Das Schweizer Wirtschaftsmagazin

BILANZ

Gründungsfieber

Fintech: Was die Neulinge den Anlegern zu bieten haben

Mit einfachen und günstigen Lösungen Emischen junge Fintech-Unternehmen die Finanzwelt auf. Sie beraten, makeln und bringen neue Anlagen Emit attraktiven Renditen auf den Markt.

VON ERICH GERBL – **20.12.2016**



1/10Eine Metastudie der Hochschule Luzern hat das folgende Ranking der innovativsten Fintech-Länder weltweit ergeben.:

Rang 10: Sydney, Australien



2/10Rang 9: Tokyo, Japan

Anzeige



3/10Rang 8: Hongkong



4/10Rang 7: London, England



5/10Rang 6: Stockholm, Schweden



6/10Die **Schweiz** landet auf Rang 5 und belegt somit einen der Spitzenplätze.



8/10Rang 3: New York City, USA



10/10Der Stadtstaat **Singapur** landet auf Rang 1.

Anzeige



7/10Rang 4: San Francisco, USA



9/10Rang 2: Amsterdam, Niederlande

Singende Gondolieri mit blau-weiss gestreiften Shirts und Strohhüten schippern ihre Kundschaft unter der Rialtobrücke durch, vorbei an Dogenpalast, Campanile und Markusplatz. Willkommen in der künstlichen Welt des Hotels The Venetian in Las Vegas. Hier wurde jüngst im Rahmen der weltgrössten Fintech-Messe «Money20/20» die Zukunft der Finanzbranche präsentiert. Die Welt der Fintech ist zwar digital, wird aber zunehmend real. Das spiegelt sich allein schon in den Besucherzahlen der Messe. Über 10'000 Teilnehmer aus 75 Ländern, darunter mehr als 1000 CEO, pilgerten ins Vergnügungsmekka. Seit 2012 hat sich die Teilnehmerzahl verfünffacht.

Fintech, eine Kombination aus Finanzdienstleistungen und Technologie, erlebt einen Boom – auch in der Schweiz. Fintech-Start-ups schiessen wie Pilze aus dem Boden. Experten

haben Mühe, den Überblick zu behalten. «Über 160 Fintechs sind in der Schweiz aktiv, und es werden immer mehr», sagt Thomas Ankenbrand, Dozent am Institute for Financial Services in Zug und einer der Autoren der «IFZ Fintech Study 2016». Alle haben ein Ziel: die Finanzindustrie in ihrem Bereich neu zu erfinden.

Banken sind alarmiert

Der disruptive Wandel, der schon durch die Medienlandschaft, die Reiseindustrie oder den Handel fegte, hat nun auch die Finanzindustrie erfasst. Die Banken sind alarmiert. Laut Schätzungen der Citigroup ist global die Hälfte der Gewinne der Banken im Retailgeschäft akut bedroht. Francisco González Rodríguez, CEO von BBVA, der zweitgrössten Bank Spaniens, schätzt, dass weltweit die Hälfte der Banken infolge der digitalen Revolution verschwinden wird.

Kaum eine Bank hat eine Strategie, wie sie dem Innovationsdruck begegnen kann. «In den letzten zehn Jahren, der Zeit, in der Google und Facebook gross geworden sind, waren die Banken mit Finanzkrise und Regulierung, kurz mit der Vergangenheit, beschäftigt», sagt Matthias Bossardt, Fintech-Experte bei KPMG. Ähnlich sieht das Bankenexperte Daniel Kobler von Deloitte: «Banken haben 30 Jahre relativ wenig gemacht, es herrscht Innovationsstau.»

Am Anfang steht das iPhone

Der Schrecken für die Banken nahm 2007 mit der Einführung des iPhones und der permanenten Verbindung in die digitale Welt seinen Anfang. Mit den Smartphones veränderte sich das Kundenverhalten radikal. Heute wirken die Öffnungszeiten der Banken wie eine Einschränkung aus längst vergessenen Zeiten. Bei den Millennials, der so gefragten Kundenschicht der zwischen 1980 und 2000 Geborenen, sind 24/7, Innovation und «Customer Experience» angesagt.

