

Kollaboration² - Open Innovation als Booster für nachhaltige Geschäftsmodelle

Anne-Käthi Leuenberger, Head CR PostFinance
Ralf Richert, Co-Founder Crowda

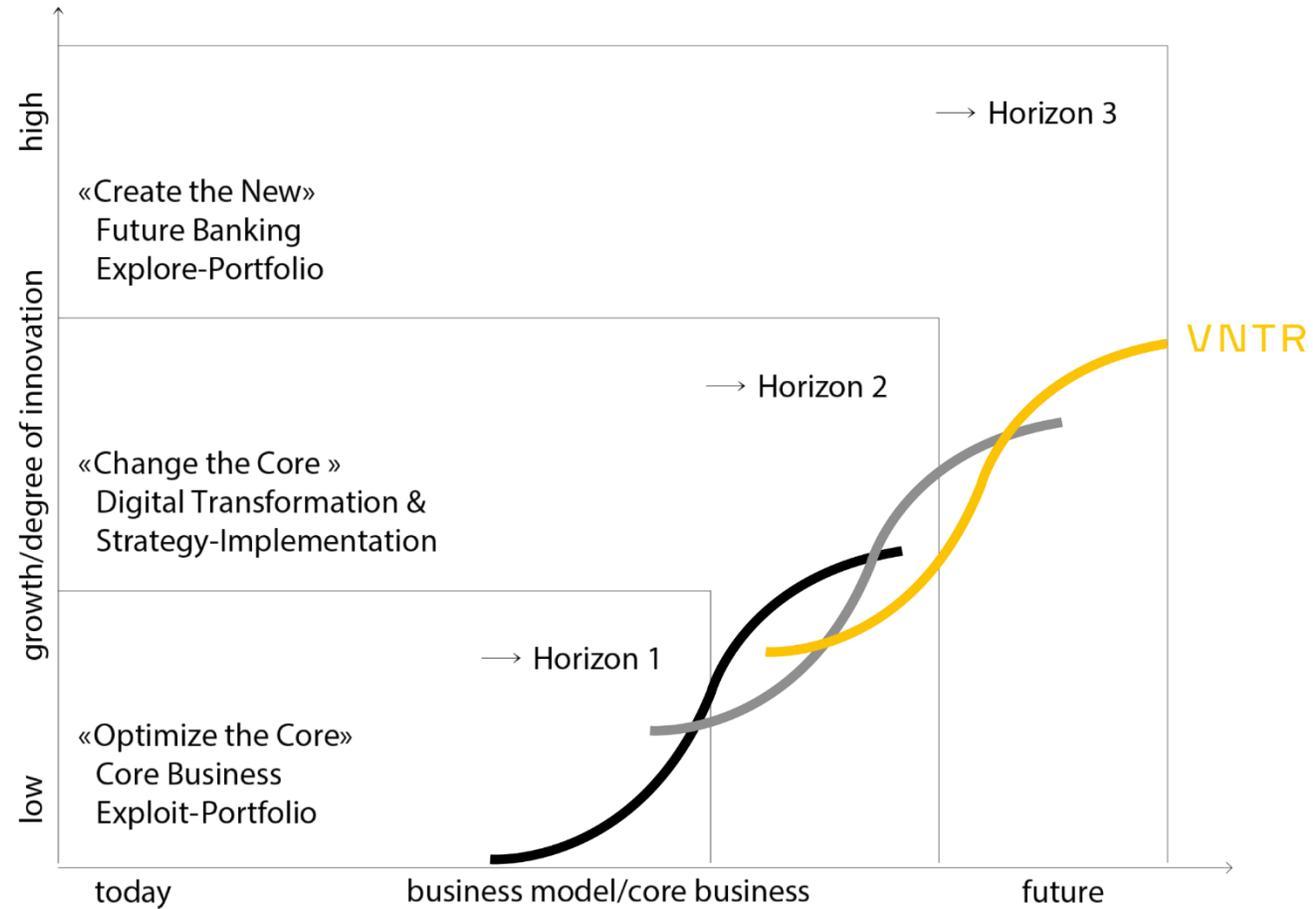
Über uns – Anne-Käthi Leuenberger und Ralf Richert führen euch durch die nächsten 60 Minuten



Unser Weg zu mehr Nachhaltigkeit – Wir setzen den Fokus bei 5 Wirkungszielen und nutzen systematisch Kollaboration und Innovation



Wie wir innovieren – Wir agieren in den drei Innovationshorizonten



Quelle: Horizonte-Modell
PostFinance. Angelehnt an

McKinsey "3-Horizon Model".

