

FinWeb

Wie das Netz die Bank-
branche auf den Kopf stellt



Handelsblatt

Inhalt

Start-ups fordern die Platzhirsche heraus

Die jungen Wilden kommen 3

Kredite aus dem Netz

Große Freiheit – neu gedacht 5

Fintechs mischen Bezahlmarkt auf

Nur die Größe zählt 7

Tages- und Festgeldangebote im Internet

Wenn's ein bisschen mehr sein darf 9

Banking-Apps boomen

Bankfiliale für die Hosentasche 11

Geldanlage per Robo-Advisor

Automatisch, günstig und für alle 13

Wider den klassischen Versicherungsvertreter

Herr Kaiser ist jetzt ein Nerd 15

Investmentbanking durch die Hintertür

Wie ein Trojanisches Pferd 17

Ideengeber für modernes Banking

Unsichtbare Helfer der Geldhäuser 19

Banken entdecken Fintechs als Partner

Das Jahr des Erwachens 21

Impressum

Redaktion: Verantwortlicher im Sinne des § 55 Abs. 2 RStV: Oliver Stock
Verlag: Handelsblatt GmbH
(Verleger im Sinne des Presserechts),
Kasernenstr. 67, 40213 Düsseldorf
Email: handelsblatt.com@vhb.de,
Tel.: 0800 000 2053 (kostenlos)
Geschäftsführung: Gabor Steingart (Vorsitzender),
Frank Dopheide, Ingo Rieper
AG Düsseldorf HRB 38183, UID: DE 812813090

Die jungen Wilden kommen

Neue Serie Start-ups fordern die Platzhirsche der Finanzbranche heraus. Wenn sich die Riesen nicht bewegen, drohen sie auszusterben.



Wer nicht den Anschluss verlieren will, der muss jetzt investieren.

Nikolaus Närgel, Leiter des deutschen Firmenkundengeschäfts der Bank of America

- ▶ Deutschland hinkt der Entwicklung hinterher.
- ▶ Banken stehen vor technologischem Umbruch.

K. Schneider, A. Rezmer, F. Wiebe
Frankfurt, New York

Bill Barhydt hat eine Vision: Jeder soll sein Geld an jeden anderen verschicken können - weltweit, kostengünstig, auf Knopfdruck und ohne Umweg über eine Bank. Barhydt, der auch schon für Goldman Sachs, die US-Raumfahrtbehörde Nasa und den Geheimdienst CIA arbeitete, hat seinen Traum wahr gemacht. 2014 gründete er in den USA das Unternehmen Abra. Die Besonderheit: Das System basiert auf der Cyberwährung Bitcoin.

„Der Kunde merkt nichts davon“, sagt Barhydt. Die Bitcoins sind nur Mittel zum Zweck. Ganz normales Geld wandert von einem Smartphone zum anderen und wird bei Bedarf von einer Währung in eine andere verwandelt.

Abra ist eine von Tausenden junger kreativer Finanz-

technologie-Firmen, kurz Fintechs, die wie Pilze aus dem Boden schießen und in alle Bereiche des lukrativen Geldmarkts drängen. Dabei profitieren die jungen Wilden neben ihrer Innovationskraft vor allem von ihrer Flinkheit. Den Fintechs fällt es sehr viel leichter, neue Ideen auszuprobieren, auch weil sie nicht die teure Infrastruktur herumschleppen müssen wie die etablierten Banken. Die Geldbranche steht vor einer Revolution. Welche tiefgreifenden Folgen dieser Umbruch haben wird und warum Deutschland in diesem Bereich so hinter-

herhinkt, beleuchtet das Handelsblatt in den kommenden Wochen in einer Serie unter dem Titel „FinWeb“.

Hierzulande ist das Fintech-Angebot überschaubar. Die Vereinigten Staaten, Großbritannien und China zeigen, wohin die Reise gehen kann. In den USA sind bereits rund 8 000 Fintechs an den Start gegangen. Von 2010 bis 2014 haben Wagniskapitalgeber laut dem Institut Statista weltweit rund 2,8 Milliarden Dollar in die junge Branche investiert.

Aber nicht nur die Angreifer haben in den USA mobilgemacht, auch die Verteidiger haben erkannt, dass Abwarten keine Option ist. „Die nehmen uns die Butter vom Brot“, warnt Jamie Dimon, Chef des US-Bankenriesen JP Morgan. Deshalb sind die US-Banken längst zum Gegenangriff übergegangen. „Wer nicht den

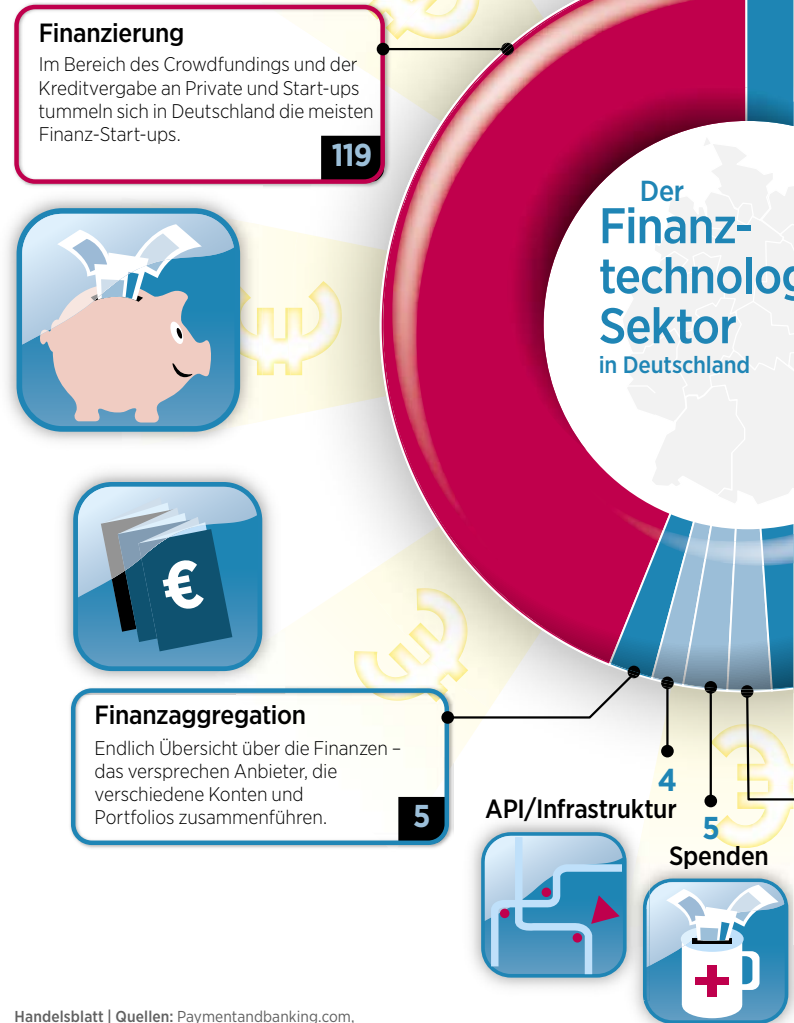
Anschluss verlieren will, der muss jetzt investieren“, meint Nikolaus Närgel, Leiter des deutschen Firmenkundengeschäfts der Bank of America. In diesem Jahr wollen die Geldhäuser laut dem Institut IDC Financial Insights 17 Milliarden Dollar für die „digitale Transformation“ ausgeben - dazu gehört aber nicht nur die Abwehr von Fintechs, sondern auch Kooperationen und Beteiligungen an den jungen Herausforderern. Die Fronten sind unübersichtlich und ständig in Bewegung. Gegner von heute können morgen als Verbündete auftauchen, frei nach dem Motto „Wenn man den Gegner nicht besiegen kann, dann muss man ihn eben umarmen“.

„Die US-Bank Goldman Sachs sitzt quasi wie eine Spinne im Fintech-Netz, ist an Dutzenden solcher Unternehmen beteiligt oder kooperiert mit ihnen“, sagt Peter



Laut dem Institut IDC Financial Insights wollen die Geldhäuser in diesem Jahr 17 Milliarden US-Dollar ausgeben für die „digitale Transformation“.

In diesen Geschäftsfeldern bieten Unternehmen moderne Technologien im Bereich Finanzdienstleistungen (Fintech) an. Zahl der Fintech-Start-ups



Handelsblatt | Quellen: Paymentandbanking.com, Crowdfunding.de, Maik Klotz, Signed VC, Barkow Consulting

Barkow, Geschäftsführer der gleichnamigen Unternehmensberatung. Auch britische Banken wie Barclays und Lloyds haben bereits sehr viel Geld investiert. Dagegen gelten die deutschen Institute als zögerlich. Einer Analyse von Barkow zufolge sind die heimischen Banken nur an zehn von 272 deutschen Fintech-Unternehmen beteiligt (siehe Grafik). Ein Grund für das Zögern sind die schlechten Erfahrungen aus dem letzten Internet-Hype, bei dem die deutschen Institute sehr viel Geld verbrannten.

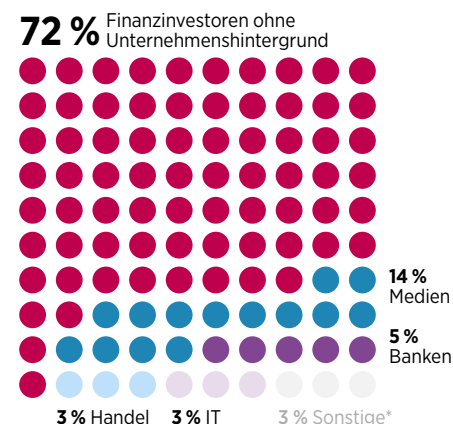
Nach Einschätzung von Til Klein, Partner der Boston Consulting Group (BCG), hinkt Deutschland bis zu 24 Monate hinterher. Dafür gibt es eine ganze Reihe von Gründen. „Die Deutschen sind extrem vorsichtig und misstrauen der Sicherheit alternativer Systeme“, sagt Klein. Außerdem vertrauen viele Banken auf den Schutz durch einen dicken Panzer aus Gesetzen und Vorschriften, die den Markteintritt der Fintechs behindern. Und schließlich sind die Deutschen ausgesprochen treue Bankkunden. Die Verbindung zu ihrem Geldhaus hält länger als die durchschnittliche Ehe. So ein Vertrauensverhältnis lässt sich doch so schnell nicht erschüttern, oder?

Eine Studie der Unternehmensberatung Investors Marketing (IM) zeigt, dass die Dinge in Bewegung geraten. Demnach vertrauen nur noch 35 Prozent der

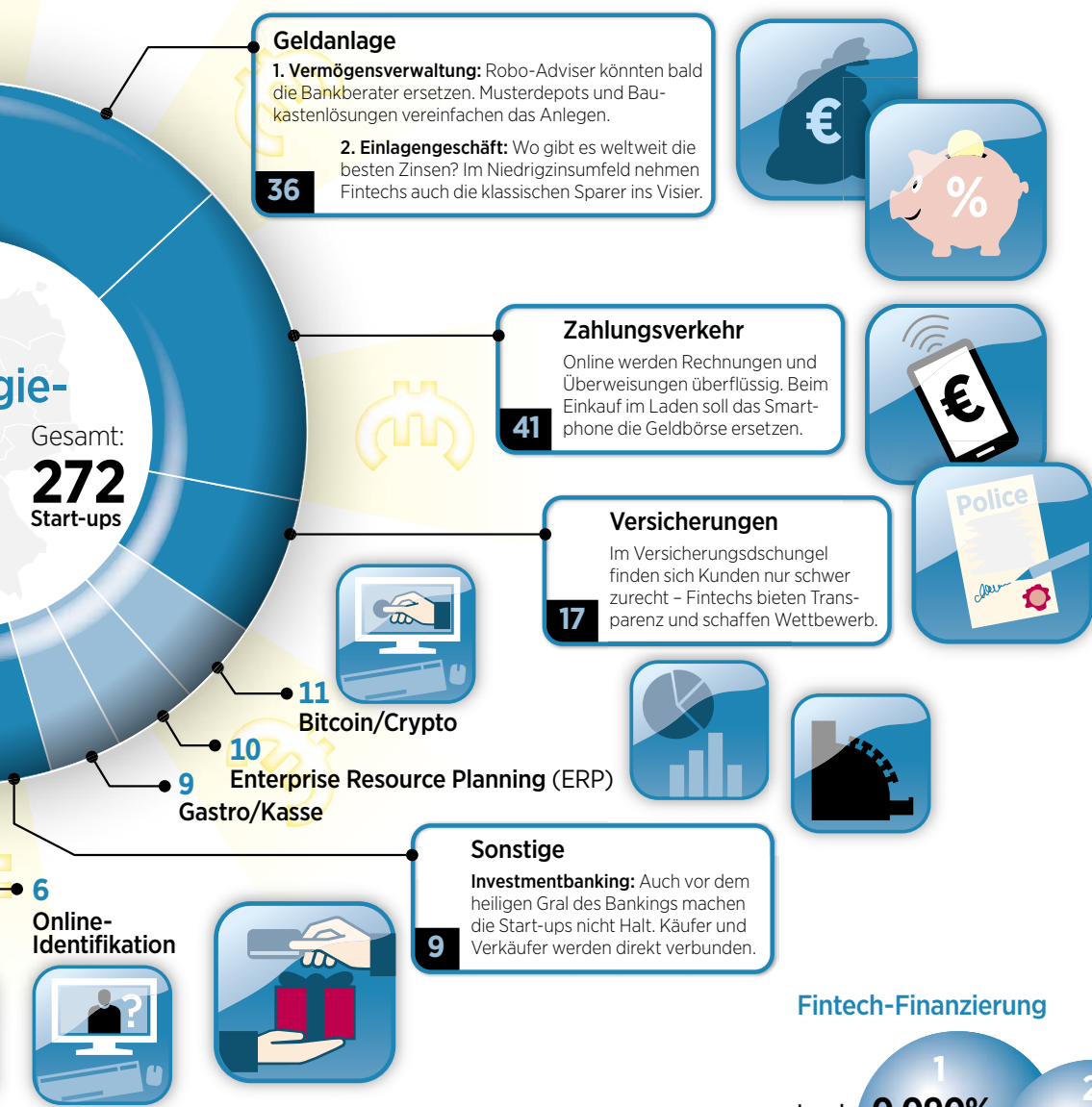
deutschen Kunden ihrem Bankberater. Die Banken glauben jedoch, es seien 77 Prozent. Kein Wunder, dass sich bereits 38 Prozent der Kunden vorstellen können, ein Girokonto beim Internetbezahlndienst Paypal zu eröffnen, auch bei Google würde knapp jeder Zehnte ein Konto aufmachen.

Die Studie zeigt, dass sich alte Stärken schnell in Schwächen verwandeln können. Das gilt auch für die Diskretion der Banken. Denn wer die Beziehung zum Kunden optimal nutzen will, der muss ihn kennen. Das machen die Angreifer aus dem Silicon Valley vor: Das Geschäftsmodell von

Investoren
im deutschen Fintech-Sektor, Anteile in Prozent



Handelsblatt | *Fintech, Telekommunikation, Luxusgüter, Versicherungen | Quelle: Barkow Consulting



Google und Facebook beruht darauf, den Nutzern einen ganzen Pool von wirtschaftlich verwertbaren Daten abzulauschen. Bei den traditionellen Banken in Deutschland ist das meist noch ein Tabu - aus Angst vor der Empörung der Kunden.

Doch Beispiele aus Asien zeigen, dass es mit der Kundentreue schnell vorbei sein kann, wenn die neuen Angebote finanzielle Vorteile bieten. So haben etwa in China üppige Rabatte dazu geführt, dass in Großstädten die meisten Taxifahrten per Smartphone-App bezahlt werden. Vorreiter ist dort das Amazon-Pendant Alibaba.

Inzwischen haben die meisten Banken erkannt, dass die Fintech-Revolution vor keinem ihrer Geschäftsfelder haltmachen wird. Die meisten deutschen Start-ups tummeln sich im Moment auf dem Kreditmarkt. Neben dem Marktführer Auxmoney gehören dazu Anbieter wie Smava, Seedmatch oder Finmar, die mit ihren Plattformen Geldgeber und Kreditnehmer zusammenbringen - die Bank brauchen sie nur noch für die formale Abwicklung.

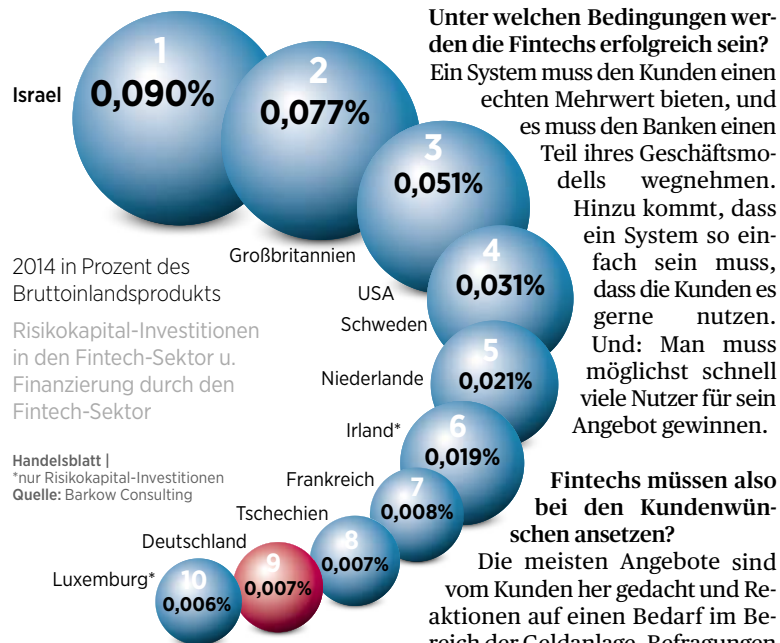
Auch im Geschäft mit der Vermögensverwaltung suchen inzwischen viele kleine Finanzfirmen nach einer Marktlücke. Hier sind sogenannte Robo-Advisor wie Vaamo, Ayondo oder Money-meets aktiv. Sie wollen Alternativen zur klassischen Bankberatung bieten und setzen dabei vor

allem auf Einfachheit. Der Kunde muss nur einige wenige Parameter angeben, daraus schneidet der Robo-Advisor dann schnell und unkompliziert ein Wertpapierdepot. „Die Angebote sind sehr simplifiziert, oft nur auf Basis von indexnachbildenden Fonds“, fasst BCG-Partner Klein zusammen.