«Die grosse Kunst ist es, die Komplexität aus den Lösungen herauszunehmen. Die Produkte müssen so einfach sein, dass man nicht denken muss. Noch werden Fintech-Lösungen wenig genutzt, aber die Entwicklung ist nicht zu stoppen und wird sich noch sehr beschleunigen. Viele werden die Lösungen lieben, weil sie das Leben vereinfachen», sagt Spiros Margaris. Der Schweizer ist selbst in Fintechs investiert, ist jedoch vor allem Venture Capitalist, Berater und weltweit gefragter Experte. Seine Tweets werden von mehreren Millionen Usern gelesen. Im Juli hat ihn Onalytica zum einflussreichsten Fintech-Experten der Welt gekürt.

Gewinner ist der Konsument

Während der Wettlauf zwischen alteingesessenen Finanzinstituten und Start-ups noch im Gang ist, steht der Konsument bereits als Gewinner fest. Der kann sich über neue Angebote freuen, die einfach zu bedienen sind und dazu mit niedrigeren Kosten und grösserer Transparenz einhergehen.

Eine dieser neuen Assetklassen haben vier ehemalige Mitarbeiter von Google auf den Markt gebracht. Beim Zürcher Start-up Advanon können Anleger in Debitorenrechnungen von Schweizer KMUs investieren. Das Geschäft mit Vorfinanzierungen war bisher den Banken vorbehalten. Die Rendite lässt sich sehen. Im Schnitt liegt sie laut Advanon bei jährlich rund zwölf Prozent. Der Mindesteinsatz für eine Rechnung liegt bei 1000 Franken, nach oben gibt es keine Limiten. Immer um 11 und 17 Uhr erhalten Investoren die neuesten Angebote. «Sobald die Rechnungen präsentiert werden, gilt «First come, first served»», sagt Maximilian Schickler von Advanon. Die gerade in Zeiten von Negativzinsen verlockende Rendite gibt es jedoch nicht umsonst: Die Vorfinanzierung von Rechnungen gilt als riskant.

Innovative Glarner

Als besonders innovativ fällt die Glarner Kantonalbank auf. Sie hat 2012 mit ihrem Hypomat.ch ein echtes Fintech-Produkt auf den Markt gebracht. Die Idee war, eine Hypothek unabhängig von Ort und Zeit und noch dazu ohne Beratung zu vergeben. Anfänglich waren nur Erneuerungen möglich.

Über die Website lässt sich innerhalb von wenigen Minuten online eine Hypothek abschliessen. Im Zentrum stehen die Tragbarkeit (40 Prozent netto) und die Belehnung (67 Prozent). Erfüllen Kunden die Kriterien, bekommen alle dieselben, wegen der niedrigen Kosten kompetitiven Zinssätze. Zwei- und dreijährige Festhypotheken werden zu rund 0,7 Prozent vergeben. Für eine zehnjährige sind es aktuell 1,12 Prozent. Auch Libor- und variable Hypotheken werden über den Hypomat angeboten. Die Verträge werden meist innerhalb von 24 Stunden verschickt. Die Hypomat-Software ist auch bei der Freiburger Kantonalbank als Fribank im Einsatz.

Die Banken würden wohl gerne wie die Glarner schneller auf die Herausforderung durch die Fintechs reagieren. Doch oft stehen ihnen sogenannte Legacy Systems (Altlasten) im Weg, etwa in Form der über Jahrzehnte gewachsenen Unternehmenssoftware. «Die alten IT-Systeme machen es schwer, die besseren Lösungen der Fintechs zu integrieren», sagt Blogger Spiros Margaris.