Wo wir innovieren – Wir sind in fünf Suchfeldern aktiv

Aus unserem Foresight-Prozess haben wir fünf Suchfelder abgeleitet, auf die wir bei PostFinance derzeit unsere Innovationsinitiativen/vorhaben konzentrieren.

Digital Assets

Eigentum an Objekten der realen Welt werden über digitale Anteile auf einer Blockchain oder auf einer Datenbank abgebildet. So können Vermögenswerte einfach und sicher aufbewahrt und verschoben werden.

Data Economy

Exploration von daten-getriebenen Geschäftsmodellen, Datenmarktplätzen, datenschutzfördernden Technologien, neuen Datendiensten und Wegen zur Durchsetzung von Daten-Empowerment und –ethik.

Health & Wealth

Verknüpfen von finanzieller mit persönlicher Gesundheit und finden von neuen Wegen, um Gesundheitsleistungen zu finanzieren, für die Rente zu sparen oder die Gesundheitsdaten als Vermögen zu nutzen.

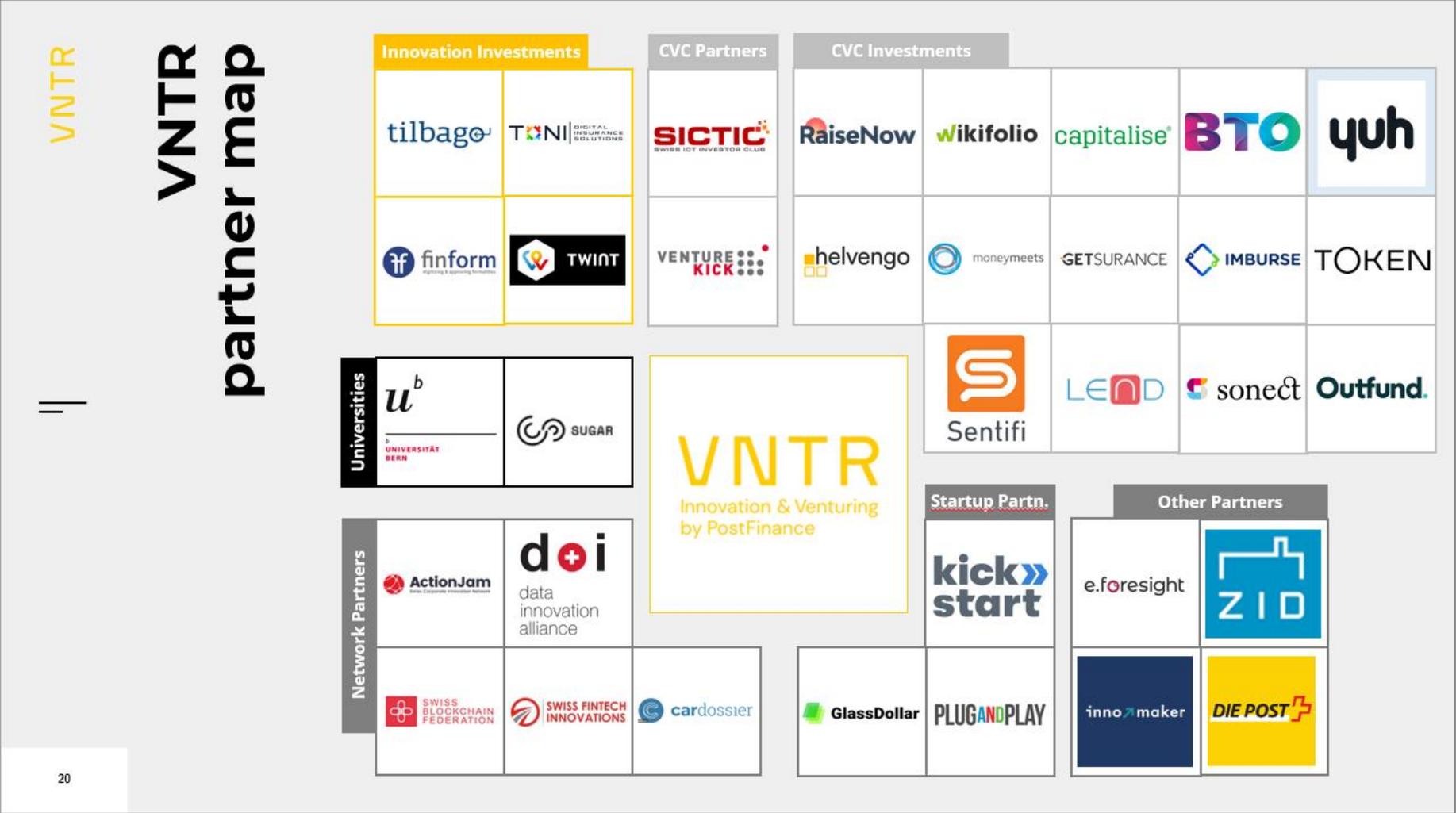
Payment Ecosystem

Alles über die Zukunft des Zahlungsverkehrs mit Fokus auf Drittanbieter, Wallet-Lösungen, APIs, Mikrozahlungen, Blockchain-basierte Zahlungen und BNPL-Dienste.

Impact Banking

Die Welt der Banken grüner und transparenter machen. Dieser Bereich zielt darauf ab, neue Möglichkeiten von nachhaltigen Investments aufzudecken, wie Nachhaltigkeit finanziell profitabel gemacht werden kann.

Open Innovation – Wir betreiben aktiv ein Netzwerk mit verschiedenen Innovationspartnern und innovieren gemeinsam



Beispiel 1 – Mit dem Green Coin und der Swiss Climate Challenge Anreize für nachhaltige Mobilität setzen

Der grüne, digitale Schweizer Franken

Zusammen mit der Swisscom lanciertes nachhaltiges Ökosystem, in welchem mittels der Swiss Climate Challenge App nachhaltiges Verhalten mit einer **digitalen, grünen Währung** belohnt wird (Green Coin), welche wiederum für nachhaltige Produkte und Services eingesetzt werden kann.