Aber auch das Investmentbanking, vor der großen Krise eine Art heiliger Gral der Finanzbranche, ist nicht sicher vor den Fintechs. Bisher lebten die Investmentbanker davon, dass sie die Märkte und ihre Kunden aus dem Effeff kennen. Aber eine Vielzahl neuer Informationsanbieter schließt die Wissenslücken oder stellt - wie das Londoner Unternehmen Algomi - in komplizierten Märkten direkt die Verbindung zwischen Käufern und Verkäufern her. Die Software von Algomi wertet riesige Datenströme aus, um den Profiinvestoren am Anleihemarkt zu zeigen, welche Händler und Broker bei bestimmten Deals die besten sind.

Noch ist der Fintech-Markt im Vergleich zu den etablierten Spielern ein Winzling. Nach Berechnungen von BCG erzielen Fintechs in Deutschland bisher deutlich weniger als ein Prozent der Erträge im Bankgeschäft - auch in den USA ist ihr Anteil noch kaum messbar. Aber das Wachstum der jungen Firmen ist rasant. „In den nächsten drei bis fünf Jahren könnten sie in Deutschland einen

Fintech-Finanzierung



Anteil von fünf Prozent erreichen“, schätzt Klein.

Aber das heißt noch lange nicht, dass auch jede Neugründung überleben wird. BCG rechnet mit einer deutlichen Konsolidierung: „In zehn bis 15 Jahren werden 90 Prozent der Fintechs wieder vom Markt verschwunden sein - weil ihr Geschäftsmodell nicht tragfähig ist oder sie von Banken übernommen werden“, prognostiziert Klein. „Aber die überlebenden zehn Prozent haben das Potenzial, den Bankenmarkt grundlegend zu verändern.“

In den kommenden Wochen werden weitere Teile der Serie in loser Folge im Handelsblatt erscheinen.

OLIVER MIHM

„Banken überschätzen das Kundenvertrauen“

Der Berater über Chancen von Fintechs und die Gefahr eines Weiter-so bei Geldhäusern.

Der Vorstandsvorsitzende der Frankfurter Unternehmensberatung Investors Marketing hat sich auf den Finanzdienstleistungsmarkt spezialisiert.

Herr Mihm, derzeit blasen Hunderte Fintech-Unternehmen zum Angriff auf die klassischen Banken. Stehen wir vor einer Revolution? Gerade im Privatkundengeschäft steigt der Ertragsdruck seit Jahren, und die Offenheit der Kunden gegenüber digitalen Wettbewerbern wächst. Bei vielen Fintechs geht es aber nicht darum, das Banking komplett neu zu erfinden, sondern die Abläufe an vielen Stellen ein bisschen einfacher zu machen.

Unter welchen Bedingungen werden die Fintechs erfolgreich sein?

Ein System muss den Kunden einen echten Mehrwert bieten, und es muss den Banken einen Teil ihres Geschäftsmodells wegnehmen. Hinzu kommt, dass ein System so einfach sein muss, dass die Kunden es gerne nutzen. Und: Man muss möglichst schnell viele Nutzer für sein Angebot gewinnen.

Fintechs müssen also bei den Kundenwünschen ansetzen?

Die meisten Angebote sind vom Kunden her gedacht und Reaktionen auf einen Bedarf im Bereich der Geldanlage. Befragungen helfen aber kaum weiter. Hätte man nur auf die Wünsche von Kunden gehört, würde es bis heute kein iPhone geben. Den Laien fehlt es einfach an Vorstellungskraft.

Ähnlich scheint es manchen Banken zu gehen. Haben Sie den Umbruch bereits verschlafen?

In unserer aktuellen Umfrage gaben nur 40 Prozent der Entscheider in der Finanzindustrie an, dass sie sich für die Herausforderungen im Privatkundengeschäft bestens aufgestellt fühlen. Das zeigt, dass sie den Handlungsdruck wahrnehmen.

Gehandelt wird trotzdem nicht? Die Banken überschätzen das Vertrauen ihrer Kunden in die eigenen Leistungen. In Bezug auf Fairness und Finanzkompetenz werden die Banken lange nicht so gut bewertet, wie sie es gerne hätten. Bei einem schlichten „Weiter so“ ist realer Kundenverlust nur eine Frage der Zeit.

Manche Banken betreiben Technologielabore - eine gute Strategie?

Die Abläufe in den großen Banken sind viel zu schwerfällig, sie können nicht annähernd so innovativ sein, wie Fintech-Start-ups. Ich rate den Geldinstituten aber dazu, nicht in Dutzende Beteiligungen zu investieren, sondern den Markt eingehend zu beobachten und sich dann auf wirklich lukrative Beteiligungen zu konzentrieren, mit denen sich Wettbewerbsnachteile kompensieren lassen.

Welche Bereiche sind besonders interessant?

Die Wettbewerbergruppe ist sehr heterogen. Eine große Dynamik ist im Bereich Anlage und Trading zu erkennen, aber auch bei Kreditvergabe und Mobile Payment.

Das große Geld machen Fintechs noch nicht. Woran liegt das?

Aktuell sind viele Angebote kostenlos. Dadurch kann zwar die Nutzerzahl schnell steigen, doch das Fintech verdient nichts dabei. Das Geld muss direkt in der Wertschöpfungskette verdient werden, denn Werbefinanzierung gibt es in diesem Bereich nicht. Von den Hunderten Fintechs werden am Ende nur wenige überleben.

Ganz so schnell bringen Fintechs die Banken also doch nicht zum Einsturz?

Neue Fintechs können den Banken gewisse Marktanteile wegnehmen, die echte Bedrohung geht aber von den großen Playern wie Google, Amazon, Apple und PayPal aus. Sobald sich diese ernsthaft engagieren, geht es schnell um viel Geld.

Die Fragen stellten Jens Hagen und Katharina Schneider.



Unternehmensberater Oliver Mihm: „Den Banken droht ein Kundenverlust.“

Große Freiheit - neu gedacht

Die Gewinne der Geldhäuser sind in Gefahr. Immer öfter kommt der Kredit aus dem Internet.



Die richtigen Daten zu haben ist der Schlüssel. Wir haben Kunden, die sehr schnell wachsen und genau deshalb für Banken oft zu riskant sind.

Krista Morgan, Chefin des Start-ups „P2Bi“ aus Denver, Colorado

- Firmen besorgen sich Millionen über das Netz.
- Banken suchen die Nähe zu den Angreifern.

Frank Drost, Astrid Dörner
Berlin, New York

Die Chancen für den großen Urlaub stehen gar nicht schlecht. 10 000 Dollar Kredit will sich der Nutzer mit der Nummer 55981091 besorgen, um endlich mal die Seele baumeln zu lassen. Und 82 Prozent davon hat er schon zusammen - von insgesamt 187 Geldgebern, die er gar nicht kennt, aber die ihm über die Internet-Plattform Lending Club vermittelt wurden. Weil seine Bonität mit einem „E“ und damit als ziemlich riskant bewertet wird, fallen Zinsen von rund 20 Prozent an. Doch das ist immer noch besser als bei der Bank. Dort hätte der Erholungssuchende wahrscheinlich gar keinen Kredit bekommen.

Es ist die neue Art der Kreditvergabe. „Peer-to-Peer-Lending“ heißt das Konzept, das als demokratischere Alternative zu den herkömmlichen Banken startete und nun Millionen von Nutzern anlockt - als Kreditnehmer und als Investoren. Für Privatpersonen ist es ein schneller und günstiger Weg, sich Geld zu leihen. Ebenso kann jeder, der ein bisschen Geld überhat, als Kreditgeber mitmischen und Renditen von im Schnitt fünf bis acht Prozent kassieren.

Es ist die große Freiheit. Nicht mehr die Bank entscheidet, wer einen Kredit bekommt, sondern innovative Internet-Unternehmen, die sich bei ihrer Analyse auf Algorithmen verlassen und die Risiken an die breite Masse verteilen. Das Modell wächst so rasant, dass Banken längst Kooperationen suchen oder sich an den Unternehmen beteiligen, um von dem Boom zu profitieren. Derzeit haben die Unterneh-

men wie Marktführer Lending Club und Prosper zwar nur einen Anteil von zwei Prozent an den Konsumentenkrediten in den USA. Der könnte jedoch bis 2025 auf 15 Prozent ansteigen, wie aus einer Studie der Investmentbank Goldman Sachs hervorgeht. Langfristig könnten sogar knapp 25 Prozent des 843 Milliarden Dollar schweren Marktes auf die neuen Plattformen abwandern.

Immer neue Start-ups wollen den Banken auf immer neue Weise die Kunden abjagen - auch in Deutschland. Hier ist der Anteil der vergebenen Kredite noch deutlich geringer als in den USA. Doch auch hier kommt Bewegung in den Markt für neue Finanztechnologien. Auxmoney ist der größte Anbieter von Konsumentenkrediten und meldete im Juni eine Million Mitglieder. Mittelstandsfinanzierer Zencap preist sich selbst als am schnellsten wachsender Kreditmarktplatz Europas, mit vier Millionen Euro an vermittelten Krediten im Juni für das Unternehmen ein neuer Rekord. Die Beratungsgesellschaft AT Kearney prognostiziert, dass Fintechs im Jahr 2020 vier Prozent der Erträge im deutschen Retailbanking auf sich vereinen könnten.

Für die Wall Street sind die Fintech-Unternehmen Chance und Bedrohung zugleich. Banken, Hedgefonds und Vermögensverwalter haben sich längst unter die Kreditgeber geschmuggelt. In Zeiten niedriger Zinsen suchen sie nach guten Renditen - und fühlen sich auf den Peer-to-Peer-Plattformen wie im Paradies. Branchenschätzungen zufolge werden 80 bis 90 Prozent der Kredite auf Lending Club und Prosper von institutionellen Investoren finanziert. Im zweiten Quartal hat Lending Club 1,6 Milliarden Dollar an Krediten vergeben, bei Prosper waren es 912 Millionen Dollar.

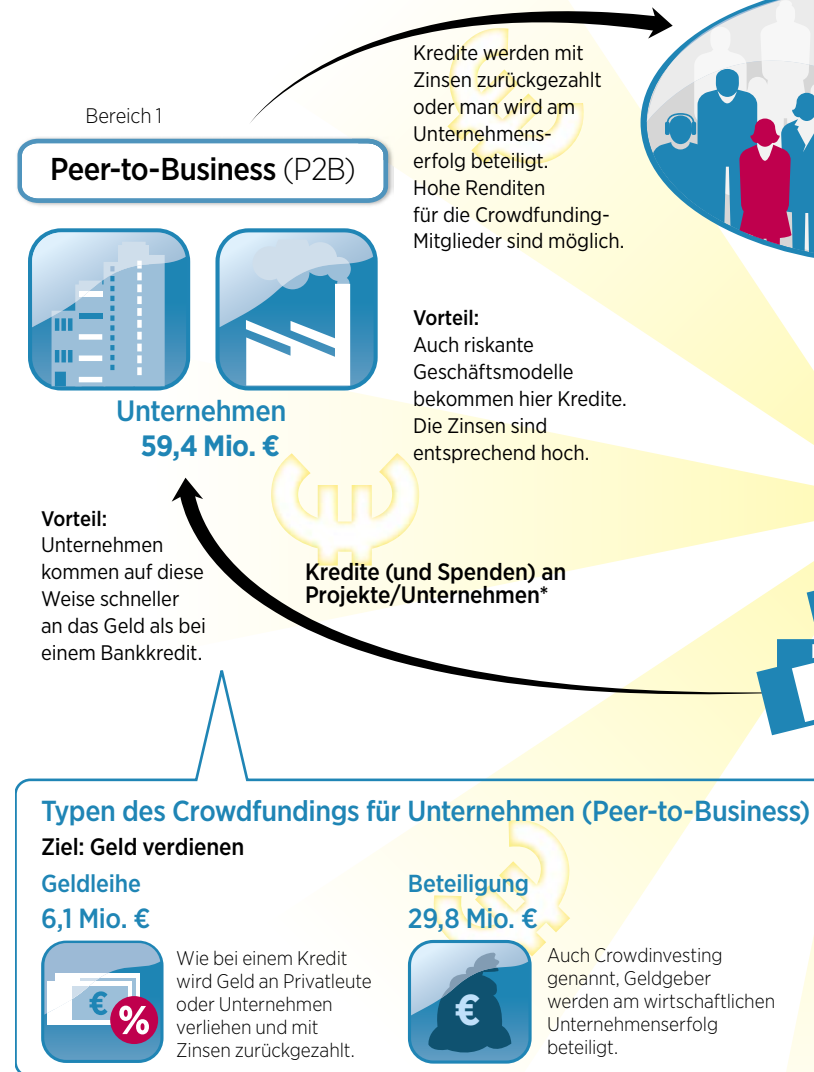
Der Enthusiasmus der professionellen Investoren geht sogar so weit, dass der weltgrößte Vermögensverwalter Blackrock im Februar das erste verbriefte Wert-

FinWeb
Wie das Netz die Bankbranche auf den Kopf stellt

Handelsblatt

Der Fintech-Kreditmarkt

in Deutschland, Funktion und Volumen 2014 in Mio. Euro



Handelsblatt | *fehlende zur Gesamtsumme = andere Online-Finanzdienste: 0,9 Mio. Euro

papier auf den Markt brachte, das mit Konsumentenkrediten von Prosper besichert ist.

Der Begriff „Peer“ ist angesichts dieser Entwicklung längst nicht mehr geeignet, um das Geschäftsmodell zu beschreiben. Schließlich handelt es sich hier nicht mehr nur um Ebenbürtige, die sich untereinander Geld leihen. Das haben auch Lending Club und Prosper erkannt und ganz unauffällig einen neuen Namen eingeführt. „Marketplace Lending“ heißen ihre Plattformen nun, manchmal wird diese Art der Kreditvergabe auch Crowdlending oder Crowdinvesting genannt.

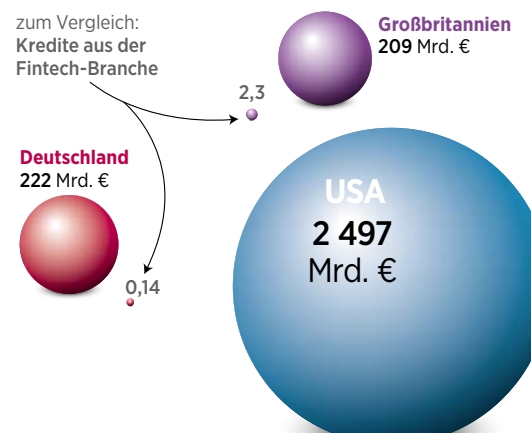
Als Lending Club 2014 an die Börse ging, kam das Wort „Peer-to-Peer“ im Prospekt nicht einmal mehr vor. Vielleicht auch, weil beide Unternehmen Partnerschaften mit einer Reihe von regionalen Banken eingegangen sind. Lending Club hat zudem eine Kooperation mit dem Finanzriesen Citi.

Doch die neue Art der Kreditvergabe bereitet den klassischen Banken auch Sorgen. „Silicon Valley ist im Anmarsch“, warnt Jamie Dimon, der Chef von JP Morgan. Goldman Sachs entwickelt sogar seinen eigenen Kreditmarktplatz, um mitmischen zu können. Derzeit kristalli-

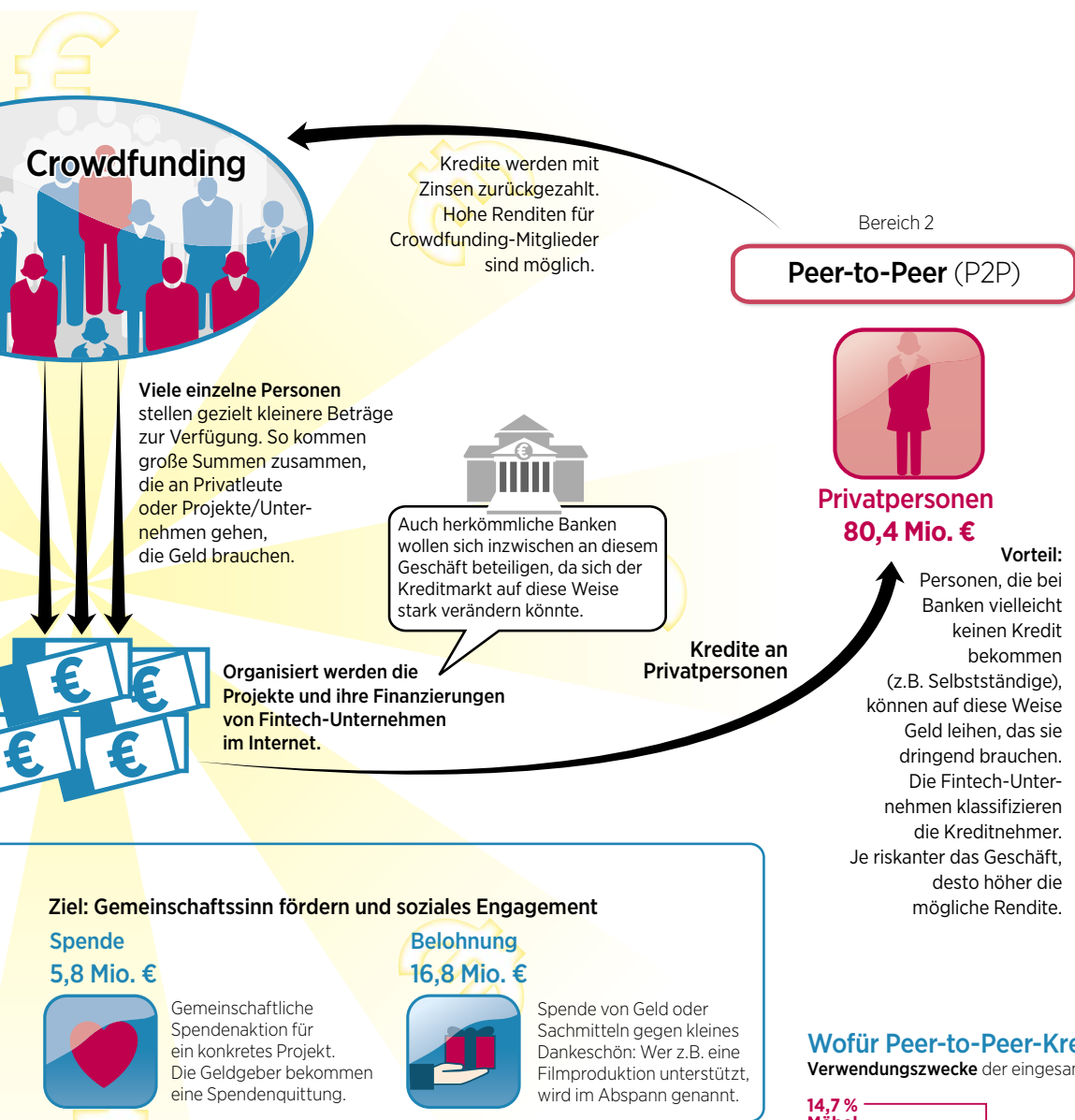
sieren sich vier Strategien, heraus, mit denen sich die etablierten Institute auf die neuen Konkurrenten einstellen: Sie gründen so wie Goldman eigene Plattformen. Sie treten an der Seite von Kleinanlegern als Geldgeber auf Lending Club und Co. auf. Sie beteiligen sich an den Start-ups. Oder sie kooperieren mit den neuen Wettbewerbern - eine Praxis, von der sich auch Jürgen Fitschen, Co-Vorstandschef der Deutschen Bank, viel verspricht. „Viele der neuen Unternehmen im Fintech-Bereich sind weniger neue Konkurrenten als vielmehr Partner, mit denen wir gemeinsam leichter Zugang zu Bankprodukten und insgesamt eine noch bessere Servicequalität erzielen können.“ Das sehen natürlich nicht alle so.

