

Donnerstag, 30.04.2015

FinTech, Finance 2.0 und Next Generation Finance



Besucher an der Finance-2.0-Konferenz 2014.

Viele reden von FinTech und Finance 2.0, aber um was geht es eigentlich?

Das Finanzwesen besteht aus sämtlichen wirtschaftlichen Teilgebieten, die sich mit Finanzen befassen. Die Digitalisierung des Finanzwesens bedeutet deshalb je nach Teilgebiet für jeden etwas anderes. Web-Unternehmer und FinTech-Investor Marc P. Bernegger sieht in der Digitalisierung vorwiegend Chancen: "Wie in anderen Branchen schon vor vielen Jahren geschehen, steht heute auch die Finanzindustrie vor grossen Veränderungen. Durch die digitale Revolution werden bestehende Wertschöpfungsketten durch agile und innovative Fintech-Unternehmen komplett aufgebrochen."

FinTech

Dass Abläufe und Prozesse digitalisiert werden, ist nichts Neues, speziell für die Finanzbranche nicht. Aus Sicht der IT geht es um Abläufe/Prozesse, Interaktionen und

Daten. Diese kann man sofern sie noch nicht in digitaler Form vorhanden sind digitalisieren. Die Problemkreise sind, wie in anderen Bereichen auch, die Schnittstellen analog/digital, digital/analog und digital/digital. Zudem bestehen erhöhte Sicherheitsanforderungen bezüglich der digitalen Abläufe/Prozesse und der Daten. Oft fehlen aber noch standardisierte Schnittstellen, um Abläufe/Prozesse betriebsübergreifend implementieren zu können und entsprechend zu industrialisieren. Der Sammelbegriff FinTech umfasst sämtliche technischen und technologie-basierten Lösungen, welche den Betrieb, die Produkte, den Vertrieb und die Kundeninteraktion im Finanzwesen betreffen. Finance 2.0 und Next Generation Finance stehen für Produkte, Geschäftsmodelle und Lösungen, die durch FinTech ermöglicht werden.

Der Umfang, die Leistungsfähigkeit und die Qualität der IT ist für Banken, Finanzunternehmen und Finanzdienstleister ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Je nach Ausrichtung des Unternehmens ist eine unterschiedliche Funktionalität gefordert. Beim Wettbewerb zwischen etablierten und neuen Unternehmen spielt der Einsatz der IT oft eine grosse Rolle, ist aber meist nicht matchentscheidend. IT ist ein Werkzeug und keine Gesamtlösung. Ohne marktgerechtes Produkt, ein tragfähiges Geschäftsmodell, eine vernünftige Kapitalisierung, einen effizienter Betrieb, wahrnehmbares Marketing und einen guten Kundendienst bringt auch eine gute IT-Lösung nicht den gewünschten Erfolg

Die digitale Bank

Es gibt zwei komplett unterschiedliche Sichtweisen der digitalen Bank: Die Sichtweise der Bank und die Sichtweise des Kunden. Für die einen geht es um die Digitalisierung der Infrastruktur und das Bereitstellen von Online-Services, während es für die anderen um die Verfügbarkeit und Nutzung von Online-Services geht.

Die Digitalisierung des Bankwesens begann mit den Kernbanksystemen in den Siebzigerjahren des letzten Jahrhunderts und breitete sich von da aus in alle Bereiche der Infrastruktur vor. Mit der Verbreitung des World Wide Web und schnellen Internetverbindungen Ende der Neunzigerjahre führten erste Universalbanken das Online-Banking für Retailkunden ein. Gleichzeitig gab es die ersten reinen Online-Banken und Online-Trading-Plattformen. Diese waren zwar disruptiv, vermochten aber keine grossen Marktanteile zu gewinnen, da etablierte Banken ihrerseits auch mit der technischen Entwicklung Schritt hielten und Online-Angebote einführten. Der Haupteffekt, den die Neueinsteiger verursachten, ist ein Druck auf die bestehende Preisstruktur, der bis heute anhält. Im Gegensatz zu den Neueinsteigern, welche von Anfang an mit modularen service-orientierten Architekturen arbeiteten, mussten viele der etablierten Banken ihre neuen Services auf dem Fundament eines monolithischen Mainframe-basierten Kernbankensystems aufbauen.