www.swissclimatechallenge.ch

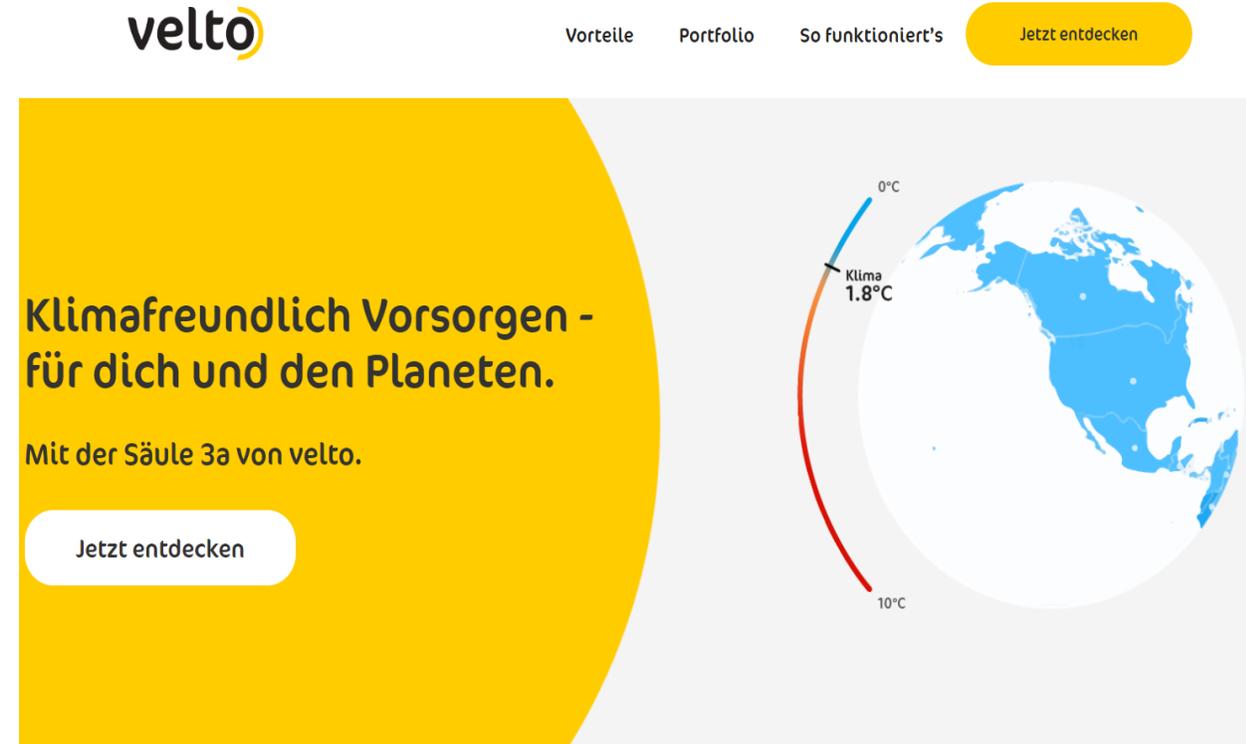


Beispiel 2 – Velto als 2-Grad konforme, transparente Vorsorgelösung

Velto ist ein Innovationsprojekt, welches gemeinsam mit der Privatbank «Globalance» verfolgt wird. Es ist die erste Säule 3a, die **doppelt vorsorgt** – für den Kunden und den Planeten.

Mit der Säule 3a von velto wird das investierte Geld zukunftsorientiert in nachhaltige Anlagen investiert und der Impact auf das Klima jederzeit transparent ausgewiesen.

Der Kunde kann von attraktiven Renditen profitieren und gleichzeitig dazu beitragen, dass die **Erderwärmung** unter der kritischen 2-Grad-Erderwärmung Grenze gehalten wird.



The screenshot shows the velto website interface. At the top left is the 'velto' logo. To its right are navigation links: 'Vorteile', 'Portfolio', and 'So funktioniert's'. A yellow button labeled 'Jetzt entdecken' is positioned to the right of these links. The main content area features a large yellow curved shape on the left containing the text: 'Klimafreundlich Vorsorgen - für dich und den Planeten.' followed by 'Mit der Säule 3a von velto.' and another 'Jetzt entdecken' button. On the right side of the main content area, there is a graphic of a globe with a temperature scale. The scale is a curved line ranging from 0°C at the top to 10°C at the bottom. A point on the scale is labeled 'Klima 1.8°C'.

