



finsu life

Kontendaten für Nachhaltigkeit nutzbar machen

Bankkunden möchten ihr Konsumverhalten bewusst nachhaltig gestalten. Dazu benötigen sie nicht nur Transparenz, sondern auch Lösungsansätze. Um beides bieten zu können, setzt finsu life dort an, wo die meisten Informationen über den Konsum der Kunden zusammenlaufen: beim Girokonto.

Nachhaltigkeit ist mehr als nur CO₂-Verbrauch

CO₂-Rechner gibt es wie Eis in der Antarktis. Aber während die einen immer mehr werden, wird das andere immer weniger. Denn CO₂-Rechner allein reichen nicht aus.

Die „Lösung“ des CO₂-Rechners ist einen Schritt zu kurz gedacht. Was nützt es den Privatkunden zu wissen, wie viel CO₂ sie verbrauchen? Die Kunden müssen auch erfahren, wie sie ihre Zahl senken können – sie benötigen Lösungsansätze.

Finsu life liefert genau diesen Input. Jedoch nicht nur für den CO₂-, sondern auch für den Wasserverbrauch und die Müllproduktion der Nutzer. Basierend auf den Transaktionen der Girokonten der Kunden analysiert finsu life in einem ersten Schritt, wie schwerwiegend der nachhaltige Fußabdruck der Kunden ist und bietet basierend auf den vorhandenen Daten Vorschläge, wie dieser zu verbessern ist.

Finsu life ist eine White-Label-Lösung, die jedes Institut individuell anpassen kann und laufend von PPI weiterentwickelt wird. Die Lösung lässt sich als eigenständige Applikation betreiben. Sie ist aber auch nahtlos in Ihr Online-Banking oder in Ihre Banking-App integrierbar.

Kundendaten generieren

Finsu life funktioniert als Produkt nur, wenn es über eine möglichst weitreichende und vollständige Datenbasis verfügt. Das bedeutet, dass ein effektiver Einsatz voraussetzt, dass das Tool auf alle Finanzströme der Kunden Zugriff hat – also auch Kreditkarten oder Girokonten bei anderen Finanzinstituten. Deswegen unterstützt finsu life die Einbindung externer Konten. Nur durch Einbindung aller Konten wird aus Kundensicht der richtige Nachhaltigkeitsscore ermittelt. Sie als Finanzdienstleister gewinnen wertvolle Insights zum Kunden, der der Datenanalyse zustimmen muss, um den Service zu nutzen.



finsu life

Vertriebsansätze nutzen

Auf Basis all dieser Daten entwickelt finsu life Vorschläge zur Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks des Kunden und zeigt dem Kunden diese auf. Dies können allgemeine Tipps zu mehr Nachhaltigkeit sein oder Links zu Spendenorganisationen.

Diese Vorschläge können für Sie als Finanzdienstleister vor allem auch ein Anknüpfungspunkt für Cross-Selling-Ansätze für nachhaltige Bankprodukte sein. Denkbar ist auch die Generierung von zusätzlichen Provisionserlösen durch Kooperationen mit Energieversorgern, dem ÖPNV und anderen Partnern zur Vermittlung nachhaltiger bankfremder Dienstleistungen, die sich auf den Nachhaltigkeitsscore des Kunden positiv auswirken. Möglich wären auch Tipps für regionaleres Einkaufsverhalten und die Einbindung lokaler Händlerstrukturen.

Ihre Vorteile auf einen Blick:

- Ihre Kunden erhalten kontinuierlich einen transparenten Überblick über ihren persönlichen Fußabdruck in Sachen Nachhaltigkeit.
- Sie stärken weiter Ihr Image und die Kundenbindung über die Positionierung als ökologische und nachhaltige Bank.
- Sie generieren wertvolle Kundendaten und können die Nutzung der Daten weiter konsequent vorantreiben.
- Sie schaffen neue Cross-Selling-Ansätze auch über Bankprodukte hinaus und generieren somit zusätzliche Einnahmequellen.

Bei Fragen und für weitere Informationen:

Für finsu life haben wir einen Prototypen erstellt. Wir sind sehr offen für eine gemeinsame Entwicklungspartnerschaft, um finsu life zu genau dem Produkt zu machen, das Sie und Ihre Kunden benötigen. Weitere Informationen zu finsu life erhalten Sie auch unter www.ppi.de/finsu-life.



Guido Köhler
Manager – Digital Banking
+49 151 7261 2772
guido.koehler@ppi.de



Stephan Heinze
Innovationsmanagement Banken
+49 170 611 5672
stephan.heinze@ppi.de

PPI AG
Wilhelm-Leuschner-Str. 79
60329 Frankfurt am Main
Germany

PPI AG
Moorfuhrweg 13
22301 Hamburg
Germany