„Geld braucht keine Bank“, lautet der Slogan von Lendico, dem Kreditmarktplatz, der Samwer-Holding Rocket Internet. „Lendi-

Konsumentenkredite der Banken an private Haushalte, Volumen 2014, in Mrd. Euro



Handelsblatt | Quellen: Bundesbank, Federal Reserve, Bank of England, EY, Statista, Cambridge Judge School



Quellen: Statista, Cambridge Judge Business School, EY

co wurde von Beginn an als die digitale Alternative zu Banken entwickelt“, stellt Co-Gründer und Geschäftsführer Dominik Steinkühler klar.

In diesem Spannungsfeld wird sich die Branche weiter bewegen. Denn längst zeigt sich, dass Start-ups in immer neue Gebiete der Bankenwelt vorpreschen. Daran sind Gründer wie Krista Morgan schuld. Die Chefin des Start-ups „P2Bi“ aus Denver, Colorado vergibt große Kredite an mittelständische Unternehmen. Die Darlehen werden mit Forderungen der Unternehmen besichert und dann den Investoren auf ihrer Webseite angeboten. Die 34-jährige Gründerin hat ehrgeizige Ziele. „Alle Dienste, die es bisher gibt, beschränken sich auf Kredite bis maximal 500 000 Dollar“, sagt Morgan. „Wir wollen der größte Anbieter für Kredite in Millionenhöhe werden.“

Morgan ist auf dem besten Weg. Die ersten siebenstelligen Kredite wurden über ihre Plattform bereits vergeben. Nun investiert sie kräftig in die technische Infrastruktur. „Die richtigen Daten zu haben ist der Schlüssel“, sagt sie. „Wir haben Kunden, die sehr schnell wachsen und genau deshalb für Banken oft zu riskant sind.“ Doch die Nachfrage für genau solche Fälle wächst stetig. Binnen fünf Tagen versorgt das Start-up die Unternehmen mit frischem Geld. Bei Banken kann es bis zu drei Monate dauern. Trotzdem ist noch ein Kredit bei P2Bi ausgefallen. Im vergangenen Geschäftsjahr, das Ende März abgelaufen ist, wurden über Morgans Plattform Kredite in Höhe

von 80 Millionen Dollar vergeben, bei einer durchschnittlichen Rendite für ihre Investoren von 11,5 Prozent.

Auch das Berliner Start-up Zencap, ebenfalls der Rocket-Internet-Schmiede entsprungen, konzentriert sich auf Unternehmenskredite. Dabei stöhnen die Banken, Sparkassen und Genossenschaftsbanken bereits jetzt über den beinhalten Wettbewerb. „Amazon und Zalando habe sich auch nicht darum geschert, dass es schon Buch- und Schuhläden gibt“, kontert Zencap-Mitgründer Christian Grobe.

Die Start-ups ziehen so viel Nachfrage an, dass sie den traditionellen Banken ein immer größeres Stück der Gewinne wegnehmen. Goldman sieht im schlimmsten Fall sogar das ganze, 186 Milliarden Dollar schwere Geschäft mit Firmenkrediten ins Internet abwandern. Und das ist erst der Anfang. Auch auf die Vergabe von Studentenkrediten und Hypotheken auf Privathäuser und Bürogebäude sehen es Fintech-Unternehmen ab. Nicht jedes dieser Start-ups wird erfolgreich sein. Doch der Trend ist klar. In den nächsten fünf Jahren werden digitale Kreditplattformen den US-Banken elf Milliarden der insgesamt 150 Milliarden Dollar an Gewinnen abjagen, schätzt Goldman.

Dann doch lieber Kooperationen, so wie die von Zencap mit der Sparda-Bank Berlin. 500 000 Mitglieder des genossenschaftlichen Instituts können sich zu Vorzugsbedingungen an Zencap-Projekten beteiligen, die einen loka-

Bereich 2
Peer-to-Peer (P2P)

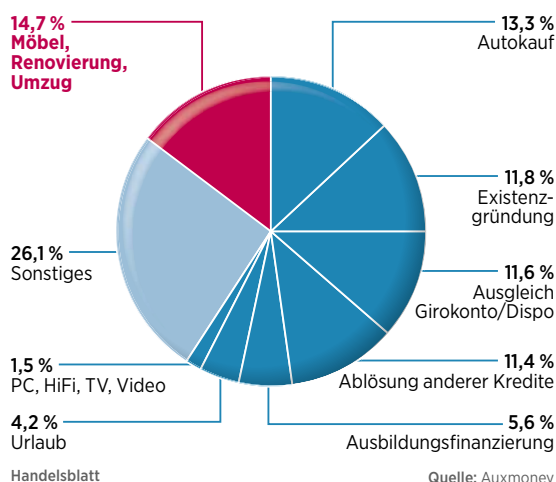


Privatpersonen 80,4 Mio. €

Vorteil: Personen, die bei Banken vielleicht keinen Kredit bekommen (z.B. Selbstständige), können auf diese Weise Geld leihen, das sie dringend brauchen. Die Fintech-Unternehmen klassifizieren die Kreditnehmer. Je riskanter das Geschäft, desto höher die mögliche Rendite.

Wofür Peer-to-Peer-Kredite genutzt werden

Verwendungszwecke der eingesammelten Gelder



len Bezug haben. „Uns haben die digitalen Angebote der rasant wachsenden Fintech-Branche überzeugt“, so Bankenchef Frank Kohler.

Die Politik übrigens auch. Auf einer Veranstaltung in Berlin erteilte sich Gerd Billen, Staatssekretär im Ministerium für Verbraucherschutz und Justiz als Sparkassenkunde. „Ich würde mich freuen, wenn meine Sparkasse nicht nur mein Geld entgegennimmt, sondern mir auch Angebote macht, ob ich in den Bau eines Altersheims investieren möchte oder in ein regionales Unternehmen“, so Billen.

Aber die Branche tut sich halt noch schwer und Billen weiß auch warum. Es sei ja gute deutsche Mentalität, bestehende Produkte zu perfektionieren. Nicht umsonst gebe es in Deutschland die besten Autobauer der Welt. In den USA gehe man anders heran. Da frage man sich eher, wie man Dinge, die es gibt, überflüssig machen kann.

In den kommenden Wochen werden weitere Teile der Serie in loser Folge im Handelsblatt erscheinen.

FRIEDERIKE STRADTMANN

„Kooperation statt Verdrängung“

Die Beraterin erwartet, dass Fintechs und Banken gemeinsam Neues schaffen.

Friederike Stradtmann, Expertin für digitale Geschäftsmodelle für Banken bei der Unternehmensberatung Accenture, erkennt, dass sich Banken inzwischen ernsthaft mit Anbietern von Kreditplattformen auseinandersetzen.

Die Fintechs sind jetzt auch in Deutschland auf dem Vormarsch. Machen sie die Banken überflüssig? Die Fintechs haben zweifelsfrei Bewegung in den Bankenmarkt gebracht. Mit ihrer Agilität, digitalen Geschäftsmodellen und dem gezielten Herauslocken von „sweet spots“ positionieren sie sich nah am Kunden. Fintechs werden die Banken dennoch nicht überflüssig machen, wenn sich diese auf ihre Stärken besinnen: etablierte Marken, holistisches Produktportfolio und große Kundenbasis.



Beraterin Friederike Stradtmann: Auf die Kreditbewertung kommt es an.

aus - aber auch in den anderen europäischen Ländern haben wir 2014 sehr starke Wachstumsraten gesehen. Das in Deutschland finanzierte Volumen über Peer-to-Peer Plattformen lag im hohen zweistelligen Millionenbereich.

Entsteht eine friedliche Koexistenz zwischen Fintechs und Banken?

Wir sehen das größte Potenzial nicht in Koexistenz, sondern in bewusster Kooperation zwischen Fintechs und Banken. Kombiniert man die hohe Innovationskraft junger Unternehmen mit dem umfassenden Blick der Banken auf den Kunden, können ganz neue Leistungen für den Kunden entstehen. So entsteht Wachstum auf beiden Seiten statt Verdrängung.

Der Lackmusest bei den Plattformen steht ja noch aus. Die Frage ist, ob die Kreditbewertung funktioniert. Womit rechnen Sie?

Die Kreditbewertung ist ein essenzieller Erfolgsfaktor in der Peer-to-Peer-Finanzierung neben der Technologie. Für Fintechs steht die korrekte Vorhersage der Ausfallwahrscheinlichkeiten im Vordergrund: Investoren, die ein hohes Risiko eingehen - das eine Bank gegebenenfalls ablehnen würde, erwarten dafür eine entsprechende Risikoprämie in Form einer höheren Rendite. Funktioniert das nicht, werden Investoren ihre Gelder rasch von den Plattformen abziehen und die Anbieter den Markt verlassen.

Im Gegensatz zu Großbritannien werden die Plattformen in Deutschland nicht reguliert. Ein Webfehler?

Die Plattformen agieren auch in Deutschland nicht im rechtsfreien Raum. Da die Peer-to-Peer-Finanzierungs-Plattformen meist keine Banklizenz haben, handeln sie als Kreditvermittler und müssen die sich daraus ergebenden Anforderungen erfüllen. Regulierung soll zur Stabilität im Finanzsektor beitragen. Wir erwarten hier mit zunehmender Marktgröße, dass der Regulator immer stärker involviert ist.

Die Fragen stellte **Frank M. Drost**.

Nur die Größe zählt

Neue Anbieter haben es schwer im Zahlungsverkehr. Aber Paypal und Co. scheuchen die Banken auf.

- Fintechs interessieren sich für die Nutzerdaten.
- Experten sehen Zukunft im Bezahlen per Handy.

S. Scheuer, L. de la Motte
Peking, Frankfurt

Die riesige Werbeanzeige des Pekinger Kinos taucht die Straße abwechselnd in neongrünes, neongelbes und neonrotes Licht. Im Sekundentakt flackern auf dem Display die Namen der neuesten Blockbuster. Aber die 30-jährige Jiang Bo beachtet die Tafel gar nicht. „Im Internet kosten die Tickets nur einen Bruchteil vom Preis an der Abendkasse“, erklärt die Pekingerin und zückt ihr Smartphone. Ein Wisch reicht aus, schon ist das Ticket gekauft. Die Eintrittskarte zum 3D-Film gibt es online für 9,90 Yuan (rund 1,50 Euro), am Ticketschalter kostet die Karte oft mehr als 100 Yuan (rund 15 Euro).

Getrieben von Rabattschlachten ist das Bezahlen per Smartphone über Apps wie Alipay oder Wechat unter Chinas technikaffiner Großstadtbevölkerung ein Renner. 63 Prozent der chinesischen Kinogänger kauften im ersten Quartal 2015 ihre Tickets im Netz, wie Analysis International ausgerechnet hat. Die Kampagne ist so erfolgreich, dass selbst Kinomuffel wieder in Vorstellungen gelockt werden. Chinas Filmtheater verzeichneten im ersten Halbjahr einen Anstieg ihrer Umsätze um 49 Prozent, wie der Branchendienst Ent-Group berichtet.

Für die Rabattschlachten kommen die Internetriesen auf, die hinter den Apps stecken. Alipay gehört zu Chinas Amazon-Pendant Alibaba, Wechat zum Rivalen Tencent. Ihr Kalkül: Wenn Kunden ihr Konto mit dem eigenen Bezahlssystem verbunden haben, kaufen sie darüber später auch andere Produkte. Es herrscht ein Wettrennen um Marktanteile, Profite sind noch

zweitrangig. Nach Meinung der Marktforscher von iResearch hat Alipay derzeit die Nase vorn.

Das chinesische Duell um die Bezahlhoheit begann schon 2012. Damals brachten Alibaba und Tencent die Taxi-Apps Kuaidi und Didi auf den Markt. Die Kunden köderten sie mit Rabatten von bis zu 100 Prozent. Wer in den Genuss der kostenlosen Taxifahrten kommen wollte, musste sein Bankkonto mit den Bezahlssystemen der Firmen verbinden. Auch Taxifahrer wurden mit üppigen Boni belohnt, wenn sie eine Mindestzahl von Fahrten am Tag mit den Programmen absolvierten. Heute sind die Rabatte verschwunden, aber Taxifahrer und Kunden zahlen weiter artig per Smartphone.

Kinoticket und Taxifahrten sind nur die Einstiegsdroge für den mobilen Finanzkosmos. Viele Restaurants akzeptieren bereits das Bezahlen per Smartphone. Auch die Stromrechnung und sogar das Krankenhaus kann in China per Wisch bezahlt werden.

Die Zahlsparte von Alibaba denkt bereits weiter. Ende Juni ist die Firma mit ihrem jüngsten Produkt MyBank zu einer Art Online-Bank aufgestiegen, die Kredite vergibt. Dafür spart sich die Firma eine aufwen-

dige Risikoprüfung und nimmt lediglich das Bezahlverhalten über Alipay als Grundlage. Wer viel und rechtzeitig per Alipay bezahlt, wird von einem Algorithmus als kreditwürdig eingestuft. „Das könnte zu einer Goldgrube werden“, sagt ein Banker. Denn in China gibt es kein flächendeckendes System, um die Kreditwürdigkeit von Privatkunden zu prüfen. Das Fernziel für Alibaba ist klar: Der Konzern will seine Dienste als wichtigste Zahlungsform etablieren und klassische Banken überflüssig machen.

Das amerikanische Pendant zu Alipay heißt Paypal. Beide Dienste fingen ähnlich an, indem sie eine Schwäche der heimischen Banken ausnutzen: Probleme bei Überweisungen. Während man sich in China bei der Bank anstel-

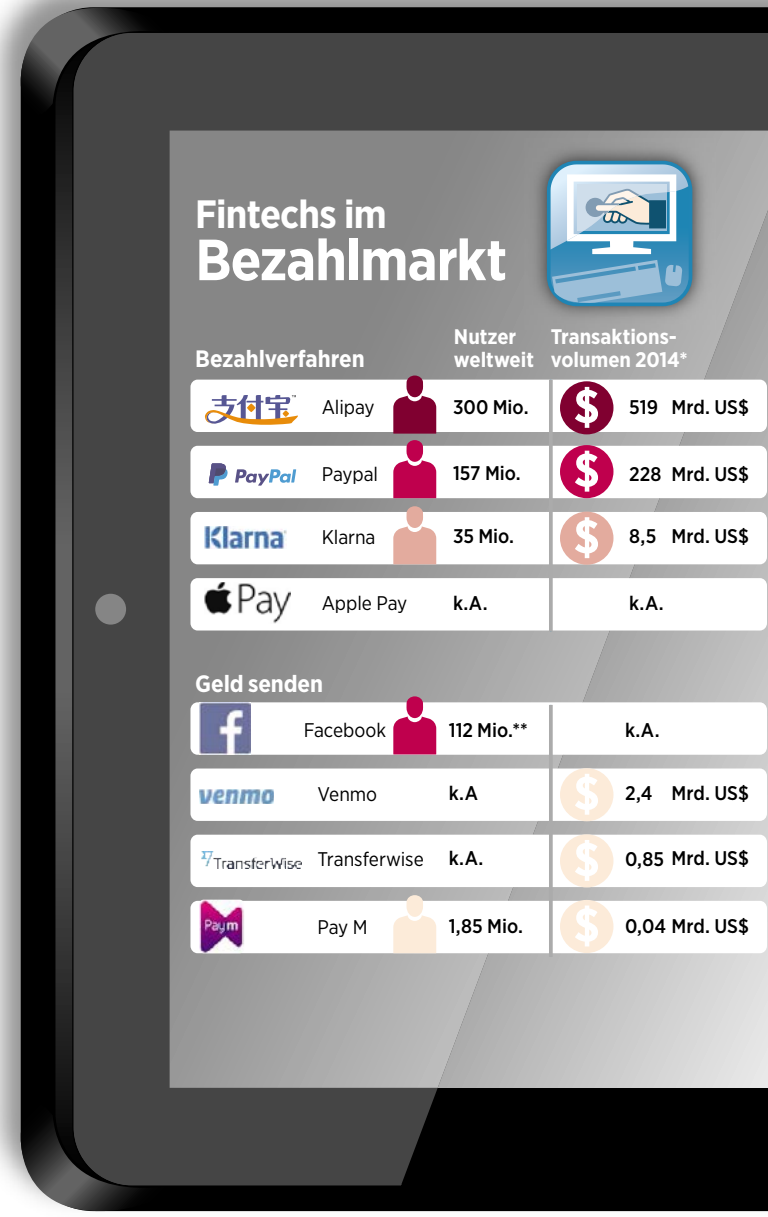
len musste, verschickten die Amerikaner Schecks. Zusätzliche Funktionen wie der Käuferschutz brachten den Erfolg über Landesgrenzen hinweg. Alipay expandiert langsam aus China heraus, Paypal dagegen ist schon in 203 Ländern präsent. Beide zusammen wickelten 2014 rund die Hälfte des weltweiten Umsatzes im Onlinehandel ab.