Beispiel 3 – Mit dem «CO2 Rechner» die Kund:innen für nachhaltiges Konsumverhalten sensibilisieren

Der **CO₂-Rechner** schätzt aufgrund von Kartentransaktionsdaten (Post-, Kreditkarte, und Twint) die CO₂-Emissionen, die eine Person mit ihrem **Konsum** verursacht. Das hilft ihr die **Emissionen zu verringern** – und es gibt gleich auch Optionen sie zu kompensieren oder zu neutralisieren. So kann man im E-Finance oder der PF-App Bäume pflanzen lassen, CO₂-Zertifikate oder Dekarbonisierung erkaufen und so seinen CO₂-Fussabdruck reduzieren. Alle PF-Privatkunden, die Zugang zu E-Finance haben, können den CO₂-Rechner benutzen.

www.postfinance.ch/co2-rechner



CO₂- und weitere Treibhausgasemissionen sind verantwortlich für den menschengemachten Klimawandel und gefährden unser aller Lebensgrundlage. Um das Schlimmste zu verhindern, müssen wir die Erwärmung auf möglichst 1,5°C im Vergleich mit vorindustriellen Werten beschränken.

Wir als PostFinance sind uns unserer Verantwortung bewusst und engagieren uns deshalb im Klimaschutz und im Kampf gegen den Klimawandel. Wir wollen unseren CO₂-Fussabdruck systematisch reduzieren und so einen Beitrag leisten, um die globale Klimaerwärmung einzudämmen. Wir setzen uns daher ambitionierte Reduktionsziele und bewegen uns gemeinsam mit dem Konzern Post in Richtung Klimaneutralität.

