

# FINTECH MARKT SCHWEIZ INNOVATIV UND VIELFÄLTIG

Das Ziel von FinTech ist es, existierende Angebote zu verbessern, zu ergänzen oder zu verdrängen. Für Banken und andere Finanzdienstleister kann dies somit sowohl als Chance, aber auch als Gefahr angesehen werden.

Autoren: Prof. Dr. Andreas Dietrich, Dr. Thomas Ankenbrand und Christoph Duss  
Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ, Hochschule Luzern – Wirtschaft

**Im Gegensatz zur Vergangenheit ist das Angebot solcher Dienstleistungen nicht mehr nur auf traditionelle Finanzinstitute beschränkt, sondern auch Non- und Near-Banks sind in den Markt eingetreten.**

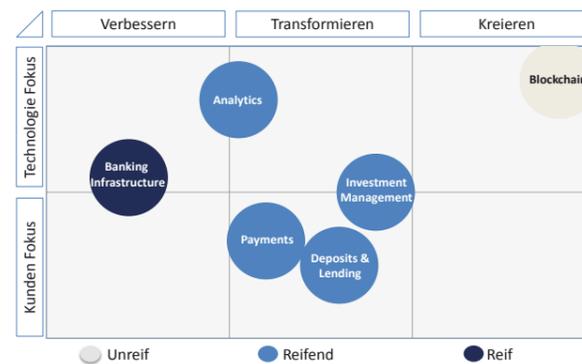
Somit stehen traditionelle Finanzdienstleister heute nicht nur untereinander im Wettbewerb, sondern auch mit FinTech-Startups und Firmen wie Apple oder Google.

## 6 FinTech-Kategorien

Der FinTech-Sektor lässt sich in sechs verschiedene Kategorien unterteilen.

Kategorie	Kurzbeschreibung
Analytics	Algorithmen-basierte Analyse von Daten
Banking Infrastructure	Neue Software und Tools für Banken
Blockchain	Technologie zur dezentralisierten Speicherung von vergangenen Transaktionen
Deposit & Lending	Alternative Finanzierungsmöglichkeiten mithilfe einer grossen Anzahl Geldgeber
Investment Management	Online Investieren von Vermögen
Payment	Neue Zahlungsmethoden

Um die Unterschiede zwischen den einzelnen Kategorien hervorzuheben, hat das Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ ein zweidimensionales Raster entwickelt. Die horizontale Achse bildet dabei das mögliche Disruptionspotential ab. Kategorien im Bereich Verbessern wollen bestehende Produkte verbessern oder ergänzen, während im Bereich Transformieren existierende Geschäftsmodelle transformiert und neu arrangiert werden. Im Bereich Kreieren werden ganz neue Märkte erschlossen und entwickelt.



Einteilung der sechs FinTech-Kategorien anhand ihres Disruptionspotentials und ihres Fokus (Quelle: IFZ FinTech Study)

ren werden ganz neue Märkte erschlossen und entwickelt. Die vertikale Achse unterscheidet den Fokus, auf welchen sich eine Kategorie konzentriert. Technologie-fokussierte Kategorien kümmern sich mehr um die Entwicklung neuer Technologien. Im Gegensatz dazu legen Kunden-fokussierte Kategorien mehr Wert auf die Verbesserung der User Experience und bieten in der Regel nicht die technologisch sophistiziertesten Produkte (was dafür jedoch auch nicht nötig ist). Als dritte Dimension wurde zudem die Reife einer Kategorie miteinbezogen, welche anhand ihrer Farbe zu erkennen ist. Wenig überraschend ist die Kategorie Blockchain jene mit dem grössten Technologie-Fokus und Disruptionspotential. Diese neuartige, jedoch noch unreife Technologie hat das Potenzial, existierende Märkte signifikant zu verändern. Auf der anderen Seite steht Banking Infrastructure als reife Kategorie, welche seinen Fokus auf die Verbesserung existierender Produkte legt. Die restlichen vier Kategorien sind reifend und wurden dem Bereich Transformieren zugeordnet. Dort werden Produkte entwickelt, welche die «Art des Geschäftemachens» im jeweiligen Markt verändern sollen.

Das heisst, die Natur der Dienstleistung bleibt an sich gleich (z.B. Vermögen investieren oder Geld leihen), jedoch die Art, wie dieser Prozess abgewickelt wird, verändert sich.