Für die Banken ist das ein echtes Problem: Ihnen gehen nicht nur Gebühren verloren. Bei Alipay und Paypal fließt das Geld über ein virtuelles Konto und wird dem Geldkreislauf entzogen. Die Bank verliert die wertvollen Zahlungsinformationen über den Kunden. Nicht nur Alipay, auch Paypal versucht mit einer App, die Dominanz im Internethandel auf das Bezahlen per Handy im Laden

auszuweiten - das neue Wachstumsfeld. Bis 2017 soll der Umsatz der Handyzahlungen auf 720 Milliarden ansteigen, schätzt Goldman Sachs. In Deutschland sind viele noch skeptisch. Eine Umfrage der Beratungsgesellschaft PwC zeigt: 88 Prozent befürchten, dass ihre Daten gehackt oder missbraucht werden. Fast genauso viele sehen eine Gefahr, dass ihr Handy gestohlen und mit den

Bezahldaten Missbrauch getrieben wird. In anderen Ländern gibt es weniger Vorbehalte. Mit Alipay und Paypal konkurrieren bisher vor allem die Apps der Kartenfirma Visa und Mastercard. Doch nun tauchen neue schwergewichtige Wettbewerber auf: Apple und Google. Apple Pay ist bereits in den USA und Großbritannien verfügbar.

Gut für die Banken: In der App werden Karten- oder Bankdaten hinterlegt, es gibt kein virtuelles Konto, so bleibt das Geld im Kreislauf. Allerdings haben Apple & Co. trotzdem Zugriff auf die Daten und nutzen sie unter anderem für Werbung. Außerdem kasieren die Tech-Giganten saftige Gebühren von den Banken. Experten prophezeien den Tech-Giganten eine glänzende Zukunft, denn sie besitzen gegenüber Pay-



Paypal: Ernster Konkurrent

Zahlungsarten im deutschen Onlinehandel, Anteil am Umsatz 2014 in Prozent

Rechnung	25,5 %
Lastschrift	21,8 %
Paypal*	20,2 %
Kreditkarte	10,8 %
Vorkasse	6,6 %
Ratenkauf	4,5 %
Sofortüberweisung	3,2 %
Nachnahme	3,0 %
Zahlung bei Abholung	1,5 %
Amazon Payments	0,3 %
Giropay	0,1 %

Handelsblatt | *Kreditkartenumsätze in unbekannter Höhe enthalten Quelle: EHI

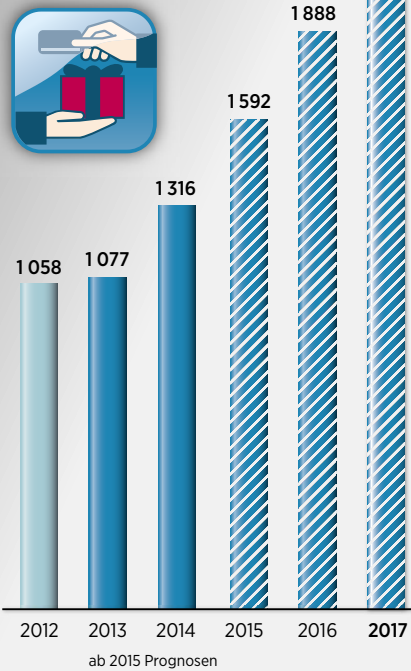


Wenn ein Fintech in direkte Konkurrenz zur Bank tritt, muss es mit seinem Produkt schnell eine große Nutzerzahl erreichen.

Bernd Richter, IT-Beratung Capco

Internethandel

Marktvolumen weltweit in Mrd. US-Dollar

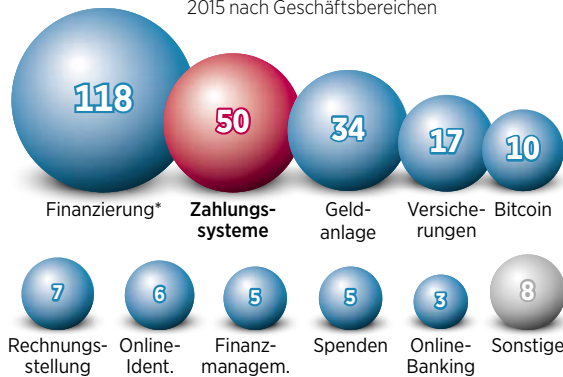


Handelsblatt | *mobile Nutzer in den USA; Quellen: Unternehmen, eMarketer, Gartner, Goldman Sachs



Beliebter Zahlungsverkehr

Zahl der deutschen Finanztechnologie-Unternehmen 2015 nach Geschäftsbereichen



Handelsblatt | *Crowdfinanzierung, Factoring, Kreditvergabe
Quellen: crowdfunding.de, paymentandbanking.com, M. Klotz, Barkow Consulting

JOCHEN SIEGERT

„Viele Fintechs haben keine gute Zukunft“

Der Experte über Fehler kleiner Anbieter.

Seit mehr als 15 Jahren beschäftigt sich Jochen Siegert mit dem Zahlungsverkehr. Nach dem Karrierestart bei Paypal, Mastercard und der Karstadt-Quelle-Bank wechselte er in die Fintech-Szene und ist heute unter anderem Vorstand von Traxpay, einem Fintech für Business-Bezahlösungen. Im Interview erklärt er, warum Apple den Markt aufmischen wird und wie die deutschen Banken Paypal besser angreifen könnten.

Herr Siegert, Paypal hat den Zahlungsmarkt revolutioniert. Wo sehen Sie ernsthafte Konkurrenz für den Marktführer?

Da wären zum Beispiel Technologiekonzerne wie Apple. Paypal ist vor allem im Onlinehandel ein Platzhirsch. Doch ein steigender Teil des Onlinehandels - bei Zalando zum Beispiel sind es schon 50 Prozent - wird über mobile Endgeräte abgewickelt. Der Charme an Apple Pay ist, dass der Nutzer einfach durch Daumenauflegen bezahlt, und Apple hat anders als Paypal bereits den Sprung an die Ladenkasse geschafft.

Apple, Google, Facebook & Co. trauen Sie mehr zu?

Die Technologiekonzerne könnten es schaffen, sich als neue Bezahlwege zu etablieren, denn hier muss man sich keine App herunterladen und kann meist die hinterlegten Zahlungsinformationen der App-Stores ohne aufwendigen Registrierungsprozess nutzen. Ein Fintech muss ferner mit seinem Kernprodukt Geld verdienen. Apple und Co. nutzen die Bezahlfunktion nur, um mit ihrem eigentlichen Produkt mehr Geld zu verdienen und die Kunden ans eigene Ökosystem zu binden.

Wie gelingt das?

Manchen Konzernen geht es um die Daten, manchen einfach um engere Kundenbindung. Apple kann den Dienst nutzen, um die Kunden enger an das iPhone zu binden, und alle x Jahre ein neues verkaufen, um natürlich auch auf neue Apple-Produkte aufmerksam zu machen. Google zum Beispiel kann anhand des Zahlverhaltens noch gezielter Werbung schalten. Wie wertvoll die Daten sind, zeigt sich zum Beispiel auch bei Facebook.

Das soziale Netzwerk hat kürzlich in seinen Messenger eine Überweisungsfunktion für Freunde eingebaut. Auch Paypal hat ursprünglich einmal ähnlich angefangen. Ist das ein erfolversprechender Weg?

Durchaus. Denn so ließ sich zunächst eine große Kundenbasis aufbauen. Viele neuere Internetbezahlverfahren von Banken - zum Beispiel in Dänemark, Großbritannien und der Schweiz - starteten zuerst mit Zahlungen von Privatleuten an Privatleute. Wenn sie genügend Kunden haben, erweitern sie sicherlich das Angebot auf das Bezahlen im Handel.

In Deutschland wollen die Banken mit Paydirekt einen eigenen Online-Bezahldienst als Konkurrenz zu Paypal aufbauen. Wie schätzen Sie die Erfolgchancen ein?

Das wird nicht einfach. Wenn man sich - wie derzeit zu hören - für das Verfahren zunächst registrieren muss, ist das eine große Hürde. Die Banken hätten es mit einer mobilen Lösung probieren können, weil es hier in Deutschland bisher kaum relevante Angebote gibt. Ich hätte es aber über einen kostenlosen bankübergreifenden Dienst für Privatkunden probiert. Hier gibt es in Deutschland noch eine Marktlücke, weil Paypal als einziger großer alternativer Anbieter, diesen sehr lange nur gegen Gebühr angeboten hat. Das war eine Steilvorlage für die Banken, die sie leider nicht genutzt haben. Es wäre doch ein Leichtes gewesen, so etwas in den Banken-Apps einzubauen.

Apple Pay bietet die „One Touch“-Lösung, aber Apple & Co. haben im Laden einen Vorteil? Paypal hat es hier schwerer, weil ihm die Infrastruktur für die Ladenkasse fehlt. Es hat weder Handys noch Karten, sondern muss für den mobilen Einsatz eine App verwenden, die anders als Apple Pay nicht pauschal auf jedem Gerät installiert ist.

Paypal ist der Ansporn für viele Fintechs. Warum gelingt so wenigen ein ähnlicher Erfolg?

Weil die meisten versuchen, das bestehende Zahlungsverhalten der Kunden zu ändern ohne eine wirkliche Verbesserung für Kunde und Handel. Es gibt genug funktionierende und effiziente Alternativen wie Karte und Bargeld. Ich sehe für die meisten Fintechs von Endkundenzahlverfahren keine gute Zukunft.

Jochen Siegert: Geld transferieren per SMS.



Die Fragen stellte Laura de la Motte.

pal, Alipay aber auch den Kartenfirmen einen Vorteil: Sie verfügen nicht nur über eine riesige Kundenbasis, sondern haben auch bereits die nötige Infrastruktur parat. Bezahlen ist einfach nur eine weitere Funktion des Handys. Paypal übt sich trotzdem in Optimismus: „Der Markt für mobiles Bezahlen steht noch relativ am Anfang, und wir denken, dass dieser Markt so groß ist, dass er Platz für mehr als eine mobile Bezahlmethode bietet“, heißt es.

Für kleine Fintechs liegen die Hürden beim mobilen Bezahlen dagegen hoch. Der deutsche Anbieter Yapital, der zur Otto-Gruppe gehört, peilte bis 2015 eine Million Kunden an. Doch nach vier Jahren macht sich Ernüchterung breit: „Auf Konsumentenseite nähern wir uns inzwischen einer sechsstelligen Nutzerzahl“, sagt Geschäftsführer Karsten Cornelissen. Otto sucht derzeit einen strategischen Investor.

Dabei ist die Idee von Yapital, dessen Handy-Bezahlverfahren sowohl im Internet als auch im Laden funktioniert, eigentlich gut. „Für die Händler wächst das Geschäft zusammen. Deswegen erwarten sie über kurz oder lang einheitliche Lösungen“, sagt Andreas Martin, Vorstand beim Bundesverband der Volks- und Raiffeisenbanken (BVR).

Nichtsdestotrotz zieht der Erfolg von Paypal und Alipay seit Jahren Fintechs in den Zahlungsverkehr. Allein in Deutschland gibt es derzeit über 40 Bezahl-Apps. „Das ist verwunderlich, weil kaum eines dieser Unterneh-

men erfolgreich ist. Die Nutzerzahlen liegen im homöopathischen Bereich“, stellt Oliver Hommel, Zahlungsverkehrsexperte bei Accenture fest.

„Wenn ein Fintech in direkte Konkurrenz zur Bank tritt, muss es mit seinem Produkt schnell eine große Nutzerzahl erreichen“, erläutert Bernd Richter von der IT-Beratung Capco. Das gelingt fast keinem. „Viele Bezahlösungen von Start-ups zielen nicht auf den Massenzahlungsverkehr. Sie lösen eher Einzelsituationen und substituieren Zahlungen, die vorher vielleicht in bar oder per Nachnahme beglichen wurden“, sagt BVR-Mann Martin.

Dennoch gelangen einigen Fintechs Achtungserfolge. „Eine Möglichkeit ist, dass ein Fintech eine neue vorteilhafte Technologie entwickelt und an die Banken verkauft“, sagt IT-Berater Richter. Ein deutsches Beispiel dafür ist Gini, eine Technik, mit der Rechnungsdaten per Klick in eine Online-Überweisung übertragen werden. Die Deutsche Bank und ING-DiBa haben Gini bereits in ihre Banking-Apps implementiert.

Anderen Start-ups ist es gelungen, wie Paypal und Alipay eine Schwachstelle der Banken auszunutzen. Fintechs wie Transferwise oder Kantox haben bei Auslandsüberweisungen, die sie viel günstiger anbieten, eine Nische entdeckt. Firmen wie Klarna bieten Rechnungskauf mit Zahlungsgarantie im Internet an. So entfällt das Risiko für den Händler, dass der Kunde die Ware nicht bezahlt. Und Sofortüberweisung, das von Klarna gekauft wurde,

bot in Deutschland das erste bankunabhängige Direktüberweisungsverfahren an.

Die Klarna-Gruppe sieht sich sogar als Freund der Banken. „Wir wollen nicht die Endkunden abwerben, unsere Angebote laufen direkt über das Girokonto“, betont Gerrit Seidel, verantwortlich für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei Klarna.

Tatenlos zusehen, wie die neuen Anbieter den Zahlungsmarkt aufmischen, wollen die Banken trotzdem nicht. Die deutschen Institute entwickeln derzeit das gemeinsame Online-Bezahlverfahren „Paydirekt“, das später auch mobil funktionieren soll. Dass die Banken eine Chance haben, wenn sie sich clever anstellen, zeigt der Blick in andere Länder: In Großbritannien beispielsweise wird „PayM“ immer beliebter. Hier können Freunde einander Geld per SMS schicken. Ein kluger Schritt, so kamen die Banken der Paypal-Tochter Venmo zuvor, die in den USA extrem erfolgreich ist, aber auch wieder über ein virtuelles Konto funktioniert.

Wenn's ein bisschen mehr sein darf

Aus Deutschland kommen innovative Vermittler von Tages- und Festgeld. Über Internetplattformen verhelfen sie Sparern zu etwas höheren Zinsen und treten gegen die großen Direktbanken an.

- ▶ Berater sehen geringe Margen für neue Anbieter.
- ▶ Warnung vor Lücken beim neuen Einlagenschutz.

Katharina Schneider, Anke Rezmer
Frankfurt

Eine Fintech-Innovation „made in Germany“ - das ist ungewöhnlich. Denn im Vergleich zu den USA und zu Großbritannien hinkt Deutschland bei der Gründung kreativer Finanztechnologie-Firmen deutlich hinterher. Beim Thema Sparen ist das anders. Auf dieses typisch deutsche Phänomen zielt die Internetplattform Weltsparen ab, und Mitgründer Tamaz Georgadze sieht sich hier als Pionier: „Wir waren die Ersten“, sagt er. Die Idee ist simpel: Weil deutsche Banken für Spareinlagen nur Minizinsen bieten, vermittelt Weltsparen den Kontakt zu Banken im europäischen Ausland. Ähnlich machen es auch die Portale Savedo und Zinspilot.

Das Marktpotenzial sieht riesig aus. Denn nach Zahlen der Bundesbank horten die Deutschen aktuell mehr als zwei Billionen Euro auf Tages-, Festgeld- und Sparkonten oder als Bargeld. Honoriert wird das von hiesigen Banken aber kaum, denn die meisten haben ohnehin genug Liquidität und müssen nicht mit hohen Zinsen um zusätzliche Kundeneinlagen werben. Laut einem Vergleich der Frankfurter FMH-Finanzberatung zahlen die Geldhäuser auf Tagesgeld aktuell nur durchschnittlich 0,39 Prozent Zinsen im Jahr, bei einer fünfjährigen Festgeldanlage sind es 0,74 Prozent jährlich. Die J&T Banka aus Tschechien dagegen bietet für fünfjähriges Festgeld jährlich 2,25 Prozent Zinsen.

Der Unterschied ist beträchtlich - wie also kommt man an diese relativ guten Zinsen heran? Extra nach Tschechien reisen? „Wir nehmen den Sparern einen Teil der Arbeit ab“, erklärt Georgadze das Weltsparen-Konzept. „Die Sparer müssen sich einmal per Post- oder Video-Ident bei uns identifizieren und können dann online aus aktuell rund fünfzig Festgeld-Angeboten

von zehn Banken wählen“, sagt er. Verrechnet werden die Ein- und Auszahlungen über ein Girokonto, das mit der Anmeldung auf der Plattform bei der deutschen Transaktionsbank MHB eröffnet wird. Gern kooperieren die Fintechs mit kleineren Banken, weil sie selbst keine Banklizenz haben.