Wir packen diese Reise gemeinsam mit unseren Kunden und Kundinnen an, denn zur Eindämmung des Klimawandels zählt jeder Beitrag. Das grösste Potential für Individuen liegt in der Veränderung des eigenen Konsumverhaltens, das mehr als 60% des individuellen CO₂-Ausstosses verursacht (Studie Bundesamt für Statistik). Es ist deshalb wichtig, den CO₂-Ausstoss des persönlichen Konsums zu kennen und zu analysieren.

Mini-Breakout – Unterhaltet euch in 4er Gruppen zu Kollaboration und Nachhaltigkeit

Wo seht ihr für euer Unternehmen die **Chancen**, um durch Kollaboration zu **werthaltigeren Innovationen** zu kommen?

Gibt es aus eurer Sicht heute **Herausforderungen**, um diese Kollaboration zu leben und was wäre nötig, um diese abzubauen?





NEED

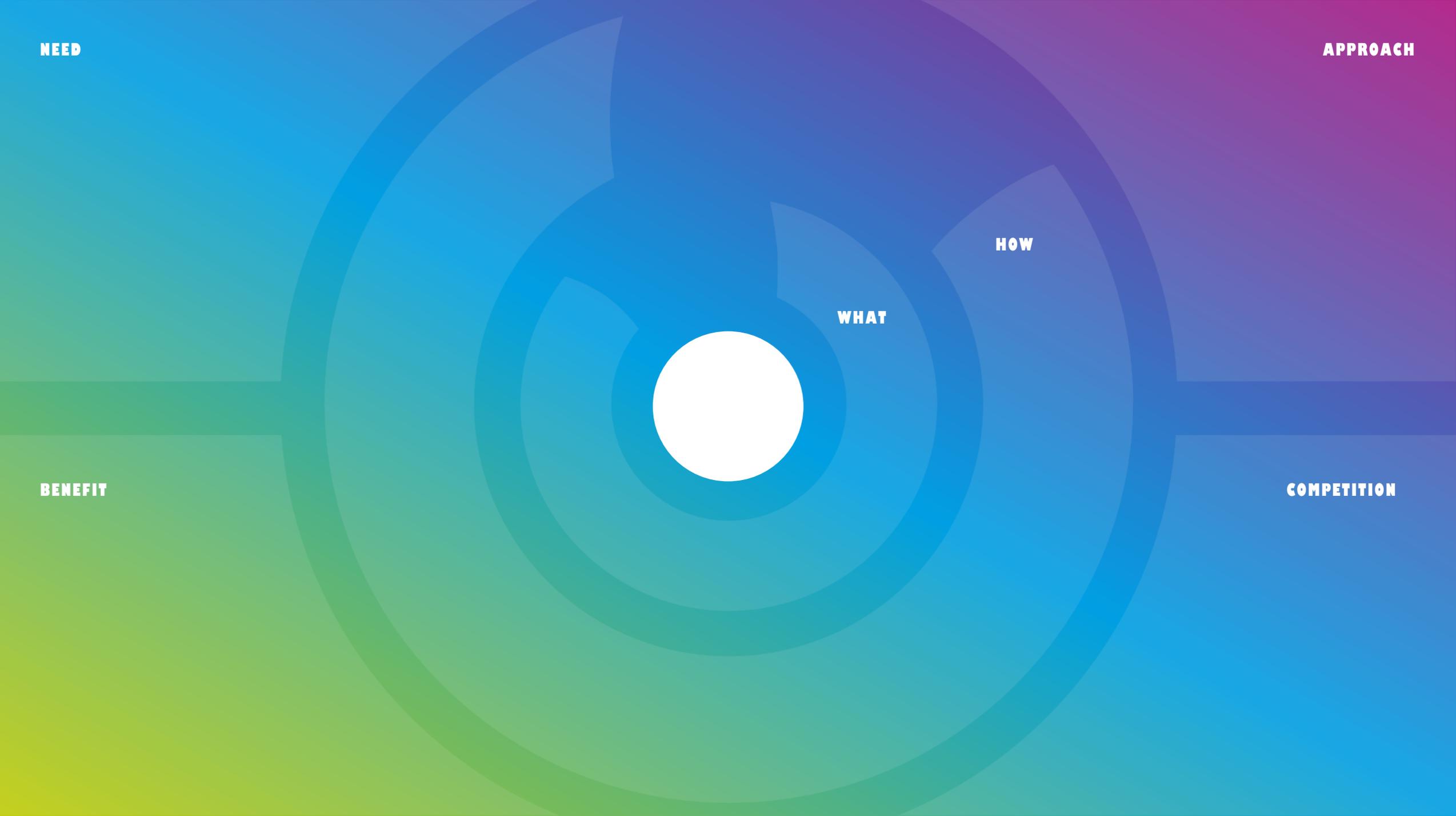
APPROACH

HOW

WHAT

BENEFIT

COMPETITION



Impact!



NEED

APPROACH

BENEFIT

COMPETITION

HOW

WHAT





Wir machen Unternehmen
und Organisationen zu echten
Nachhaltigkeitsprofis und stärken ihre
Wettbewerbsfähigkeit.

NEED

APPROACH

BENEFIT

HOW

COMPETITION



Wir machen die Geschäftskunden unserer Vertriebspartner zu echten Nachhaltigkeitsprofis und stärken ihre Wettbewerbsfähigkeit.

WHY

Impact!
Im Sinne der
17 SDGs

WHAT

HOW

Wir bringen die „losen“ Enden zusammen.

Digital, einfach und passgenau
mit Mehrwert.



NEED

APPROACH

BENEFIT

COMPETITION



NEED

NEED

- KMUs ohne Know-how & Ressourcen
 - Regulatorischer Druck steigt
 - Wunsch nach einfachen Tools
- Leichte Integration in das Kerngeschäft erwünscht



A P P R O A C H

APPROACH

- Crowda ist das „Fitnesscenter“ für KMUs
 - Standortbestimmung, Ziele, Matches, Learning, Community
- Marktdurchdringung und Skalierung über Vertriebspartner und Multiplikatoren
 - Kollaboration ist das Erfolgsrezept!

B E N E F I T

BENEFIT