Je breiter das Tätigkeitsgebiet einer Bank, desto mehr unterschiedliche Geschäftsprozesse fallen an. Diese sind dem Kernbankensystem vorgelagert und unterliegen teilweise einer umfangreichen Regulierung. Eine digitale Abbildung dieser Geschäftsprozesse kann mittels Business Process Management umgesetzt werden und zu Kosteneinsparungen führen. Ein weiterer Bereich ist die Digitalisierung von Dokumenten und deren Management. Die Digitalisierung bestehender analoger Prozesse ist komplex und mit viel Aufwand verbunden, weshalb sich das nicht in allen Bereichen lohnt. Eine komplette Digitalisierung der Infrastruktur und der Prozesse ist nur in eingeschränktem Umfang möglich. Beim Kundendienst und der Beratung ist der Versuch einer kompletten Digitalisierung von vornherein zum Scheitern verurteilt. Digitale Hilfestellung kann zwar Teil des Kundendienstes und der Beratung sein, doch nicht alles. Für Banken ist Online ein zusätzlicher Interaktions- und Vertriebskanal, der selbst wiederum über mehrere Kanäle verfügt. Dies führt zu speziellen Herausforderungen. Um Kunden optimal betreuen zu können, muss der jeweilige Mitarbeiter eine Rundumsicht auf die Interaktionen des Kunden mit der Bank über alle Kundeninteraktionspunkte haben. So kann er Problemstellungen rasch nachvollziehen und zügig zur Zufriedenheit des Kunden lösen.

Ein Grossteil der Retailbankkunden nutzt den Online-Zugang zu Bankdienstleistungen für Zahlungsverkehr und Vermögensverwaltung. Hauptzugriffsplattform bleibt der Computer. Mobiles Banking via Smartphone steckt noch in den Kinderschuhen. Dabei geht es primär um Zahlungsverkehr und in geringerem Umfang um den Abruf von Konteninformationen. Das latente Sicherheitsproblem beschränkt das Potenzial von Smartphones zusätzlich.

Verschärft hat sich die Wettbewerbssituation im Bereich der Vermögensverwaltung. Davon sind aber nicht nur die Banken, sondern auch die bankexternen Vermögensverwalter betroffen. Filiallose Online-Vermögensverwalter können im Idealfall mit einer deutlich tieferen Kostenstruktur aufwarten als traditionelle Banken und Vermögensverwalter und deshalb die entsprechenden Dienstleistungen günstiger anbieten. Dabei gilt es zu unterscheiden zwischen reinen Selbstbedienungsläden, bei denen der Kunde sämtliche Anlageentscheide selber treffen und ausführen muss und Vermögensverwaltern, die Gelder nach Kundenprioritäten und bedürfnissen anlegen. Letztere sorgen auch dafür, dass die Gewichtung der Anlagen im Rahmen der Zielsetzungen und Vorgaben bleibt. Unterschiedliche Beispiele solcher Online-vermögensverwalter sind [Wealthfront](#), [Nutmeg](#) und [TrueWealth](#). Traditionelle Banken haben in Bezug auf die digitalen Dienstleistungen bereits nachgezogen, wie das Beispiel des [Investomats der Glarner Kantonalbank](#) zeigt. Auch die meisten anderen traditionellen Universalbanken haben bereits entsprechende Lösungen im Angebot oder in Planung.

"Mit dem neuen Onlinekanal für UBS Advice bieten wir Kunden aus unserem Kernbereich Wealth Management eine zusätzliche Möglichkeit, mit der Bank zu interagieren. Sie können entscheiden, ob sie über den Kundenberater oder online Kontakt mit uns aufnehmen. Das ist

ein weiteres Element unserer Multikanalstrategie", sagt Andreas Kubli, Leiter Multichannel Management & Digitization bei UBS Schweiz.

Gemäss einer Studie des Instituts für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern und der Swisscom sind Banken im Bereich des Robo Advisors in der Schweiz im Vorteil. Gemäss Studienautor Prof. Andreas Dietrich werden es Startups eher schwierig im Markt haben, wenn Banken vergleichbare digitale Anlageprodukte anbieten. Gleichzeitig erwartet er aber, dass sich im Markt für digitales Anlegen unterschiedliche Geschäftsmodelle für verschiedene Kundengruppen entwickeln werden und es entsprechend auch Platz gibt für Robo-Advisor-Modelle von Startups.

Für FinTech-Unternehmen bestehen immer zwei grundsätzlich verschiedene Ausrichtungen: Auf der einen Seite der Aufbau eines eigenen Online-Services in Konkurrenz zu den etablierten Marktteilnehmern und auf der anderen Seite die Belieferung von etablierten Marktteilnehmern, so dass diese ihre Angebotspalette erweitern können. Der Finanzierungsaufwand und das Risiko sind bei einem B2C-Modell massiv höher als bei einem B2B-Modell. Venture-Capital-Investor Daniel S. Aegerter sieht die Sachlage folgendermassen: "Die künftigen Gewinner der Fintech-Industrie müssen einen massiv höheren Kundennutzen bieten und durch Automatisierung eine tiefere Kostenstruktur erreichen. Bis die Gewinner bestimmt sind, wird es in der FinTech-Branche eine grosse Konsolidierungswelle geben."