## Beachtliche Entwicklung in den letzten Jahren

Wie die IFZ FinTech Study 2016 zeigt, ist der Schweizer FinTech-Sektor vielfältiger und lebendiger als bisher von der Öffentlichkeit wahrgenommen. In den letzten Jahren hat er deutlich an Fahrt aufgenommen. Gab es in 2010 erst 24 spezialisierte FinTech-Unternehmen in der Schweiz, waren es gemäss Erhebungen per Ende 2015 bereits über 160, was einer Versiebenfachung entspricht. Auch die Anzahl Firmengründungen im FinTech-Sektor hat in diesem Zeitraum stetig zugenommen. In den letzten Jahren wurde jährlich eine zweistellige Anzahl neuer Unternehmen gegründet. Neben Startups können verschiedene weitere Akteure zum FinTech-Sektor gezählt werden. Beispielsweise spielen etablierte Unternehmen aus dem Finanz- und Technologie-sektor eine wichtige Rolle. Sie sind entweder Konkurrenten der Startups oder arbeiten mit ihnen zusammen, um neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Auch in der Schweiz gibt es bereits einige Beispiele für solche Kooperationen. So stellt Contovista seine Personal Finance Management (PFM) Applikation verschiedenen Banken zur Verfügung, welche diese dann in ihr Online-Banking integrieren. Oder die Hypothekbank Lenzburg arbeitet mit CreditGate24 zusammen, um eine gemeinsame Crowdfunding-Plattform zu betreiben.

Mit der zunehmenden Grösse des Schweizer FinTech-Sektors sind auch verschiedene Bemühungen in Gang gesetzt worden, die Interessen und Aktivitäten der Beteiligten zu koordinieren. Daraus resultierte die Gründung mehrerer Verbände, wovon zurzeit schweizweit mehr als ein halbes Dutzend existieren. Sie organisieren Networking-Anlässe, fördern den Austausch und vertreten die Interessen des FinTech-Sektors in der Politik und Wirtschaft. Überdies sind in den vergangenen Monaten mehrere Inkubatoren und Akzeleratoren lanciert worden, welche Startups bei der Entwicklung ihrer Geschäftsideen unterstützen. Neben einheimischen Initiativen sind auch ausländische

Inkubatoren in den Schweizer Markt eingetreten, um die verheissungsvollsten Startups zu coachen und begleiten. Zudem wurden im letzten Jahr auch verschiedene Awards und Challenges initiiert, welche als zusätzliche Förderungskanäle dienen.

## Internationale Expansion, Regulierung und Fachkräfte als Knackpunkte

Trotz dieser positiven Entwicklung sehen sich Schweizer FinTech-Unternehmen mit verschiedenen Herausforderungen konfrontiert. Da der Binnenmarkt Schweiz für viele FinTech-Produkte zu klein ist um langfristig zu bestehen, scheint eine internationale Expansion ein unvermeidlicher Schritt. Zudem bietet die Schweiz zurzeit eine vergleichsweise wenig FinTech-freundliche Regulierung, was auch in diesem Bereich zu zahlreichen Herausforderungen führt. Die FINMA beabsichtigt jedoch, Hürden für FinTech-Unternehmen zukünftig abzubauen, um die Position der Schweiz im internationalen Standortwettbewerb zu stärken. Als dritter Knackpunkt kann die beschränkte Verfügbarkeit von Fachkräften aufgeführt werden. Noch immer sind benötigte Fachkräfte schwer zu rekrutieren, obwohl die Schweiz im Bereich der Bildung über eine exzellente Ausgangslage verfügt.

Hinweis: Die rund 100-seitige IFZ FinTech Study 2016 (auf Englisch) kostet CHF 290.– und kann unter [ifz@hslu.ch](mailto:ifz@hslu.ch) bestellt werden.

## FAZIT

In den letzten Jahren ist eine lebendige Szene mit unzähligen Startups, Finanz- & Technologieunternehmen, Investoren, Inkubatoren & Akzeleratoren und Verbänden entstanden. Um diese positive Entwicklung aufrecht zu erhalten, sind verschiedene Herausforderungen zeitnah zu lösen. Trotz dieser Knackpunkte ist der Schweizer FinTech-Sektor für weiteres Wachstum gut positioniert.



**PROF. DR. ANDREAS DIETRICH**  
Mitglied Institutsleitung und Leiter Kompetenzzentrum Financial Services Management

**DR. THOMAS ANKENBRAND**  
Dozent

**CHRISTOPH DUSS**  
Senior Wissenschaftlicher Mitarbeiter

# CROWDFUNDING: GROSSES WACHSTUM BEI TIEFEN VOLUMEN

Im vergangenen Jahr wurden in der Schweiz insgesamt 27.3 Millionen Franken durch Crowdfunding vermittelt, was gegenüber dem Vorjahr einem Plus von 73 % entspricht. Dieses Volumen wurde mit Unterstützung von etwa 90 000 Personen aufgebracht.

