erfüllt – und das ist für uns auch ein wichtiger Beitrag.

- One2zero: Vielen Dank – sehr umfassend und schön zu hören. Die nächste Frage zielt auf den Bereich nachhaltige Veranlagung ab. Wüstenrot legt großen Wert auf verantwortungsvolles Investieren. Können Sie kurz erklären, wie das konkret funktioniert? Und worauf sollten Kund:innen dabei achten?

Alexander Knezevic: Wir haben uns das Thema in den letzten Jahren sehr genau angeschaut. Denn das Thema Greenwashing ist durchaus heikel – wenn man da auch nur in die Nähe kommt, kann das zu einem massiven Reputationsproblem führen. Deshalb ist es uns besonders wichtig, dass unsere Produktstrategie sauber und transparent ist. Es gibt zum Beispiel noch kein grünes Girokonto bei unserer Onlinebank – einfach weil wir sagen: Nur wenn wir es fundiert umsetzen können, führen wir es ein. Unser nachhaltiges Veranlagungsprodukt heißt „Morgen & Mehr“. Damit bieten wir den Kund:innen die Möglichkeit, in Artikel-8-Fonds zu investieren. Wir haben uns bewusst gegen Artikel 9 entschieden, weil dort die Rendite oft unter Druck gerät – was bei Kund:innen zu Frustration führen kann. Das Produkt ist so aufgebaut, dass man entweder 100 % nachhaltig investieren kann – oder es mit einer klassischen Veranlagung im Deckungsstock kombiniert. Auch hier war unser Ziel: einfach verständlich, ohne komplexe Auswahlprozesse. Der Kunde soll verstehen, was er bekommt. Deshalb arbeiten wir nur mit einem Partner, der Fondsgesellschaft Amundi, und bieten fünf verschiedene Fonds an, die sämtliche Risikoklassen abbilden. Das macht das Produkt übersichtlich, verständlich und kombinierbar mit sicheren Bausteinen.

- One2zero: Sie haben das Thema Greenwashing schon kurz angesprochen. Wie stellen Sie konkret sicher, dass das bei Ihren nachhaltigen Finanzprodukten nicht passiert?

Alexander Knezevic: Das ist bei uns klar in der Produktstrategie verankert. Es ist eine der zentralen Vorgaben an das Produktmanagement in allen drei Produkthäusern.

Schon im Produktentwicklungsprozess muss das Thema Greenwashing vollständig ausgeschlossen sein. Deshalb haben wir zum Beispiel noch kein grünes Girokonto – obwohl das viele machen, weil es uns extrem wichtig ist, dass wir nur etwas als „nachhaltig“ kennzeichnen, wenn wir es auch glaubwürdig und fundiert umsetzen können. Unser Produkt „Morgen & Mehr“ erlaubt – wenn vom Kunden gewünscht – eine 100 % nachhaltige Veranlagung in Artikel-8-Fonds der Fondsgesellschaft Amundi, die alle Risikoklassen abdecken. Aber: Das Thema Greenwashing ist für uns ein No-Go. Deshalb wird es auch bei laufenden Überprüfungen immer wieder kontrolliert und muss allen Standards standhalten.

- **One2zero: Sehen Sie grundsätzlich das Investment in grüne Finanzprodukte als Chance?**

Alexander Knezevic: Ja, definitiv. Die Chance ist riesig – auch seitens der Politik. Es gäbe so viel Potenzial, wenn man die richtige Förderkulisse schaffen würde. Zum Beispiel gibt es eine staatlich geförderte Pensionsvorsorge, die in ihrer aktuellen Form zu komplex und nicht mehr wettbewerbsfähig ist – deshalb wird sie im Neugeschäft kaum noch genutzt. Wenn man diese wichtige dritte Säule der Altersvorsorge – also die private Pensionsvorsorge – mit nachhaltigen Investments kombinieren und fördern würde, hätte man ein unglaublich großes Potenzial: Der Kunde bekäme ein tolles Produkt, und gleichzeitig würde Kapital frei, das der Wirtschaft zur Verfügung steht, um die Energiewende voranzutreiben.

- **One2zero: Und bei Wüstenrot kann man sich ja auch Immobilien finanzieren. Haben Sie die Erfahrung gemacht, dass Kunden dabei auch oft gleich eine PV-Anlage oder einen Speicher mitfinanzieren?**

Alexander Knezevic: Das wird tatsächlich immer häufiger zum Standard. Gerade im Neubau gibt es ja bereits regionale Vorschriften, z. B. in Graz, wo eine Photovoltaikanlage am Dach verpflichtend ist. Wir begrüßen das sehr. Denn jede Investition in ein energieeffizientes Eigenheim steigert nicht nur den Wert der Immobilie, sondern ermöglicht auch eine nachhaltige Absicherung. Mit unserer Eigenheim- und Haushaltsversicherung bieten wir passende Versicherungslösungen, die auch solche Investitionen wie PV-Anlagen abdecken. Wichtig ist dabei, dass die PV-Anlage bei Vertragsabschluss mitberücksichtigt wird – denn sie zählt nicht automatisch zum Gebäudeversicherungsumfang. Und genau diese vernetzte Beratung – also Finanzierung, Versicherung und Vorsorge aus einer Hand – ist unsere große Stärke. Das können nicht viele am Markt bieten, und das macht die 100-jährige Erfolgsgeschichte der Wüstenrot Gruppe mit aus.

- **One2zero: Danke. Und mit Blick auf die Zeit komme ich zur Abschlussfrage: Was motiviert Sie persönlich, sich für eine nachhaltige Zukunftsgestaltung einzusetzen?**

Alexander Knezevic: : Die wichtigste Motivation, dass die Energiewende bis 2040 gelingt, sind meine vier Kinder. Ich möchte ihnen eine Welt hinterlassen, die, im Idealfall, besser ist als die heutige. Das ist meine größte Motivation, immer wieder einen Beitrag zu leisten, Verantwortung zu übernehmen – beruflich wie privat. Denn wir tragen alle Verantwortung für die Welt, in der unsere Kinder und Enkelkinder leben werden.