Peer-to-Peer

In zwei Bereichen versuchen immer mehr Neueinsteiger mit Peer-to-Peer-Architekturen in den Markt zu drängen: Zahlungsverkehr und Geschäftsdarlehen. Beim Zahlungsverkehr sind es auf der einen Seite Kleinbeträge mittels Smartphones und andererseits Überweisungen ins Ausland in einen anderen Währungsraum. Die Zahlung von Kleinbeträgen via Smartphone ist nicht nur ein umstrittener, sondern auch ein extrem fragmentierter Markt, bei dem offenbar fast alle mitspielen wollen: Apple, Facebook, Google, Postfinance, Mobio, Klimpr und SIX, um nur ein paar zu nennen. Selbstverständlich sind diese Lösungen im Gegensatz zum Zahlungsverkehr zwischen Banken nicht interoperabel und deshalb nur von beschränktem Nutzen.

"Kunden wünschen sich von ihrer Bank hochqualitative und umfassende Zahlungsverkehrslösungen. Deshalb haben wir uns entschlossen, gemeinsam mit SIX und der Zürcher Kantonalbank eine offene Industrielösung aufzubauen, mit der Privatpersonen einfach, schnell und sicher Geld überweisen können", sagt Andreas Kubli.

Anders sieht es bei Überweisungen ins Ausland in einen anderen Währungsraum aus, wenn Überweisungskosten und Wechselkursgewinne reduziert werden können. Vermittelt ein Anbieter zwischen Parteien, die von Land/Währungsraum A Geld an Parteien im

Land/Währungsraum B transferieren wollen und Parteien, die Geld von Land/Währungsraum B an Parteien in Land/Währungsraum A transferieren wollen, so können die Transaktionen lokal in lokaler Währung ohne Zusatzkosten für die Überweisung und den Währungswechsel erfolgen. Obwohl sich der Vermittler eine Gebühr nimmt, können die Transaktionen kostengünstiger abgewickelt werden. Grundvoraussetzung ist ein möglichst ausgeglichener bidirektionaler Geldfluss zwischen Ländern/Währungsräumen.

Im Fall von Peer-to-Peer-Geschäftsdarlehen nimmt der Vermittler eine Vermittlungsgebühr. Statt wie eine Bank Geld von Sparern entgegenzunehmen, vermittelt er nur Geld zwischen Darlehensgeber und Darlehensnehmer. Ein Darlehen kann von vielen Darlehensgebern zusammen erfolgen. Das Risiko der Darlehensgeber wird gestreut, indem die Darlehenssumme eines Darlehensgebers auf viele unterschiedliche Darlehensnehmer verteilt wird. Es gibt die unterschiedlichsten Anbieter und Variationen, teilweise auch unter dem Begriff **Crowdfunding**, **Peer-to-Peer-Lending** und **Peer-to-Business-Lending**. Die Einnahmen des Vermittlers bestehen aus einer Vermittlungsgebühr und einer Verkaufsgebühr bei Beendigung des Darlehens durch den Darlehensgeber. Der Darlehensgeber soll eine bessere Verzinsung bekommen als auf einem Bankkonto und der Darlehensnehmer soll weniger Zins zahlen als bei einem normalen Kredit. Das alles tönt so gut, dass einige Anbieter höher bewertet sind als die aktuelle Gesamtsumme der durch sie vermittelten Darlehen. Und das bei Gebühreneinnahmen von 1 Prozent der Darlehenssumme pro Jahr und zusätzlich einmalig 0,25 Prozent der Darlehenssumme bei Verkauf.

Wie aus den Geschäftsmodellen gut ersichtlich ist, handelt es sich oft nicht um reine Peer-to-Peer-Modelle, sondern vielmehr um Peer-to-Peer via einen Vermittler.

Finance 2.0

An der [Finance-2.0-Konferenz am 5. Mai in Zürich](#) treffen sich die Experten aus dem FinTech-Bereich. Die Konferenz zeigt die aktuellen Entwicklungen sowohl im traditionellen Banking als auch die Angebote neuer Finanzunternehmen, die mittels FinTech und neuen Dienstleistungen Marktanteile gewinnen wollen. "Das Thema Finance 2.0 ist definitiv in der Schweizer Bankenwelt angekommen, doch es gibt noch viel zu tun, sehr viel", sagt Rino Borini, Mitinitiant der Konferenz und CEO von Financialmedia. (Christoph Jaggi)

Mehr zu diesem Thema:

[Banking-App von PostFinance lanciert](#)
[Swisscom zwischen Finnova, Avaloq und Digitalisierung](#)
[SIX organisiert Fintech-Hackathon](#)