Autoren: Prof. Dr. Andreas Dietrich und Simon Amrein  
Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ, Hochschule Luzern – Wirtschaft

**Die Zahlen dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen: Crowdfunding wächst zwar rasant, in absoluten Zahlen sind die Volumen aber noch tief.**

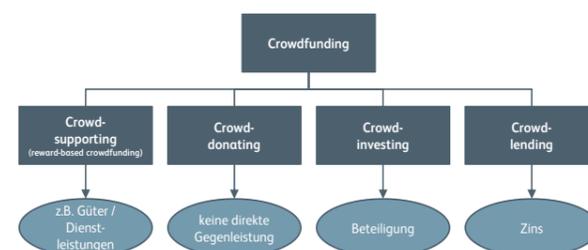
Crowdfunding ist eine alternative Art, um Geld zu sammeln – sei es für die Verwirklichung eines Kulturprojekts, die Herstellung eines Produktes, die Umsetzung einer Geschäftsidee oder die Finanzierung einer privaten Investition. Durch eine Finanzierungskampagne im Internet versuchen dabei Initianten solcher Kampagnen, Gelder von möglichst vielen Kapitalgebern zu erschliessen. In der Regel trägt so eine grosse Anzahl von Menschen (Crowd) durch viele Kleinbeträge zum Erreichen eines meist festgelegten Finanzierungsziels bei.

## Crowdfunding – eine Definition

So verschieden die Finanzierungsvorhaben sind, so vielfältig sind die Arten von Crowdfunding. Die jährlich erscheinende Marktstudie «Crowdfunding Monitoring» der Hochschule Luzern – Wirtschaft unterscheidet grundsätzlich vier verschiedene Arten von Crowdfunding. Die Abgrenzung dieser Arten richtet sich dabei nach der jeweiligen Entschädigung für die geleistete finanzielle Unterstützung (siehe Abbildung rechts). Die Gegenleistungen können einerseits einen monetären Hintergrund haben: Die Kapitalgeber erhalten hierbei eine Beteiligung am Unternehmen oder einer Immobilie (Crowdinvesting) oder einen Zinsertrag (Crowdlending) für das zur Verfügung gestellte Kapital. Andererseits können die Gegenleistungen auch nicht monetär sein: Im Crowdsupporting (auch reward-based crowdfunding) erhalten Unterstützende zum Beispiel eine Gegenleistung in Form eines künstlerischen Werkes, einer Dienstleistung, oder eines Produktes – der Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt. Schliesslich ist es auch möglich, dass keine direkten und messbaren Ge-

genleistungen für die getätigte Investition erbracht werden. Typischerweise fallen in diesen Bereich des Crowddonating Spenden für soziale, kulturelle oder politische Zwecke. Die Kommunikation zwischen Investor und Kapitalnehmer erfolgt über Crowdfunding-Plattformen im Internet. Die Plattformen übernehmen somit die Rolle des Intermediäres, dem für die Transaktion eine Gebühr entrichtet wird. Diese Vermittlungsprovision ist meistens als Prozentsatz auf dem erhobenen Betrag definiert. Bei den meisten Plattformen wird für eine Kampagne jeweils ein Zielbetrag festgelegt. Wird der Zielbetrag erreicht, wird der Betrag abzüglich der Vermittlungsprovision an die Projektinitianten ausbezahlt. Erreicht eine Kampagne den Zielbetrag nicht, fließt das Geld an die Investoren zurück (sogenanntes All-or-Nothing-Prinzip).

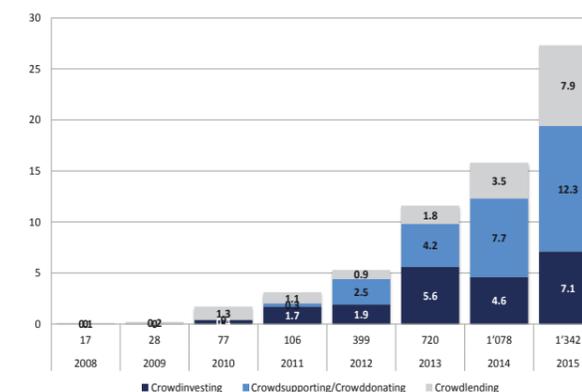
## Der Schweizer Markt



Formen und Gegenleistungen der verschiedenen Crowdfunding-Kategorien (Quelle: IFZ, Crowdfunding Monitoring)