Eines der Erfolgsrezepte des Finanztechnologie-Dienstleisters Contovista aus Schlieren bei Zürich liegt in der relativ einfachen Integration seiner Software. Die Programme stehen bei der Zürcher, der Schwyzer und der Graubündner Kantonalbank im Einsatz. Laut Contovista-Chef Gian Reto à Porta sollen in den nächsten Monaten weitere Finanzinstitute folgen. Die Software der Schlieremer kategorisiert automatisch Zahlungen. Es gibt die Möglichkeit, Ausgaben zu kommentieren und zu markieren. Grafiken helfen bei der Analyse, Budgets können automatisch überwacht werden. Nützlich ist eine Speicherfunktion für Quittungen, sodass man in Garantiefällen die Rechnung sofort zur Hand hat.

Aber auch die Banken profitieren. Contovista wertet die Daten ihrer Kunden aus. Die Software analysiert automatisch die Ausgaben und empfiehlt passende Bankprodukte. Sie macht beispielsweise auf fehlende Einzahlungen auf das 3a-Konto aufmerksam.

«Schweizer Fintechs sollten auf die Stärken der Schweiz bauen. Themen wie Robo-Advising, Investment Management und mittelfristig auch blockchainbasierte Lösungen: Solche Themen liegen den Schweizer Fintechs», sagt KPMG-Partner Bossardt. Die Unternehmensberatung A.T. Kearney prognostiziert, dass Robo-Advisors in den USA im Jahr 2020 rund 2200 Milliarden Dollar verwalten würden. Im Vergleich zu 2016 eine Steigerung von 1900 Milliarden. In der Schweiz haben sich als Robo-Advisors etwa die innovative Glarner Kantonalbank mit ihrem Investomat oder die von Digitec-Gründer Oliver Herren ins Leben gerufene True Wealth positioniert.

Robo-Advisors mit tiefen Gebühren

Anders als der Name suggeriert, schlägt dem Anleger kein Roboter, sondern eine Software auf Basis einer detaillierten Befragung ein Portfolio vor. Da dies automatisiert geschieht und die Depots meist mit kostengünstigen ETFs bestückt werden, zeichnen sich diese Robo-Advisors durch niedrige Gebühren aus – bei TrueWealth liegt die Managementgebühr bei 0,5 Prozent, bei der Glarner Kantonalbank sind es 0,6 Prozent. Dazu kommen bei beiden Angeboten jeweils noch die sogenannten TER (Produktkosten) dazu. Im Schnitt betragen diese beispielsweise bei TrueWealth 0,25 Prozent. Die Mindestanlage liegt bei True Wealth bei 8500 Franken, bei der Glarner Kantonalbank bei 5000 Franken. Bei der Glarner Kantonalbank kann man thematische Schwerpunkte setzen, etwa auf Gold. Kontakte mit Beratern sind grundsätzlich nicht vorgesehen. Nicht umsonst gehen Robo-Advisors auf die Initiative menschenscheuer Nerds aus dem Silicon Valley zurück.

«Die Robo-Advisors der Glarner KB oder von True Wealth können empfohlen werden, wenn es um ETF-Portfolio-Anlagen geht», sagt Christian König, der ein Schweizer Fintech-Portal betreibt. Für kompliziertere Depots erscheinen die Robos als alleinige Lösung weniger geeignet. «Wer eine Safari bucht, geht auch nicht nur zu Booking.com, sondern zusätzlich ins Reisebüro», sagt Spiros Margaris. Angebote gibt es freilich dennoch: Der Robo-Advisor InvestGlass fokussiert sich vor allem auf Family Offices und institutionelle Anleger.

Generell ist der Markt für digitales Anlegen hart umkämpft. Professor Andreas Dietrich von der Hochschule Luzern erwartet, dass künftig weitere Schweizer Banken mit bekannten Marken in den Markt eintreten. Auch aus dem Ausland droht Konkurrenz. Dort entwickelt sich die automatisierte Anlage rasant. Die Online-Plattform Schwab Intelligent Portfolios sammelte in weniger als einem Jahr 5,3 Milliarden Dollar ein und überholte damit die bisherigen Robo-Könige Wealthfront (4 Milliarden) und Betterment (5,1 Milliarden). «Langfristig wird Robo-Advising zur Commodity», prognostiziert Margaris.