Anders als andere Fintechs sieht sich Weltsparen nicht als Angreifer auf das bestehende Bankensystem. „Wir vermitteln zwischen Anlegern, die nach höheren Zinsen auf Spareinlagen suchen, und Banken, die Gelder akquirieren möchten“, sagt Georgadze. Das müssen nicht nur Institute aus dem Ausland sein. Auch die Hanseatic Bank sowie die Mittelstandsbank Grenke bieten bereits Festgeldkonten über die Plattform an. Noch in diesem Jahr will Georgadze auch Tagesgeldkonten vermitteln, dafür gebe es eine große Nachfrage. Zudem soll Weltsparen ab Herbst gleichfalls für Sparer aus diversen anderen europäischen Ländern erreichbar sein. Um diese Expansion umzusetzen, wurden jüngst 20 Millionen Euro von internationalen Investoren eingesammelt.

An den Erfolg des Konzepts glaubt auch Christian Tiessen. So sehr, dass er es mit seiner Plattform Savedo kurzerhand kopiert hat. Weltsparen ist Anfang 2014 gestartet und hat bislang 500 Millionen Euro von mehr als 25 000 Kunden vermittelt. Savedo folgte im Dezember 2014 und hat seitdem etwa 100 Millionen Euro vermittelt. Die Verlagsgruppe Handelsblatt ist an der Plattform beteiligt.

Konkret funktioniert die Anlage über Weltsparen und Savedo so: Bei der Registrierung müssen sich die Kunden einmal identifizieren, um das deutsche Verrechnungskonto zu erhalten. Auch bei den Anlagebanken eröffnen sie Konten, doch der Aufwand ist geringer: Bei manchen Banken reichen schon wenige Klicks, der Kunde wählt ein Angebot und die Anlagesumme, die Plattform leitet die Daten an die Anlagebank weiter. Bei anderen Instituten muss der Kunde ein Antragsformular - das vom Portal vorausgefüllt wurde und auf Deutsch verfasst ist - ausdrucken, unterschreiben und dann entweder einscannen oder per Post an die Plattform schicken.

Ein bisschen anders funktioniert die

Plattform Zinspilot, die der Hamburger Softwareentwickler Deposit Solutions anbietet. „Wir vermitteln keine Kunden, sondern Einlagen“, sagt Zinspilot-Geschäftsführer und Gründer Tim Sievers. „Die Kunden identifizieren sich einmal bei einer unserer beiden Partnerbanken - BIW oder Sutor Bank -, um ein Anlagekonto zu erhalten, und müssen danach keine weiteren Konten eröffnen.“ Stattdessen wählen sie mit wenigen Klicks ein Angebot auf der Plattform und erteilen damit der Partnerbank eine Weisung. Diese legt das Geld dann treuhänderisch bei einer Anlagebank für den Kunden an.

Noch gibt es auf der Plattform lediglich zwei deutsche Anlagebanken, die Tages- oder Festgeld anbieten. „In den nächsten Wochen werden auch Angebote von Banken im europäischen Ausland folgen“, kündigt Sievers an.

Den Kunden bieten die drei Fintechs ihren Service derzeit kostenlos an, von den Banken bekommen sie eine Vermittlungsprovision. „Es ist gut vorstellbar, dass irgendwann auch Produkte wie zum Beispiel börsengehandelte Fonds vermittelt werden“, sagt Björn Jüngerkes, Leiter Geschäftsentwicklung bei der BIW - über die Spezialbank laufen die Transaktionen von Savedo und Zinspilot.

Eine Ausweitung ihres Geschäftsmodells könnte für die Vermittler überlebenswichtig werden. Denn das Ertragspotenzial bei der reinen Vermittlung von Tages- und Festgeld bewerten Berater als gering. „In dem Geschäftsfeld können keine besonderen Margen gehoben werden“, sagt Andreas Feiden, Berater bei Finnovativ. Das könne in Zeiten höherer Zinsen anders aussehen, doch die seien vorerst nicht in Sicht. Er bezweifelt zudem den Mehrwert der Portale. „Verschiedene Vergleichsplattformen bieten Sparern bereits einen ausreichenden Markt- und Konditionenüberblick“, meint Feiden. Zwar hätten Bankkunden schon heute oftmals ein Zweit-

oder Drittkonto, um günstige Tages- oder Festgeldkonditionen zu nutzen, „doch hier dominieren die Direktbanken“.

Ein weiteres Problem beim Anwerben von Kunden könnte die Frage nach der Sicherheit der Einlagen sein. Immerhin, die drei Fintechs wollen nur Banken aus der Europäischen Union (EU) in ihre Portale aufnehmen und berufen sich auf die neue harmonisierte europäische Einlagensicherung. Danach sollen in allen EU-Mitgliedstaaten pro Kunde und Bank 100 000 Euro durch nationale Sicherungsfonds geschützt sein.

Nutzer des Portals Weltsparen sind im vergangenen Jahr schon zweimal mit dem Schrecken davongekommen: Die portugiesische Bank Espírito Santo (BES) musste vom portugiesischen Staat gerettet werden und um die bulgarische Fibank hatte es Gerüchte über eine mögliche Schieflage



Ich würde mein Geld nicht für mehr als fünf Jahre im Ausland anlegen.

Max Herbst
FMH-Finanzberatung

gegeben. Vorübergehend wurden die Fibank-Angebote von der Weltsparen-Seite entfernt, inzwischen aber wieder aufgenommen. „Bei beiden Banken war von Anfang an eine vorzeitige Vertragskündigung möglich“, sagt Georgadze. „Bei der BES werden die Kundeneinlagen inzwischen vom Nachfolgeinstitut Novo Bank geführt und bei der Fibank hat die Regierung schnell geholfen, indem sie Liquidität zur Verfügung stellte.“

Max Herbst, Inhaber der FMH-Finanz-



Caro / Westermann

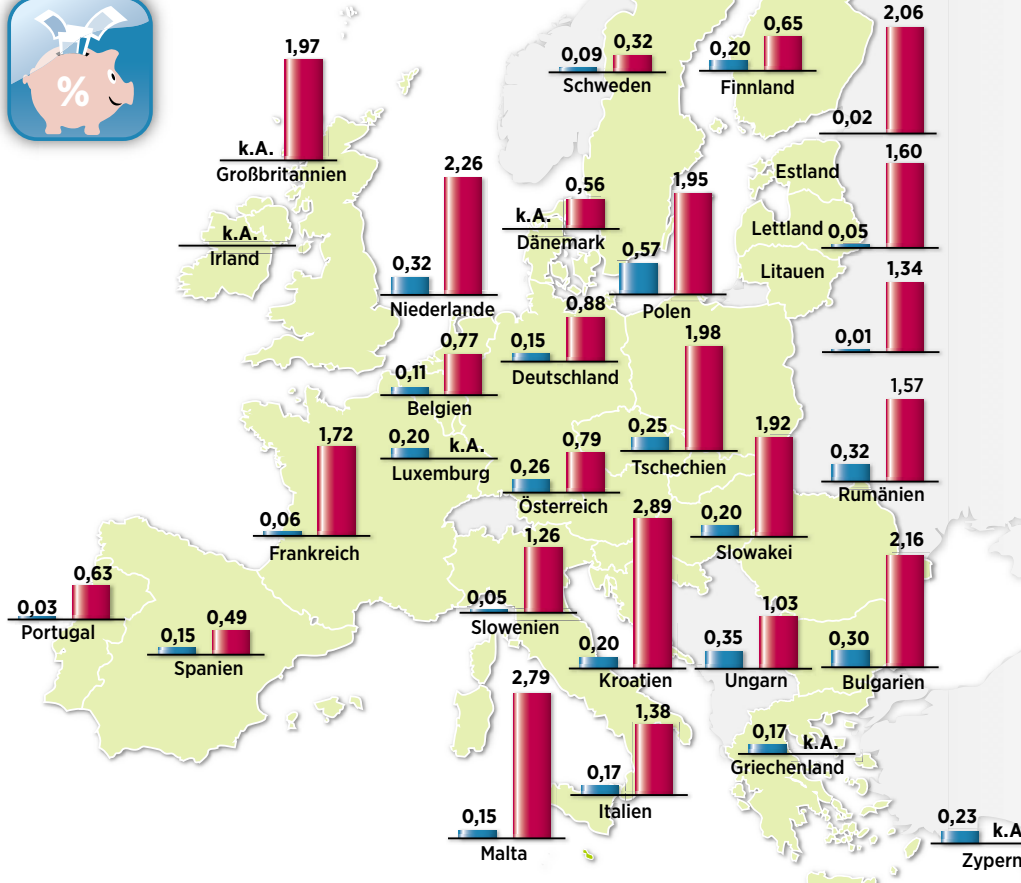


Handelsblatt

Zinsen in Europa

Auf Einlagen privater Haushalte
Neugeschäft, Effektivzinssatz in Prozent p.a.

- Täglich fällige Einlagen
- Einlagen mit einer Laufzeit von mehr als 2 Jahren



Die Top Ten der Festgeld-Angebote

Laufzeit 1 Jahr, Zinssatz in Prozent p.a.

Institut	Land	Zinssatz	Kontakt
Atlantico Europa*	Portugal	1,60 %	weltsparen.de
J&T Banka*	Tschechien	1,60 %	savedo.com/weltsparen.de
Banca Sistema*	Italien	1,55 %	weltsparen.de
Alior Bank*	Polen	1,50 %	weltsparen.de
FirstSave Euro*	Großbritannien	1,50 %	weltsparen.de
Novo Banco*	Portugal	1,50 %	weltsparen.de
Allied Irish Banks*	Irland	1,50 %	weltsparen.de
Bigbank	Estland	1,50 %	bigbank.de
NIBC Direct	Niederlande	1,30 %	nibcdirect.de
Sberbank Direct	Österreich	1,30 %	sberbankdirect.de

Laufzeit 5 Jahre, Zinssatz in Prozent p.a.

Institut	Land	Zinssatz	Kontakt
Fibank*	Bulgarien	2,50 %	weltsparen.de
J&T Banka**	Tschechien	2,25 %	savedo.com/weltsparen.de
Banca Sistema*	Italien	2,20 %	weltsparen.de
VTB Direktbank	Österreich	1,90 %	vtbdirekt.de
Renault Bank direkt	Frankreich	1,85 %	renault-bank-direkt.de
DenizBank	Österreich	1,85 %	denizbank.de
Crédit Agricole	Frankreich	1,76 %	ca-consumerfinance.de
NIBC Direct	Niederlande	1,75 %	nibcdirect.de
Vakifbank	Österreich	1,75 %	vakif-bank.de
Bigbank	Estland	1,70 %	bigbank.de

Handelsblatt

Stand 11.8.2015; Alle Anlagen werden in Euro getätigt; *über Vermittler; ** ab 15. August 2,15 Prozent; Quellen: EZB, nationale Notenbanken, FMH Finanzberatung

beratung, gibt sich in Sachen Einlagensicherung optimistisch und hat bereits zahlreiche Banken aus dem EU-Ausland in seinen Festgeld-Vergleich aufgenommen. „Aktuell vertraue ich auf die Einlagensicherung und dass die EU keine Bank pleitegehen lässt, allerdings würde ich mein Geld auch nicht für mehr als fünf Jahre im Ausland anlegen, schließlich kann sich in dieser Zeit politisch viel verändern.“

Wenig überzeugend findet dagegen Niels Nauhauser von der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg den neuen Einlagenschutz. „Die Anbieter werben mit einer europäischen Einlagensicherung - die gibt es aber de facto nicht“, stellt er fest. EU-weit sollen zwar 100 000 Euro pro Sparer geschützt werden. Aber hinter jedem nationalen Einlagensicherungsfonds stehe das jeweilige Bankensystem. Wenn der Fonds bei einer Bankenpleite nicht ausreiche, müsse der Staat die Lächer stopfen. Ob dieser auch für ausländische Kunden aufkomme, sei fraglich, meint der Verbraucherschützer. „Geld, das Sparer sicher anlegen wollen, sollten sie lieber zu einer inländischen Bank geben“, rät Nauhauser.

Ob die Fintechs am Ende ohne eigene Produkte als Vermittler zwischen Anlegern und Banken bestehen können, wird die Entwicklung der Kundenzahl zeigen. Berater Feiden ist skeptisch: „Der Ansatz, mit der Schaffung von Transparenz Geld zu verdienen, greift in diesem Bereich nur bedingt.“ Optimistischer ist dagegen Jüngerkes von der Bank BIW: „Die Plattformen werden für Kunden umso attraktiver, je mehr Banken sich beteiligen“, sagt er. Die Partner kämen in erster Linie aus dem Ausland. „In Deutschland sind die Plattformen insbesondere für Produktbanken interessant, die keinen direkten Zugang zu Anlegern haben und bereit sind, höhere Zinsen an die Anleger und Provisionen an die Fintechs zu zahlen. In beiden Gruppen sehen wir durchaus hohes Interesse.“

KLAUS FLEISCHER

„Es gibt immer ein Restrisiko“

Der Bankprofessor über die Einlagensicherung in Europa.

Am 3. Juli ist die neue, harmonisierte europäische Einlagensicherung in Kraft getreten. Der Münchener Bankprofessor Klaus Fleischer hat sich die Änderungen genau angesehen.

Herr Fleischer, sind die neuen Regeln eine Verbesserung für Sparer?

Die Harmonisierung der Einlagensicherung in den EU-Mitgliedstaaten ist der richtige Weg zum Schutz der Anleger und Sparer. Das Minimalziel eines gesetzlich verankerten Einlagenschutzes bis zu 100 000 Euro pro Kunde und Bank ist ein Etappenerfolg für Sparer. Er darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Einrichtung eines gemeinschaftlichen europäischen Einlagensicherungsfonds bislang kläglich gescheitert ist.

Weiterhin haften die nationalen Sicherungsfonds also nur für eine Schieflage der Banken im eigenen Land. Reichen die Reserven der Fonds?

In Deutschland dürfte aktuell ein niedriger zweistelliger Milliardenbetrag zur Verfügung stehen. Dieser dürfte ausreichen, falls einige kleinere Mitgliedsbanken in die Insolvenz gehen. Kritisch würde es, wenn etwa eine der zwei Großbanken, für die das Attribut „too big to fail“ gilt, oder mehrere Großinstitute mit Bilanzvolumen von mehr als zehn Milliarden Euro gleichzeitig in Schwierigkeiten geraten.

Laut EU-Recht müssen Banken innerhalb der nächsten zehn Jahre 0,8 Prozent ihrer Einlagen in die nationalen Einlagensicherungsfonds einzahlen. Ist das genug?

Diese Auffüllung kann als akzeptable Untergrenze betrachtet werden. Sie dürfte

bei geordneten überschaubaren Bankinsolvenzen ausreichen. Bei einer gleichzeitigen Notlage von mehreren Großbanken würde auch das nicht reichen.

Sind Einlagen bis 100 000 Euro nun in allen EU-Ländern sicher?

In der Theorie ja, aber de facto gibt es immer ein Restrisiko. In Portugal zum Beispiel ist es größer als in Deutschland, weil das Land wirtschaftlich weniger stabil ist. Käme es zu einem flächendeckenden Bankencrash, bestünde dort eher das Risiko eines Schuldenschnitts, während hierzulande wahrscheinlich der Staat den Banken helfen würde. Zusätzlich zur gesetzlichen Regelung gibt es in Deutschland auch noch die Sicherungseinrichtungen der Bankenverbände.

Wie unterscheiden sich die Abläufe bei einer Bankenpleite, wenn eine Bank eine deutsche Banklizenz hat oder wenn sie die Lizenz in ihrem EU-Heimatland hat?

Gemäß dem neuen Anlegerentschädigungsgesetz sollen Kunden die Entschä-

digung in jedem Fall von einem deutschen Einlagensicherungssystem ausgezahlt bekommen. Dieses wickelt den Entschädigungsfall dann im Auftrag und mit den Mitteln des beteiligten Einlagensicherungssystems im Ausland ab. Ob dies in der Praxis funktionieren wird, bleibt meiner Meinung nach äußerst fragwürdig.

Bis 2024 sollen Bankkunden ihre Einlagen bei einer Bankenpleite in nur sieben Tagen zurückbekommen, ist das realistisch?

In Deutschland gilt diese Frist bereits. In anderen EU-Ländern sind es aktuell noch 20 Tage. Da es derzeit keinen europäischen Einlagensicherungsfonds gibt und in naher Zukunft auch nicht geben wird, ist schon die 20-Tages-Frist unrealistisch. Die Abläufe zwischen den beteiligten Staaten sind noch zu komplex. Die Erfahrungen bei Abwicklungen von Banken in der Vergangenheit belegen dies.

Welches Handeln erwarten Sie von den einzelnen Staaten und von der EU, falls ein nationaler Einlagensicherungsfonds nicht ausreicht?

Denkbar wäre ein Rückgriffsversuch auf europäische Einrichtungen wie speziell den entstehenden Bankenabwicklungsfonds. Er ist ja Bestandteil der Banken-Union, und ab 2016 müssen die Banken ihn mit 55 Milliarden ausstatten. Eine Verknüpfung wäre aufgrund der Konstruktion des Fonds als „Auflösungsmechanismus“ eventuell ableitbar, aber fragwürdig. Wahrscheinlicher wäre ein Einspringen des jeweiligen Staates.

Die Fragen stellte Katharina Schneider.



Klaus Fleischer: „Richtiger Weg zum Schutz der Anleger“.

Bankfiliale für die Hosentasche

Fintech-Firmen ermöglichen mit Banking-Apps einen schnellen Überblick über die eigenen Finanzen. Dadurch verlieren die Banken den Kontakt zum Kunden.

- ▶ Bei vielen Angeboten gibt es noch Verbesserungspotenzial.
- ▶ App „Number26“ macht Banken mit Girokonto Konkurrenz.