- Unternehmen machen sich fit für die Zukunft
 - Marketingplattform für Dienstleister
 - Aktive Minimierung von Risiken

C O M P E T I T I O N

COMPETITION

- Assessments & Reporting (Offenlegung)
- Impact Investing / Sustainable Finance
- Kein vergleichbares End-2-End-Angebot
 - Alleinstellungsmerkmal

NEED

- KMUs ohne Know-how & Ressourcen
- Wunsch nach einfachen Tools
- Regulatorischer Druck steigt auch für KMUs
- Einfache Integration in das Kerngeschäft erwünscht

BENEFIT

- Geschäftskunden sind fit für die Zukunft
- Marketingplattform für Dienstleister
- 100% Match mit Megatrend
- Minimierung der Risiken

APPROACH

- Crowda ist das „Fitnesscenter“ für KMUs
- Standortbestimmung, Ziele, Matches, Learning, Community
- Vertriebspower durch Vertriebspartner
- Skalierung und Markterweiterung

HOW

WHAT

WHY

Impact!
Im Sinne der
17 SDGs

Wir machen die Geschäftskunden unserer Vertriebspartner zu echten Nachhaltigkeitsprofis und stärken ihre Wettbewerbsfähigkeit.

Wir bringen die „losen“ Enden zusammen.
Digital, einfach und mit Mehrwert.

COMPETITION

- Assessment & Reporting
- Kein vergleichbares End-2-End-Angebot
- Alleinstellungsmerkmal



Wo könnten mögliche Hindernisse bei der Integration in das Kerngeschäft liegen?

Ist es für euch hilfreich, sich über die Plattform zu vernetzen und somit voneinander zu lernen?

Was würde euch animieren, regelmässig auf die Plattform zu kommen?

Reicht ein Matching-Algorithmus oder braucht es mehr «Analoges»?

Welchen Mehrwert seht ihr durch die automatische Vernetzung über eine Plattform wie Crowda?

Wie schätzt ihr die Glaubwürdigkeit bezüglich der Kooperation zwischen einer Bank und einem Nachhaltigkeits-Start ein?



Crowda Sustainability GmbH
Im Tiergarten 10
CH – 8055 Zürich
Switzerland
+41 (79) 576 50 47
info@crowda.ch