

# Offene Flanken der Banken durch die digitale Revolution

Anbieter aus dem Technologiebereich drängen in Geschäftsfelder von Finanzhäusern – digitaler Strukturwandel in der Schweiz noch am Anfang

Technologieunternehmen machen Banken zunehmend das angestammte Geschäft streitig. Vor allem das klassische Retail-Banking ist betroffen. Der digitale Strukturwandel dürfte zu nächst leicht zu automatisierende Finanzprodukte erfassen.

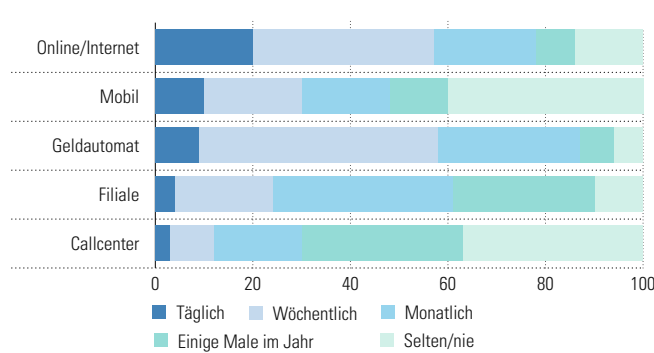
Michael Ferber

Mit dem jüngst angekündigten Einstieg in den mobilen Zahlungsverkehr sagt der amerikanische Technologiekonzern Apple den Finanzinstituten den Kampf an. Der Vorstoss ist nur ein Beispiel dafür, wie branchenfremde Technologiefirmen in traditionelle Geschäftsbereiche von Banken und Kreditkartenunternehmen vordringen. Die digitale Revolution hat die Finanzbranche in der Schweiz noch nicht mit voller Wucht erfasst, mehr und mehr Finanzunternehmen sehen aber zunehmenden Handlungsbedarf.

Andreas Dietrich, Professor an der Hochschule Luzern, sieht vor allem in leicht standardisierbaren Bereichen Chancen für neue Anbieter aus dem Technologiebereich. Auch eine am Dienstag dieser Woche publizierte Studie von Deutsche Bank Research geht davon aus, dass der digitale Strukturwandel vor allem die leicht zu automatisierenden Produkte betrifft. Die Finanzhäuser hätten hier «offene Flanken». So gelinge es neuen Anbietern zunehmend, Schwachstellen der Etablierten zu finden und attraktive alternative Pro-

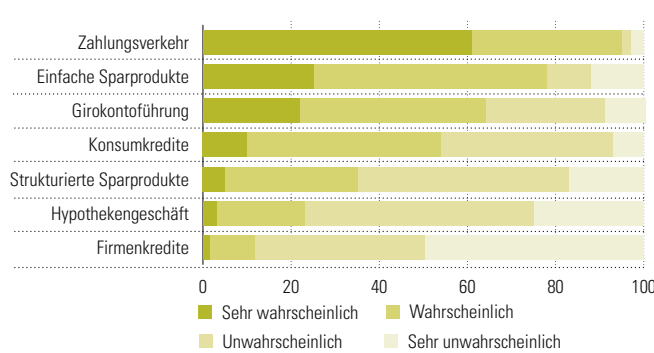
## Nutzung von Bankenkanälen

Welche Kanäle werden wie oft genutzt?  
In % Kunden internationaler Banken

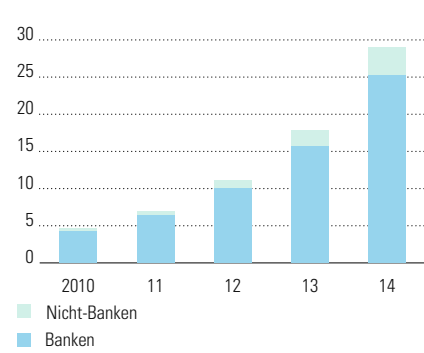


QUELLEN: ROLAND BERGER, DEUTSCHE BANK RESEARCH, CAP GEMINI, EY

Gefahr fürs Retail-Banking durch neue Marktteilnehmer in den nächsten 3 Jahren  
In % der Befragten, nach Produkten, international



Anzahl der weltweiten mobilen Zahlungstransaktionen  
In Mrd., nach Anbieter



NZZ-INFOGRAFIK/lea

dukte und Dienstleistungen anzubieten, heisst es darin. Zudem sanken die Transaktionskosten. Ausserdem könnten Kunden grundlegende Informationen selbst im Internet recherchieren. Das Angebot der neuen Wettbewerber konzentrierte sich im Finanzsektor vor allem auf Produkte und Dienstleistungen, die keiner regulatorischen Aufsicht unterliegen.