Ex-Banker gründen Fintechs

Einen Grund für den Fintech-Boom lieferten die Banken durch die Restrukturierungen gleich selbst. «Durch den starken Personalabbau standen viele talentierte Banker auf der Strasse und sahen sich nach einer neuen Karriere um. Heute tun sich viele Banker mit IT-Leuten zusammen und gründen ein Fintech-Unternehmen», sagt Matthias Bossardt von KPMG. Beispielsweise wurde der Robo-Advisor Werthstein von Ex-CS-Managern gegründet. Das Unternehmen sieht sich als «eine Art «Economist» mit einem Trading-Knopf». Angeboten werden Inhalte, und das in Form eines mehrere hundert Franken teuren Abos.

Auch andere Anbieter versuchen Ordnung in die Daten- und Informationsflut zu bringen und so die Investitionsentscheide zu verbessern. Auf die Intelligenz der Masse, die sogenannte Schwarmintelligenz, setzt Sentifi. Das Start-up ordnet unstrukturierte Daten aus 3,3 Millionen Quellen: Nachrichten, Blogs und Social-Media-Kanälen. Die Daten sollen Asset Managern, Analysten und auch Privatinvestoren nützlich sein.

Ein Trend innerhalb der Fintech-Branche ist der Fokuswechsel von B2C zu B2B, also weg vom Endkunden hin zu Unternehmen. «Fintechs sind mit dem Plan angetreten, die Banken und Versicherungen verschwinden zu lassen. Aber sie haben gemerkt, dass sie die Banken als Kunden brauchen. Gleichzeitig brauchen die Banken die Technologie. Am Ende entsteht eine Win-win-Situation», sagt Deloitte-Experte Jan Seffinga.

Auch im Versicherungsmarkt aktiv

In diese Richtung gehen auch die Angebote der Fintechs aus dem Versicherungsbereich. Zu den bekanntesten Vertretern zählen FinanceFox und Knip. FinanceFox hat sich als digitaler Versicherungsmanager positioniert. Mittels App wird das Versicherungsportfolio verwaltet. Der Fokus liegt auf persönlicher Beratung. Ein Ansprechpartner gibt Hinweise auf Kündigungsfristen, Laufzeiten und Tarifänderungen.

Geduld für die Warteschleife muss man mitbringen. Versicherungsbroker werden bei FinanceFox aktiv integriert. Das Unternehmen schliesst mit ihnen Kooperationsverträge ab und bekommt einen Teil der Provisionen. Sein Ziel ist, dass der althergebrachte Broker erhalten bleibt. Man wachse gemeinsam. «Wir wollen uns von den Bestandsräubern abgrenzen», sagt Willi Ruopp, Marketingchef von FinanceFox.

Konkurrent Knip sieht sich als digitaler Makler und hat damit den deutlich disruptiveren Ansatz. Kunden müssen sich jedoch bewusst sein, dass sie dem Betreiber ein Brokermandat erteilen. Knip-Mitarbeiter sind dann auch bei allen Fragen und im Versicherungsfall die Ansprechpartner.

Banken und Versicherungen werden sich daran gewöhnen müssen, ihr Geschäft mit den neuen Fintech-Playern zu teilen. So werden künftig wohl immer grössere Teile der Wertschöpfungskette ausgelagert. Daniel Kobler von Deloitte rechnet damit, dass die Wertschöpfungstiefe der Banken in den kommenden Jahren von heute etwa 85 Prozent Richtung 60 bis 50 Prozent sinken wird. Bei Autokonzernen beispielsweise liegt sie heute schon bei 30 Prozent. Die Zukunft wird spannend.