L. Waßermann, K. Schneider
Düsseldorf, Frankfurt

Die Versprechen sind groß: „Smart. Sicher. Mein Banking“, wirbt das Fintech-Unternehmen Outbank für seine Banking-App. „Einfach, komfortabel und vor allem sicher“, heißt es beim Konkurrenten StarMoney, und Finanzblick preist eine App an, die „automatisch für Ordnung sorgt, damit das Geldausgeben ab sofort noch mehr Spaß macht“. Für die jungen Fintech-Unternehmen gehört Klappern zum Handwerk, denn ihre Konkurrenten sind nicht bloß andere Gründer im Bereich Finanztechnologie, sondern auch die traditionellen Geldhäuser.

Zur Zielgruppe zählt jeder, der gerne bargeldlos bezahlt. Das geht schnell, ist bequem und erfreut sich selbst in Deutschland wachsender Beliebtheit – obwohl Scheine und Münzen hier noch immer Zahlungsmittel Nummer eins sind. Die Sache hat nur einen Haken: Man verliert leicht den Überblick. Wo beim Einkaufen mit Bargeld ein Blick ins Portemonnaie genügt, fehlt beim bargeldlosen Bezahlen die Echtzeit-Übersicht über das Budget. Noch komplizierter wird das, wenn mal die eine und mal die andere Karte zum Einsatz kommt. Genau dieses Problem wollen die Banking-Apps lösen.

In der Praxis funktioniert das so: Der Nutzer trägt in der App einmal die Daten seines Giro-, Kreditkarten- oder Paypal-Kontos ein und kann dann sämtliche Ein- und Auszahlungen überblicken und aus der App heraus Überweisungen tätigen. Viele Apps bieten zudem ein digitales Haushaltsbuch. Bei Finanzblick etwa, einem Angebot von Buhl Data Service, werden die Ausgaben automatisch in verschiedene Kategorien einsortiert: Ein Einkauf im Drogeriemarkt beispielsweise fällt unter „Pflegerie und Reinigung“, eine Bahnfahrt unter „Öffentliche Verkehrsmittel“. Auch seine Barausgaben kann der Nutzer hier eintragen und analysieren. „Wir helfen den Kunden, jederzeit und überall bessere Finanz- und Einkaufsentscheidungen zu treffen“, wirbt Geschäftsführer Peter Glowick. „Unsere App kann man auf allen Geräten nutzen: Smartphone, Tablet oder auch über den Internetbrowser.“

Ähnlich wie Finanzblick funktionieren beispielsweise auch Star Money und

Outbank. „Für die Banken sind solche Apps eine Gefahr, mit Girokonten verdienen sie zwar kein Geld, aber durch die Anwendungen verlieren sie den Kontakt zum Kunden“, sagt Nils Beier, Managing Director bei der Unternehmensberatung Accenture. „Ist das Konto einmal mit der App verknüpft, spielt es für den Kunden kaum noch eine Rolle, welche Bank dahintersteht.“

Das haben auch schon die Großbanken erkannt, viele bieten ihren Kunden ebenfalls Apps zur Kontoführung an. Die Commerzbank beispielsweise hat zudem eine Kontostands-App entwickelt, mit der Kunden ihren Kontostand und die zehn neuesten Kontobewegungen einsehen können, ohne sich jedes Mal mit Passwort anzumelden. Privatkundenvorstand Martin Zielke sieht Bank-Apps insbesondere als Mittel zur Kundenbindung: „Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Kunde verlässt, ist signifikant geringer, wenn er eine unserer Apps installiert hat“, sagt er. „Außerdem sind wir damit extrem nah am Kunden dran. Un-

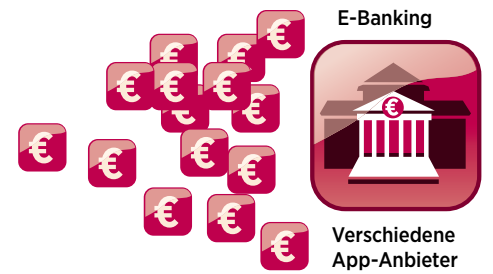
sere Kontostands-App wird von manchen Kunden nahezu täglich genutzt, das bietet uns die Chance, mit ihnen in Kontakt zu treten.“

Gegenüber der Fintech-Konkurrenz haben die Bank-Apps aber häufig einen Nachteil: Viele ermöglichen keine Integration von Konten anderer Institute. Eine der Ausnahmen ist beispielsweise die App „Sparkasse +“. Sie kostet einmalig 99 Cent. Ansonsten funktioniert die Anwendung ähnlich wie das Onlinebanking auf der Internetseite.

Noch werden die Apps in Deutschland wenig genutzt. Zwar verwalten laut einer aktuellen Studie des Digitalverbands Bitkom aktuell 73 Prozent der Internetnutzer ab 14 Jahren ihr Konto online – das sind 58 Prozent der Deutschen ab 14 Jahren. Doch nur gut ein Drittel dieser Personen nutzt Onlinebanking auf dem Smartphone, und Banking-Apps sind gerade mal bei

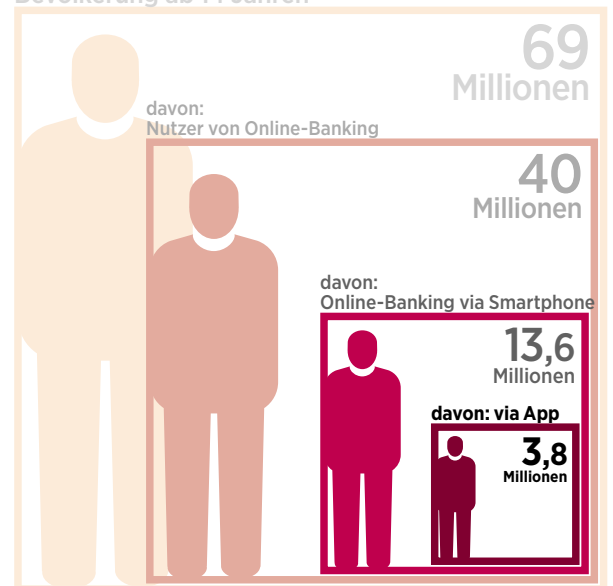


Das Geld der Deutschen geht neue Wege



Wer Online-Banking nutzt

Bevölkerung ab 14 Jahren



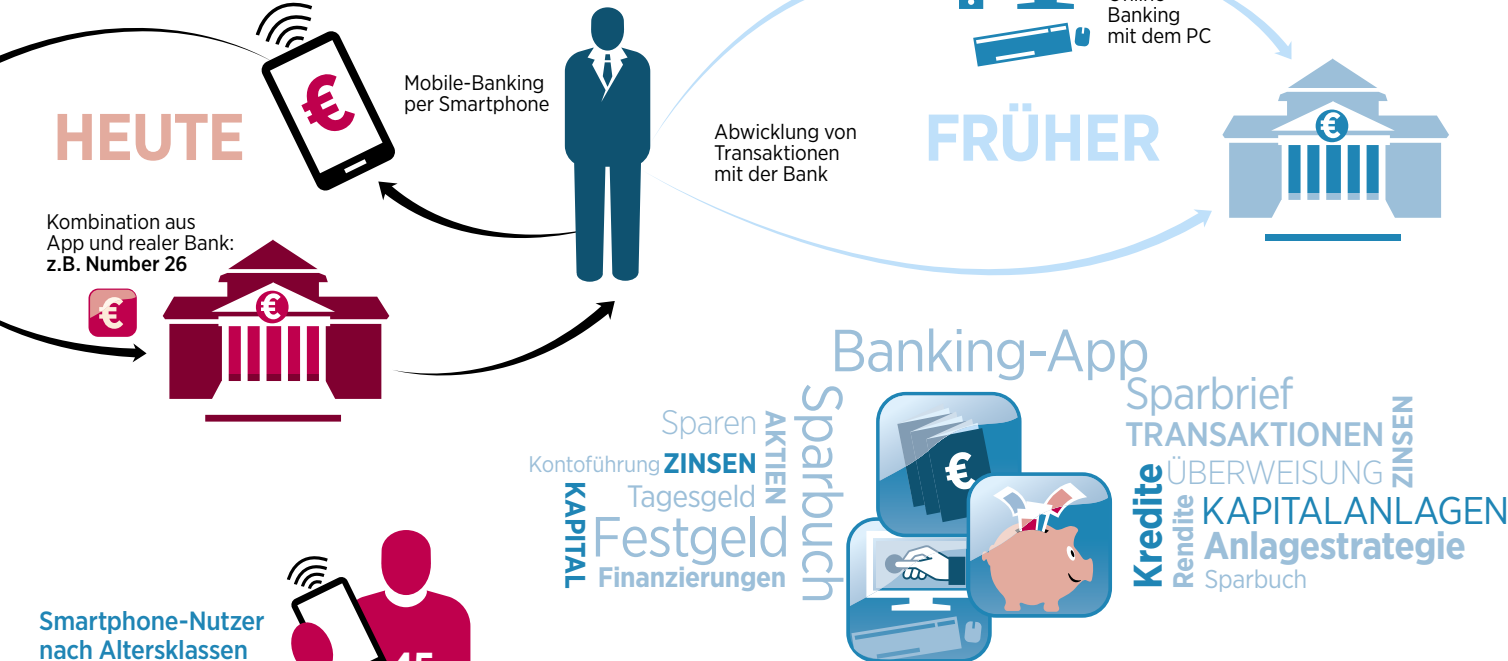
Handelsblatt | Quellen: Finanztest, Bitkom, eigene Recherche

rund vier Prozent im Einsatz. „Die Nutzungsraten sind überschaubar“, bestätigt Til Klein, Partner bei Boston Consulting (BCG) Deutschland.

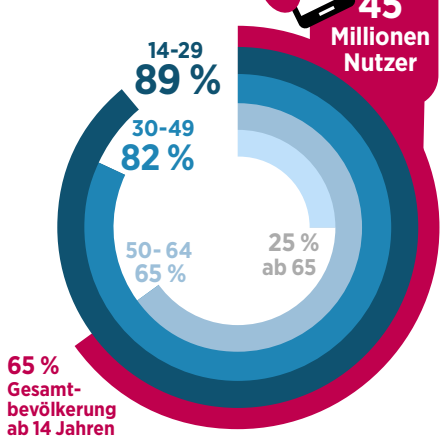
Anders in Großbritannien, dort wird bereits der Großteil des Bankings mobil abgewickelt. Das zeigt eine Studie der „British Bankers’ Association“: Pro Woche transferieren die Briten knapp drei



Bankgeschäfte Im Internet



Smartphone-Nutzer nach Altersklassen



Finanztest: Die 5 besten und die 3 schlechtesten Banking-Apps für Android und iOS

Android		iOS	
Sparkasse	Gut (2,1)	Outbank DE	Gut (1,7)
Sparkasse+	Gut (2,1)	Sparkasse	Gut (1,8)
Online-Filiale+	Befriedigend (2,7)	Sparkasse+	Gut (1,8)
Star Money	Befriedigend (2,7)	ING-Diba Banking + Brokerage	Gut (2,5)
VR-Banking	Befriedigend (2,7)	Online-Filiale+	Befriedigend (2,6)
Postbank Finanzassistent	Ausreichend (3,8)	Sparda-Bank Mobile Banking	Ausreichend (3,7)
123Banking	Ausreichend (3,9)	123Banking	Ausreichend (4,0)
Santander Bank Mobile Banking	Ausreichend (4,0)	Centralway Numbrs	Mangelhaft (4,9)

die App installiert, eröffnet innerhalb weniger Minuten ein neues Girokonto bei Wirecard und erhält bald darauf eine Kreditkarte. Eine Verknüpfung mit anderen Konten wird nicht angeboten.

Gründer Valentin Stalf wirbt mit dem „modernsten Girokonto Europas“ und wagt damit einen Angriff auf die traditionelle Bankbranche. Hinter der großen Aufmerksamkeit für die Fintech-Branche stecke viel mehr als ein „Hype“, gibt sich Stalf überzeugt: „In den nächsten Jahren werden massive Marktanteile in allen Bereichen des klassischen Privatkundengeschäfts an neue Unternehmen abwandern.“ Innovative Besonderheit bei Number26: Der Nutzer kann über sein Telefonbuch per E-Mail oder SMS Geld an Freunde schicken. Wenn diese selbst keine Kunden sind, müssen jedoch die Bankdaten ergänzt werden.

Doch auch bei den Großbanken tut sich etwas in Sachen Innovation. Abläufe, die bisher kompliziert waren, werden vereinfacht: Seit ein paar Monaten können beispielsweise Deutsche-Bank-Kunden einen besonderen Überweisungsservice nutzen, den das Münchener Fintech-Start-up Gini entwickelt hat. Kommt eine Rechnung per E-Mail, filtert die Software automatisch die Kontodaten heraus und fertigt eine Überweisung an. Vorteil für die Nutzer: Das lästige Dateneintippen entfällt. Auch der „Main Incubator“, eine Commerzbank-Tochter und erster Inkubator für Fintech-Start-ups, hat in Gini investiert.

Solche Innovativen können viele Anwender anlocken. Finanzblick hat derzeit nach eigenen Angaben immerhin schon mehrere Hunderttausend aktive Nutzer. Doch auf Dauer braucht ein Fintech zum Überleben auch ein erfolgreiches Finanzierungsmodell, und hier hapert es häufig noch. Kostenpflichtig sind bisher nur wenige Apps - so etwa Star Money (einmalig 4,99 Euro) und Outbank (monatlich 99 Cent oder jährlich 8,99 Euro). Finanzblick beispielsweise wird derzeit über andere Produkte aus dem Hause Buhl mitfinanziert. Ob die Finanzierung über Werbung ein mögliches Business-Modell darstelle, sei derzeit noch offen. Ein erster Test mit der Android-App

habe gezeigt, dass Nutzer eher bereit sind, Werbebanner zu tolerieren, als 2,49 Euro für eine werbefreie Version zu bezahlen.

André Bajorat, der als freier Berater in der Fintech-Szene tätig ist und selbst das Start-up Figo („Finance to go“) gründete, ist skeptisch: Nach dem Wirbel, der im vergangenen Jahr um die Fintech-Branche betrieben wurde, prophezeit er den Banking-Apps eine „kleine Depression“.

Die Gründer würden feststellen, dass das Geschäft doch nicht ganz so einfach ist, wie sie es sich vorgestellt hätten, prophezeit Bajorat: „Bei mancher App wird es keine Anschlussfinanzierung geben, manch ein Start-up wird aufgeben“, warnt der Experte. Das sei aber keine Tragödie, sondern typisch für die Start-up-Kultur: „gründen, scheitern, neu machen und von vorne“.

Milliarden Pounds via Apps, das sind 4,13 Milliarden Euro. Die Apps der britischen Banken sind im europäischen Vergleich Vorreiter. Barclays Mobile Banking, NatWest und Lloyds Mobile Banking sind damit starke Konkurrenten für Finanzblick und Co. Aber auch Frankreich setzt auf Mobile Banking. Dort sind die Apps von Caisse d'Epargne, Ma Banque und La Banque Postale beliebt.

Trotz der Aufbruchstimmung sieht BCG-Berater Klein die Zukunft vieler Fintech-Angebote kritisch. Besonders bei solchen Apps, bei denen der Kunde seine Ausgaben selbst kategorisieren müsse, stehe „der Aufwand für die manuelle Zuordnung jeder einzelnen Zahlung oft nicht im Verhältnis zum Zusatznutzen“, so Klein. In den USA ist das anders: Bei den Amerikanern gebe es eher die Bereitschaft, persönliche Finanzdaten preiszugeben als bei den Deutschen, sagt der Berater. Außerdem sei die automatische Kategorisierung der Ausgaben durch Einbeziehung von Kreditkartendaten dort sehr viel präziser möglich. „In den USA spielen solche Tools deshalb eine größere Rolle.“

Dass es bei den Apps noch großes Potenzial für Verbesserungen gibt, zeigt auch unsere Stichprobe (siehe Kästen) sowie ein Test der Zeitschrift „Finanztest“. Die Tester haben 38 Banking-Apps unter die Lupe genommen, nur sechs erhielten das Prädikat „gut“. „Fast alle Apps haben Schwächen“, so die Begründung. Es hapere vor allem am Umfang der Funktionen und an ausreichenden Passwort- und Datenschutzbestimmungen. Stand des im Juni veröffentlichten Tests ist der 13. Februar dieses Jahres.

Die schlechteste Note, ein „Mangelhaft“ kassierte das Fintech Centralway Numbrs, das schon seit 2014 relativ bekannt ist. Die Züricher warben im TV-

Vorabendprogramm dafür, Banking einfach und nutzerfreundlich anzubieten. Die Finanztester bemängelten jedoch vor allem den fehlenden Datenschutz: „Die multibankfähige App ist technisch so konstruiert, dass der Hersteller alle Zugangsdaten und Tans überträgt bekommt und speichern kann. Centralway könnte dadurch den gesamten Zahlungsverkehr des Nutzers durchleuchten“, heißt es im Ergebnisbericht. Besonders gut kamen die Apps der Sparkasse (Android) und von Outbank (iOS) an - also jeweils ein Angebot eines etablierten Instituts und das eines Angreifers.

Der Bankenverband bezeichnet die Start-ups aktuell eher als Partner statt als Konkurrenten und lobt die jungen Unternehmen sogar: „Fintechs treiben Innovation an und fördern den Wettbewerb“, heißt es bei dem Verband. Die alteingesessenen Institute scheinen sich vor allem deshalb in Sicherheit zu wiegen, weil die meisten Fintechs keine Banklizenz haben und somit auf Banken als Kooperationspartner angewiesen sind.

Doch auch ohne eigene Banklizenz könnten Fintechs für die etablierten Banken zur Gefahr werden. Das zeigt et-

wa das Berliner Start-up Number26, das mit der Transaktionsbank Wirecard Bank zusammenarbeitet. Auch Number26 bietet eine App, mit der der Kunde seine Transaktionen auf dem Smartphone verfolgen und nach Kategorien auswerten kann. Doch zu Konkurrenten wie StarMoney und Co. gibt es einen entscheidenden Unterschied: Wer

Outbank (iOS)
Kerngeschäft: Mobile Banking mit Fokus auf Haushaltsübersicht.