Primär geht es gemäss der Studie derzeit um das klassische Retail-Geschäft der Banken, mittel- bis langfristig dürften aber auch Firmenkunden und institutionelle Anleger von den neuen Anbietern umworben werden. Marktteilnehmer sehen vor allem in den Bereichen Zahlungsverkehr, im Bereich von einfachen Sparprodukten, bei der Girokonto-Führung sowie bei Konsumentenkrediten Gefahren für das derzeitige Retail-Banking (vgl. Grafik). Fi-

nanzplattformen, Hypothekenvermittler sowie Crowdfunding-Portale könnten den Banken in den kommenden Jahren hier immer stärker Konkurrenz machen.

Im Markt für mobile Zahlungssysteme steigt weltweit die Zahl der bargeldlosen Transaktionen (vgl. Grafik). Firmen wie Amazon, Paypal, Apple, Google oder Facebook dürften hier Ambitionen haben, den Banken und Kreditkarten-Anbietern das Geschäft streitig zu machen. Dietrich geht ausserdem davon aus, dass das Anlagegeschäft durch die neuen Wettbewerber in Bewegung gerät. Als Beispiele für neue Anbieter im Bereich Vermögensverwaltung nennt Marc Bernegger, Partner der Gesellschaft Next Generation Finance, beispielsweise die amerikanische Gesellschaft Wealthfront, die bereits Kundenvermögen von mehr als 1 Mrd. \$

verwaltet. Auch bei der Kreditvergabe versuchen neue Anbieter, den Banken das Geschäft streitig zu machen. Als Beispiele gelten hier die deutschen Unternehmen Smava und Auxmoney oder die schweizerische Cashare. Im Hypothekengeschäft sind in der Schweiz Anbieter wie Moneypark oder Hypoplus zu erwähnen. Auch im Bereich von Fremdwährungstransaktionen sind mittlerweile viele Internetplattformen aktiv und drängen ins Geschäft der Banken vor.

In der Schweiz stehe die Entwicklung im Vergleich mit anderen Ländern am Anfang und werde noch unterschätzt, sagt Bernegger. Gebremst werde sie auch durch das mangelnde Vertrauen der Kunden in die neuen Anbieter. Für die Banken dürfte es mit dem Fortschreiten der Technologien aber zunehmend schwieriger werden, gerade

jüngeren Kunden teure Finanzprodukte zu verkaufen. Auch angesichts der extrem niedrigen Zinsen sind die Kunden preissensibel. Aus Sicht von Dietrich könnte allerdings der Regulator manchen der neuen Wettbewerber einen Strich durch die Rechnung machen.

Gemäss Tom Schmidt, Partner bei EY Financial Services, hätten die meisten Banken die «Warnschüsse» gehört und überlegten sich, wie sie auf die Herausforderungen reagieren sollten. Die jüngere Generation habe andere Erwartungen an die Finanzhäuser, die Entwicklung gehe beispielsweise weg vom Online- hin zum Mobile-Banking, ausserdem wollten viele jüngere Kunden ihre Finanzgeschäfte rund um die Uhr und frei von örtlichen Beschränkungen tätigen können. Die Fortschritte bei den Finanzinstituten seien hier allerdings sehr unterschiedlich.



## E-Shops konzipieren und betreiben: Auch das ist die Post.

Die Post macht viel mehr, als man denkt. So konzipieren, entwickeln und betreiben wir den E-Shop für Unternehmen jeder Grösse. Zudem übernehmen wir auch das Lagern und Versenden der Ware sowie die Zahlungsabwicklung und das Debitoren-Management. Bringen auch Sie Ihr Unternehmen mit den innovativen Lösungen der Post weiter: [post.ch/gelb-bewegt](http://post.ch/gelb-bewegt)

**DIE POST**  
Gelb bewegt.