Die Bedeutung von Crowdfunding ist in der Schweiz mit einem Volumen von CHF 27.3 Mio. noch gering. Auch ein Vergleich der Relevanz von Crowdfunding in der Schweiz mit den Volumen in Deutschland (CHF 0.27 Mrd., Jahr 2015), Grossbritannien (CHF 4.76 Mrd.) oder in den USA (etwa CHF 35.4 Mrd.) zeigt, dass der Schweizer Markt derzeit

noch in einer Anfangsphase steckt. Die Wachstumsraten in der Schweiz sind aber sowohl was die Anzahl Anbieter betrifft als auch in Bezug auf Volumen und Anzahl erfolgreich finanzierter Crowdfunding-Kampagnen enorm hoch. So sind in den letzten sechs Jahren in der Schweiz über 40 Plattformen entstanden, die in dieser Zeit ein Volumen von insgesamt über CHF 65 Millionen vermittelt haben. Innerhalb der Crowdfunding-Arten entfällt der grösste Anteil auf Crowdsupporting und Crowddonating (CHF 12.3 Mio.). Durch Crowdlending wurden im Vorjahr CHF 7.9 Millionen vermittelt, durch Crowdinvesting CHF 7.1 Millionen. Diese Werte sind zwar beachtlich, im Vergleich zu relevanten Vergleichsmärkten jedoch noch tief. So wurden beispielsweise im Jahr 2014 in der Schweiz CHF 1.7 Milliarden gespendet – der Wert für Crowdsupporting und -donating ist im Vergleich dazu also extrem tief. Gleiches gilt auch für den Vergleich des Crowdlendings mit dem Konsumkreditmarkt, welcher sich im Jahr 2015 auf CHF 3.9 Milliarden belief (neu abgeschlossene Kredite). Die Diskrepanz würde noch stärker ausfallen, würde man den ebenfalls in die Kategorie von Crowdlending fallenden KMU-Finanzierungsmarkt berücksichtigen. Diese sehr hohen Volumen von Vergleichsmärkten zeigen jedoch auch das enorme Potential von Crowdfunding auf, ist es doch denkbar, dass zumindest Teile dieser Märkte zunehmend «digitalisiert» werden.



Volumenentwicklung in der Schweiz seit 2008, über der Jahreszahl die Anzahl Kampagnen (Quelle: IFZ, Crowdfunding Monitoring)

Für das laufende Jahr erwarten wir eine massive Volumenausweitung, welche den letztjährigen Wert von CHF 27,3 Millionen wohl verdoppeln wird. Dabei zeigen sämtliche Crowdfunding-Arten hohe Wachstumsraten. Grossen Einfluss auf das Wachstum hat aber aktuell insbesondere Crowdinvesting im Immobilienbereich. Dort werden bereits



**PROF. DR. ANDREAS DIETRICH**  
(1976)

Leiter des Kompetenzzentrums Financial Services Management am Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Er ist spezialisiert auf Trends und Entwicklungen im Finanz- und Bankenbereich.



**SIMON AMREIN**  
(1985)

Senior Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft.

mit wenigen Kampagnen (Immobilienprojekten) hohe Volumen erzielt mit entsprechender Wirkung auf die Entwicklung des Gesamtmarktes.

## Nische mit Potential und Stolpersteinen

Crowdfunding wächst, hat enormes Potential und wird zunehmend in vielen Bereichen eine relevante alternative Finanzierungsmöglichkeit. Die Kombination dieser Faktoren birgt aber auch Herausforderungen. Um beispielsweise Investoren über mögliche Risiken aufzuklären, ist Information und Transparenz notwendig. Zudem ist auch die Regulierung der Branche ein Dauerthema. Diese wird aktuell hauptsächlich durch Einzel-Rulings zwischen der FINMA und den Plattformen sichergestellt. Ein massvoller gesetzlicher Rahmen und die damit verbundene Rechtssicherheit in Form von klaren Spielregeln für Plattformen, Projektinitianten sowie Unterstützenden ist jedoch wünschenswert. Zudem wirkt insbesondere im Bereich des Crowdlendings die sogenannte 20er-Regel, welche maximal 20 Investoren für eine Kampagne zulässt, hemmend für das Wachstum dieser Crowdfunding-Art. Für den Erfolg oder Misserfolg der Schweizerischen Crowdfunding Plattformen wird somit nicht zuletzt auch der gesetzliche Rahmen mitentscheidend sein. ●

Hinweis: Ausführliche Informationen zum Crowdfunding Markt Schweiz sowie der «Crowdfunding Monitoring 2016» finden Sie unter [www.hslu.ch/crowdfunding](http://www.hslu.ch/crowdfunding).