Anmeldung und Nutzung: Die Anmeldung funktioniert ähnlich wie bei den anderen Überblick-Apps: Man verknüpft seine Konten und legt ein Passwort fest.

Pro: Das Passwort kann bei einem aktuellen iPhone durch Touch-ID - also durch Erkennung des Fingerabdrucks - ersetzt werden. Das ermöglicht ein schnelles Wechseln zwischen verschiedenen Apps. Im Bereich „Offline-Konten“ können ergänzend Barausgaben eingetragen werden.

Kontra: Monatliche Kosten in Höhe von 0,99 Euro oder jährlich 8,99 Euro.

Star Money (iOS)
Kerngeschäft: Mobile Banking mit Fokus auf Haushaltsübersicht.

Anmeldung und Nutzung: Unmittelbar nach der Anmeldung kann man seine Konten mit der App verknüpfen und mit Passwort darauf zugreifen.

Pro: Die Ausgaben werden automatisch in einem Haushaltsbuch kategorisiert. Zudem kann der Nutzer auch Barausgaben in Kategorien einteilen. Ein- und Ausgaben werden in Grafiken angezeigt, sobald man das Smartphone dreht.

Kontra: Obwohl es die App bisher nur für Apple-Geräte gibt, ist kein schnelles Login per Touch-ID möglich. Kosten: 4,99 Euro.

Automatisch, günstig und für alle

Mit einfachen Portfolios erreichen sogenannte Robo-Advisors Privatanleger mit kleinen und mittleren Vermögen.

- ▶ Sie bieten Geldanlage für verschiedene Risikotypen.
- ▶ Banken und Fondsanbieter steigen schon in das Geschäft ein.

Katharina Schneider, Anke Rezmer
Frankfurt

Für viele Menschen ist Geldanlage ein Buch mit sieben Siegeln. Extrem kompliziert und etwas, das man besser Fachleuten überlässt. Doch wer auf Expertenrat setzt, hat gleich das nächste Problem: Wem kann man vertrauen? Wessen Empfehlungen sind verlässlich und welcher Berater will nicht bloß seinen eigenen Gewinn maximieren? Eine Lösung für dieses Dilemma wollen sogenannte „Robo-Advisors“ sein, sie bieten automatisierte Vermögensverwaltung aus dem Internet.

Geldanlagen per Robo-Advisor soll nicht nur einfach sein, sie werben zudem mit Transparenz, niedrigen Kosten und meist auch einer wissenschaftlich fundierten Anlagestrategie. In Deutschland heißen sie Vaamo, Ginmon, Quirion oder auch Scalable Capital, Easyfolio und Cashboard - ständig kommen neue Anbieter hinzu. Die jungen Finanztechnologie-Unternehmen (Fintechs) wollen die Deutschen für die Anlage in Wertpapiere begeistern und sehen sich meist als Konkurrenten gegenüber den etablierten Banken. Einige der Gründer waren in ihrem früheren Job selbst Banker und wollen nun eine Lücke im Angebot der Banken und Vermögensverwalter schließen.

„Wer weniger als 100 000 Euro anlegen will, braucht bei klassischen Vermögensverwaltern gar nicht anzufragen“, sagt Ginmon-Gründer Lars Reiner, der zuvor im Investmentbanking und Privatkundengeschäft gearbeitet hat. Auch die herkömmlichen Angebote der Banken - gemanagte Fonds und Versicherungsprodukte - sieht er kritisch: „Dabei erhält der Kunde nur eine geringe Rendite, hat aber hohe Kosten.“ Zur Lösung setzen Ginmon und einige andere Fintechs auf ETFs (Exchange Traded Funds). Diese Fonds sind günstig und bilden die Wertentwicklung eines kompletten Börsenindex ab. Als Referenz für die Qualität der Strategie verweisen die Plattformen häufig auf die Forschungen des Nobelpreisträgers Eugene Fama. Er zeigte auf, dass sich Aktienkurse kurzfristig nicht vorhersagen lassen. Deshalb sei es sinnvoller, auf den Gesamt-

markt zu setzen, statt einzelne Aktien herauszupicken.

Die Fintechs stellen einige solcher ETFs zusammen und bilden damit den globalen Markt ab. Vaamo und Ginmon etwa gliedern das Portfolio in fünf Bereiche: Aktien aus Industriestaaten, Aktien aus Wachstumsmärkten, Aktien kleinerer und mittlerer Unternehmen, dazu noch Staats- und Unternehmensanleihen. Eine klassische Aufteilung, mögen Anleger denken, die ohnehin am Kapitalmarkt aktiv sind. Wo liegt der Mehrwert? Tatsächlich erfinden die Fintechs keine neuen Anlagestrategien, aber sie nehmen die Anleger bereits bei den ersten Schritten an die Hand: „Wir unterstützen die Kunden schon bei der Planung ihrer Geldanlage und helfen später bei der Überwachung“, sagt Vaamo-Gründer Oliver Vins. „Das ist für die breitere nicht-finanzaffine Masse genauso wichtig wie das Anlageprodukt selbst.“

Dass dieser Ansatz großes Potenzial bietet, zeigen zwei große Vorreiter aus den USA: Wealthfront managt bereits mehr als 2,6 Milliarden Dollar für etwa 40 000 Kunden, bei Betterment verteilen sich mehr als 2,5 Milliarden Euro auf 100 000 Kunden. Auch Nutmeg aus Großbritannien zählt 55 000 Kunden. Klar ist: Die Angelsachsen sind den Deutschen mal wieder weit voraus. Andreas Feiden, auf Fintechs spezialisierter Berater beim Beratungshaus Finnovativ, schätzt, dass die deutschen Anbieter zusammengenommen noch deutlich weniger als 100 Millionen Euro verwalten.

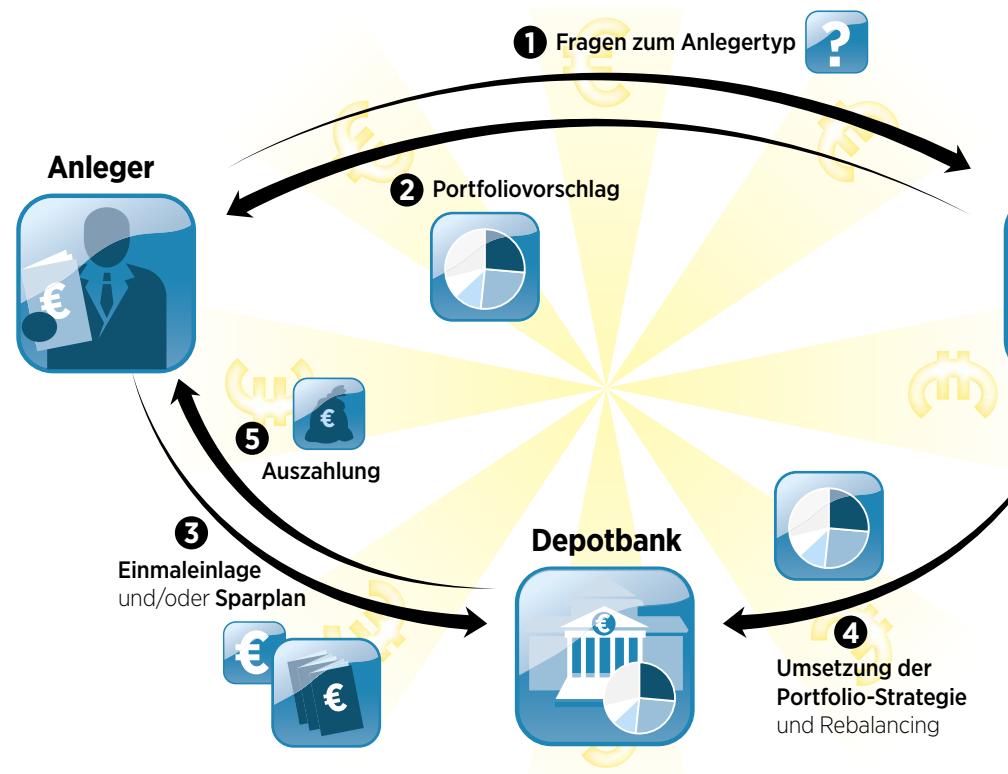
Doch dabei werde es nicht bleiben.

Die größten Chancen für Fintechs sieht der Berater bei Anlegern mit einem Vermögen bis zu 100 000 Euro. Denn für Bank- und freie Berater verlieren diese Kunden wegen zunehmender Regulierung und hoher Beratungskosten immer mehr an Attraktivität. Hier können Fintechs mit standardisierten Angeboten angreifen. Das Marktpotenzial beschränkt sich zwar auf den online-affinen Teil der Bevölkerung, doch nach Einschätzung von Feiden könnten hier in den nächsten fünf Jahren immerhin mehr als 20 Milliarden Euro zu heben sein.

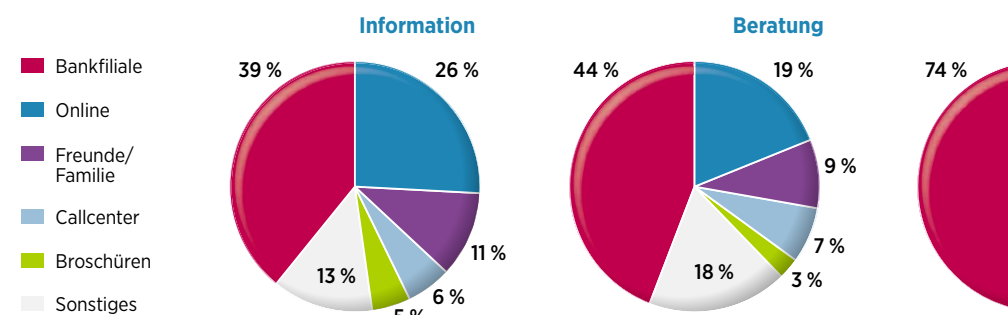
Dass Robo-Advisors mit weniger Bürokratie zu kämpfen haben, hat einen einfachen Grund: Sie bieten keine persönliche Beratung, sondern quasi Hilfe zur Selbsthilfe. Interessierte müssen auf den Internetseiten häufig zuerst ihren Anlegertyp ermitteln - meist anhand von maximal zehn Fragen. Dabei geht es ums Alter, die monatliche Sparrate, den Anlagezeitraum und die persönlichen Priorität bei der Geldanlage-

Neue Wege der Vermögensverwaltung

So funktioniert die automatisierte Vermögensverwaltung



Die Bedeutung verschiedener Kanäle bis zum Abschluss neuer Bankprodukte in Prozent



Handelsblatt

das kann etwa die Maximierung des Gewinns oder die Minimierung des Verlusts sein. Bei Vaamo wird der Anleger zudem nach seinem Anlageziel gefragt: Will er für das Alter vorsorgen, für die Ausbildung der Kinder oder vielleicht auf ein Auto sparen? Den unterschiedlichen Anlegertypen ordnen die Robo-Advisors dann Muster-Portfolios zu, die sich lediglich durch die Gewichtung der Aktien- und Anleiheanteile unterscheiden. Allerdings: Auch wer im Typentest als konservativer Anleger identifiziert wurde, kann meist ein höheres Risiko wählen. Der Kunde entscheidet also selbst und bekommt keine verbindliche Empfehlung.

Zum Service vieler Fintechs gehört ein automatisches Rebalancing - das heißt, sie stellen regelmäßig wieder die ursprüngliche Gewichtung der einzelnen Portfolio-Bestandteile her. Für den Kleinanleger selbst wäre das eine mühsame Aufgabe. Einen Schritt weiter geht das Fintech Scalable

Capital, an dem die Verlagsgruppe Handelsblatt beteiligt ist. Auch hier besteht das Investment-Universum aus kostengünstigen ETFs. Hinzu kommt eine ständige Risikoanalyse der Portfolios und eine Bafin-Lizenz als Vermögensverwalter.

„Bei einer starren Aufteilung von Aktien und Anleihen schwankt der Wert des Portfolios direkt mit dem Marktrisiko, das schreckt die Anleger ab. Deshalb setzen wir auf eine laufende Kontrolle der Verlustrisiken und können so die Risikovorgabe der Kunden in allen Marktlagen einhalten“, sagen die Gründer Erik Podzuweit und Florian Prucker.

Das Modell haben sie mit dem Münchener Professor Stefan Mittnik, Leiter des Center for Quantitative Risk Analysis, entwickelt. Bei Bedarf können sie die Portfolios schnell umschichten, denn sie haben von den Kunden eine Vollmacht zur Depotverwaltung erteilt bekommen.

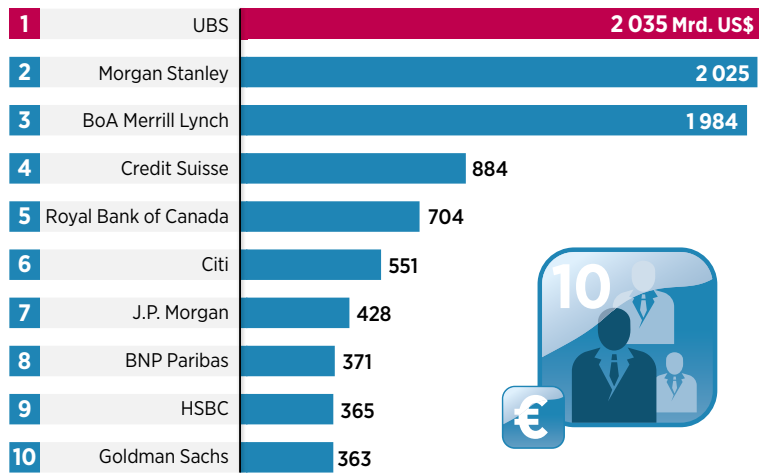
Punkten können viele Fintechs auch bei den Kosten - insbesondere wegen der günstigen ETFs. Teilweise fällt für den Kunden eine Gebühr von jährlich rund einem Prozent des Anlagebetrags an. Bei manchen Anbietern ist das eine All-inclusive-Service-Gebühr, bei anderen kommen Transaktionskosten oder eine Erfolgsbeteiligung hinzu. Im Vergleich zu herkömmlicher Beratung oder gemanagten Fonds ist das aber eher günstig. Für klassische Fonds werden je nach Anlageklasse pro Jahr durchschnittlich 1,5 bis zwei Prozent der Anlagesumme fällig, hinzu kommen neben Kaufgebühren von bis zu fünf Prozent immer häufiger auch erfolgsabhängige Gebühren. Wenn reiche Anleger ihr Vermögen verwalten lassen, entstehen im Mittel jährlich Kosten von rund einem Prozent der Anlagesumme.



Auch Privatbanken sollten überlegen, wie sie solche Angebote selbst machen können. Mit Anlageberatung können sie einen Schritt weiter gehen.

Friederike Stradtman
Unternehmensberatung Accenture

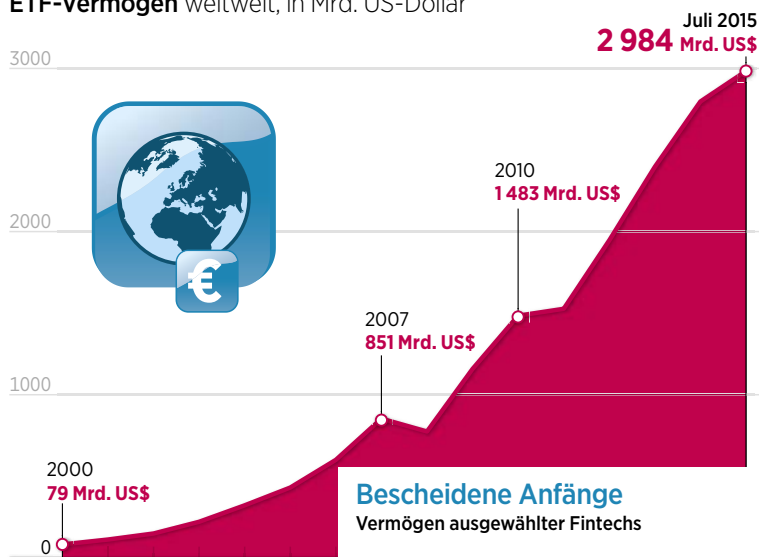
Die größten Verwalter privater Vermögen weltweit
Gemanagtes Volumen in Milliarden US-Dollar



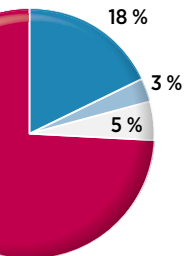
Fintech



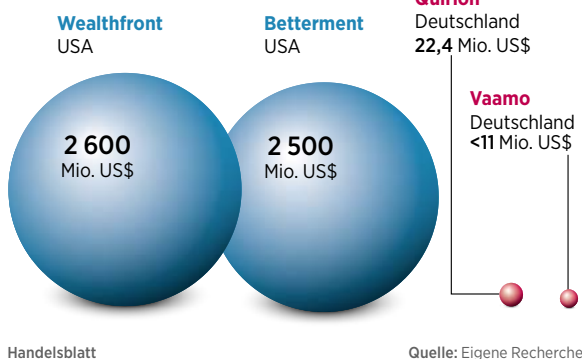
ETF-Vermögen weltweit, in Mrd. US-Dollar



Kaufabschluss



Quellen: Scorpio Partnership, BlackRock, Roland Berger



Handelsblatt

Quelle: Eigene Recherche

Mit automatisierter Vermögensverwaltung drängen Fintechs in eine Sparte vor, in der sich viel Geld verdienen lässt. Doch sind sie damit eine Gefahr für etablierte Banken? „Die verwalteten Anlagesummen sind noch gering und werden kurzfristig keine Privatbank zum Einsturz bringen“, sagt Friederike Stradtman, Experte für digitale Geschäftsmodelle bei der Unternehmensberatung Accenture. Zudem haben die Fintechs oftmals keine Vollbanklizenzen und sind deshalb auf Partnerbanken angewiesen. „Trotzdem sollten auch Privatbanken überlegen, wie sie solche Angebote selbst machen können“, meint Stradtman. Ein gutes Beispiel sei die Quirion-Bank mit ihrer Onlineplattform Quirion. „Fintechs unterstützen den Kunden bei der selbstständigen Anlageentscheidung. Banken können mit der Anlageberatung einen Schritt weiter gehen und sollen diese Kompetenz auspielen“, so Stradtman. Genau das tut etwa Quirion, hier kann der Anleger bei Bedarf eine persönliche Beratung hinzubuchen.

Auch die Comdirect-Tochter Ebase setzt mit ihrer Marke Fintego auf eine ETF-basierte digitale Vermögensverwaltung. Bei der UBS wird ebenfalls ein rein digitales Konzept geprüft (siehe Interview). Fondsriese Blackrock hat sich jüngst mit Future-Advisor eine eigene Firma für automatisierte Vermögensverwaltung ins Haus geholt und Fidelity ist eine Partnerschaft mit Betterment eingegangen. Offenheit für Kooperation zeigen auch die deutschen Fintechs: „Unser Portal können auch unabhängige Anlageberater nutzen. Sie können ihren Kunden unser Angebot als Baustein im Gesamtportfolio empfehlen - ohne zusätzliche Gebühren für die Kunden“, sagt Ginmon-Gründer Reiner.

Der Mindestanlagebetrag, den Investoren mitbringen müssen, liegt bei den deutschen Anbietern bisher häufig zwischen 1000 und 10 000 Euro. Neben Einmalanlagen können Kunden meist auch regelmäßig Geld über Sparpläne einzahlen. Doch allein mit kleinen Anlagesummen wollen sich die Fintechs nicht zufriedengeben. Ab Frühjahr 2016 will etwa das Start-up Liquid Vermögen ab 100 000 Euro einsammeln. Das Versprechen: Die Kunden sollen sich an Asset-Klassen beteiligen können, die sonst nur Großinvestoren wie Family Offices zugänglich sind, sprich: Venture Capital und Direktinvestitionen in Immobilien. Dafür arbeitet das Fintech mit HQ Trust, der Vermögensverwaltung der Familie Harald Quandt, zusammen.

Bislang scheint es, als gäbe es für den Einsatz der Robo-Advisors keine Grenzen. In Europa soll schon fast die Hälfte der Millionäre bereit sein, automatisierte Beratung zu nutzen. Bei unter 45-Jährigen sind es sogar fast 70 Prozent, zeigt eine Studie von Caggemini. Noch gibt es also viel Potenzial. Berater Feiden vergleicht den aktuellen Vermögensverwaltungsmarkt mit dem Smartphonemarkt vor zehn Jahren. Das iPhone unter der Vermögensverwaltung wurde bis jetzt also noch gar nicht erfunden.

DIRK KLEE

„Eine schicke App reicht nicht“

Der Chief Operating Officer von UBS Wealth Management über Digitalisierungspläne.

Die Schweizer UBS ist Weltmarktführer bei der Betreuung vermögender Privatkunden. Damit das auch in Zukunft so bleibt, beschäftigt sich Dirk Klee, die Nummer zwei der Kernsparte Wealthmanagement, intensiv mit den Möglichkeiten digitaler Technologien. Klee erklärt, wie UBS gegen die neuen Herausforderer bestehen will.

Herr Klee, die Digital-Technologie hat bereits die Medien- und Reisebranche durchgeschüttelt. Sind nun die Vermögensverwalter dran?

Das glaube ich nicht. Wir stellen uns dem Thema. Vermögensverwalter müssen Teil der digitalen Revolution sein. Ich sehe hierin für UBS eher eine Chance als eine Bedrohung. Von einigen Fintechs können auch wir Dinge lernen, etwa, was das digitale Erlebnis angeht. UBS muss aber sicher keine Fintechs kaufen, um das Bank-Angebot zu verbessern.

Droht durch Herausforderer wie Wealthfront denn kein neuer Druck auf die Margen?

Vielleicht in Teilbereichen. Aber Wealthmanagement ist mehr als die reine Geldanlage. Es geht auch um Dinge wie Nachfolgefragen, Fusionen und Übernahmen oder Philanthropie-Engagements. Fintechs wie Wealthfront oder Sigfig picken sich also nur Teile unserer Wertschöpfungskette heraus. UBS ist ferner als Luxusmarke positioniert, wir steigen daher sicher nicht in einen Preiskampf ein. Zudem sprechen pure Digitalangebote primär Kunden aus dem Affluent-Segment an. Nach unserer Definition sind das Kunden, die über bis zu zwei Millionen Euro Vermögen verfügen, das angelegt werden kann.

Sind solche Kunden denn für UBS nicht interessant?

Bisher sind sie nicht unsere primäre Zielgruppe. Aber dank der Digitaltechnik können wir in Zukunft auch Angebote für diese Kundengruppe machen. Ich kann mir daher vorstellen, dass wir in Zukunft eine rein digitale Vermögensverwaltung für diese Kunden anbieten, über die nötige Technik dafür verfügen wir. Wir prüfen derzeit solche Konzepte.

Haben etablierte Banken gegenüber Start-ups nicht den Nachteil, dass die Backoffice-Systeme der Banken oft hoffnungslos veraltet sind?

Das ist ein wichtiger Punkt, Digitalisierung beschränkt sich nicht darauf, eine schicke App zu programmieren.

Pressfoto

Dirk Klee: Berater bleiben das Schlüsselement in der Vermögensberatung.

ren. Es kommt vor allem auf die Prozesse dahinter an. Derzeit betreiben wir in der Vermögensverwaltung weltweit über zehn komplett eigenständige IT-Plattformen. Jetzt arbeiten wir daran, diese Strukturen zu verschlanken, so sollen alle europäischen Märkte über eine Plattform bedient werden. Dieser Prozess kostet uns einen hohen dreistelligen Millionenbetrag. Aber langfristig sparen wir damit erhebliche Kosten. Was aber nicht heißt, dass wir die Digitalisierung als reine Sparübung sehen.

Welche Fintech-Unternehmen nehmen Sie denn als Wettbewerber ernst?

Zunächst müssen Sie definieren, welche Teile des Geschäfts digital transformiert werden können. Das sind für uns die Bereiche Robo-Advisor, Big Data und Kryptowährungen. In einem zweiten Schritt analysieren wir, welche Fintechs hier für uns relevant sind. Von ihnen lernen wir dann, welche Technologie sie einsetzen und welchen Ansatz sie verfolgen. Dafür müssen wir sie nur in den seltensten Fällen kaufen, denn die Integration in eine regulierte Bank ist komplex. Um auf Ihre Frage zurückzukommen, im Bereich Robo-Advisor halten wir zum Beispiel die Angebote von Anbietern wie Wealthfront oder Sigfig für interessant.

Wird Technik Berater ersetzen?

Nein, das glaube ich nicht. Der Berater wird Schlüsselement in einer Vermögensverwaltung bleiben, so wie auch Ärzte nicht durch Technik ersetzt werden können. Umfragen zeigen, dass 90 Prozent der Kunden nicht rein digital bedient werden wollen. Fintechs sind zudem regional begrenzt, während UBS ihren Kunden weltweit zu begleiten.

UBS leistet sich gleich zwei Ideen-Schmieden: Die Innovation-Labs und UBS Y. Was machen die genau?

Innovation-Labs haben wir in London, Singapur und Zürich. Sie sollen uns einen offeneren Kontakt zur Fintech-Szene etablieren. Wir geben dann in die Labs Produkt-Ideen und Anforderungen hinein. Binnen zwei, drei Monaten sollen dann die Labore uns Lösungen dafür präsentieren, etwa zu Themen wie dem digitalen Safe, Big Data-Nutzung oder wie die Neukunden-Aufnahme digital gestaltet werden kann. UBS Y wiederum dient uns als Thinktank, der daran arbeitet, wie das Banking in 20 oder 30 Jahren aussehen kann. Brauchen wir später überhaupt noch eine Bank? Wird UBS Anbieter von Services sein oder als Einkäufer von Services auftreten? Die Mitarbeiter dort stammen nicht aus der Banken-Welt und sollen die Strukturen grundsätzlich hinterfragen. Ziel ist, dass wir auch langfristig den direkten Kundenkontakt behalten und sich niemand dazwischen drängt.

Vielen Dank für das Interview.

Die Fragen stellte **Holger Alich.**



Der deutsche Versicherungskunde

Markt für Fintechs

Kerstin Leitel, Katharina Slodczyk
Frankfurt, London

Es ist ein Nachteil, jung zu sein - zumindest wenn es um die Kosten einer Autoversicherung geht. Umgerechnet knapp 1000 Euro im Jahr muss Victoria Johnson, eine 28-jährige Grafikerin zahlen, weil die Versicherung ihre Fahrweise allein schon wegen ihres Alters als eher riskant einstuft. Die Engländerin will diese Ausgaben drücken: „Ich überlege noch, ob ich mir eine App auf mein Mobiltelefon lade, mit deren Hilfe die Versicherung nachvollziehen kann, dass ich vorsichtiger Auto fahre als andere in meinem Alter“, erzählt sie, „oder mir dafür so eine Art Black Box in den Wagen einbauen lasse.“

Die Technik misst nicht nur das Tempo, sie registriert ruppiges Anfahren und Bremsen, ob der Fahrer mehr tagsüber oder nachts unterwegs ist, eher auf ruhigen Landstraßen oder Hauptverkehrsachsen voller Stau in der Innenstadt. Wenn Johnson die Aufzeichnung all dieser Daten zulässt, ob mit Hilfe einer Handy-App oder einer sogenannten Telematikbox, kann sie die Kosten für ihre Autoversicherung im besten Fall um etwa ein Drittel senken.

Eine Fülle von persönlichen Daten im Austausch gegen maßgeschneiderte Prämiensmodelle - das ist ein Teil des Wandels, der derzeit in der Versicherungsbranche Einzug hält. Nachdem den etablierten Unternehmen lange vorgeworfen wurde, sich Neuerungen zu verschließen, kommt jetzt Bewegung in die Vorstandsetagen. „Das Kundenverhalten ändert sich, deswegen müssen sich auch Versicherer ändern“, sagt Axa-Vorstand Thilo Schumacher dem Handelsblatt. „Wir müssen als Branche offen sein für neue Ideen, auch für Kooperationen mit anderen Branchen.“

Axa hat deswegen einen „Innovation Campus“ ins Leben gerufen: Rund sieben Mitarbeiter unterstützen ausgewählte Start-ups mit Rat und Tat. In den nächsten Jahren will Axa mindestens zehn Millionen Euro in das Projekt und in junge Firmen investieren. Jede Woche kommen Anfragen von drei bis vier Start-ups.

Die Konkurrenten sind ebenfalls aktiv. Allianz und Ergo veranstalten demnächst in London einen Wettbewerb, um die „zehn Start-ups, die die Welt der Versicherungen radikal verändern“, zu finden.

Lange hatten Gründer vor allem Banken im Blick und versuchten, mit Bezahlösungen auf den Markt zu kommen. Doch nun nehmen sogenannte Fintechs - junge Unternehmen, die die Finanzbranche mit Hilfe von neuen technischen Lösungen verändern wollen - das Versicherungsgeschäft ins Visier.

Sie verkaufen Policen online, bauen Vergleichsportale, bilden Online-Schicksalsgemeinschaften, die gemeinsam Risiken tragen, und entwickeln Smartphone-Apps, die den Abschluss von Versicherungen und deren Verwaltung erleichtern sollen ebenso wie das Sammeln von Daten über die Vorlieben der Kunden. Versicherungen sind „das neue Gold in der Gründerszene“, heißt es in Berlin.

Zugleich drängen etablierte Unternehmen aus anderen Branchen in den Markt und streben Kooperationen mit Versicherern an. So hat Generali jüngst die Zusammenarbeit mit dem Handyhersteller Obi Worldphones besiegelt. Die Apps von Generali mit speziellen Diensten und der Möglichkeit, direkt mit dem Versicherungskonzern in Kontakt zu treten, sind in Zukunft auf den Geräten von Obi bereits vorinstalliert und sollen so mehr als zehn Millionen potenzielle Kunden erreichen. Auch andere Technologiehersteller ver-



Illustration: HB Grafik, Freepik.com

Herr Kaiser ist jetzt ein Nerd

Start-ups sagen dem klassischen Versicherungsvertreter den Kampf an. Revolutionäre Ideen sind aber Mangelware.

suchen von den Veränderungen im Versicherungsgeschäft zu profitieren - dazu zählen Unternehmen wie Scope Technologies, die sogenannte Telematikboxen bauen, mit denen Versicherer das Fahrverhalten ihrer Kunden überwachen können. Die Boxen werden ähnlich wie ein elektronischer Fahrtenstreifen ins Auto eingebaut und zeichnen auf, wie der Fahrer sich verhält. Doch es bringt nicht in jedem Fall niedrigere Versicherungskosten mit sich. Denn wer riskant fährt, muss auch mit höheren Prämien bei der Autoversicherung rechnen.

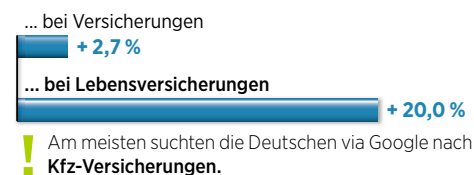
Die Unternehmen wiederum profitieren von all dem Wissen, weil sie damit Betrug und Missbrauch leichter auf die Spur kommen können - ein schwerwichtiges und teures Problem für die Branche. Kein Wunder, wenn Versicherer im zunehmenden Maße die Zusammenarbeit mit Technikern suchen, einerseits um Daten zu sammeln und Schmutz aufzudecken und andererseits, um ihren Kunden individuellere Lösungen zu bieten. Vor allem in Italien sind Telematik-Lösungen bereits seit einigen Jahren auf dem Vormarsch, weil

die Versicherer darauf in ihrem Kampf gegen Betrug setzen. Deutsche Versicherer ziehen jetzt nach.

Egal ob Start-up oder etablierter Anbieter - es ist ein beträchtlicher Markt, den die Unternehmen im Blick haben: Jeder Deutsche hat - statistisch betrachtet - fünf Verträge mit Versicherern geschlossen: Lebensversicherungen, Kfz-Versicherungen, Haftpflicht- und Unfallversicherungen oder Krankenversicherungen. 2.370 Euro

Informationen über das Internet

Google verbuchte 2014 aus Deutschland mehr Suchanfragen im Vergleich zum Vorjahr ...



Über mobile Endgeräte wie Smartphones erfolgen 15,7 Prozent aller versicherungsrelevanten Suchen.



Handelsblatt
Quelle: GDV/Google

gibt der Durchschnittsbürger dafür pro Jahr aus. Davon gehen 1160 Euro in die Lebensversicherung, für Schaden-/Unfallversicherungen zahlt jeder Deutsche im Schnitt etwas mehr als 770 Euro.

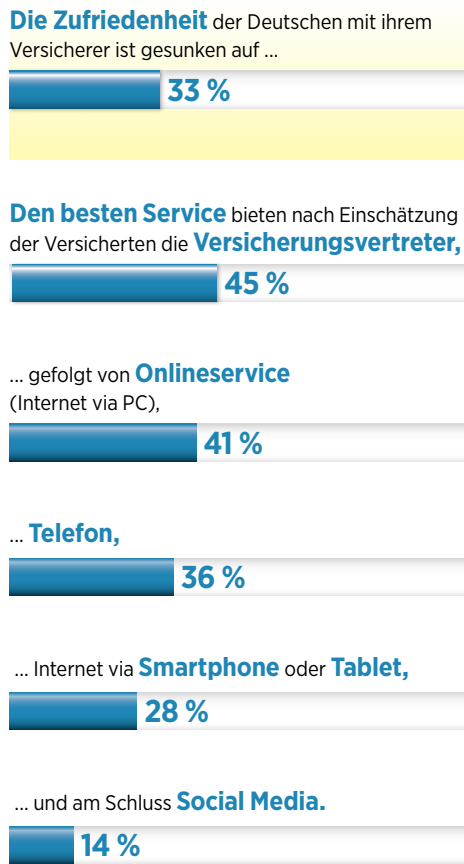
Doch ihren Versicherer schätzen viele deswegen noch lange nicht. „Die Zufriedenheit der Deutschen mit ihrem Versicherer ist auch im vergangenen Jahr wieder kräftig gesunken“, berichtet die Unternehmensberatung Capgemini im „World Insurance Report 2015“, für den 15 000 Versicherungskunden in 30 Ländern zu den Erfahrungen mit ihrem Versicherer befragt wurden. Nicht einmal jeder dritte Kunde behält demnach den Kontakt mit seinem Versicherer positiv in Erinnerung - und das, obwohl diese sich stärker bemühen, dem Kundenwunsch nach Service auf Twitter & Co. entgegenzukommen. Vor allem die jungen Kunden würden Versicherern kritisch gegenüberstehen: Es gilt, „den Spagat zwischen der nachwachsenden Generation Y und den Senioren unter den Kunden zu meistern“, mahnen die Autoren der Studie.

Die Start-ups in der Versicherungsbranche versuchen deswegen vor allem die Schwächen der etablierten Konzerne im Umgang mit jüngeren Kunden für sich zu nutzen. „Wir verstehen Getsafe als Versicherung 2.0“, zeigt sich Christian Wiens, Gründer und Chef des Fintechs Getsafe, das Apps zur Verwaltung von Versicherungen anbietet, angriffslustig. „Die traditionelle Versicherungsbranche hat einen Totpunkt erreicht und es besteht dringender Handlungsbedarf.“

Auch Friendsurance in Berlin setzt auf die Generation der Digital Natives: Der durchschnittliche Friendsurance-Kunde ist 35 Jahre alt, lebt dem Unternehmen zufolge in einer Großstadt und erledigt vieles übers Internet.

Bereits im März 2010 ging das Unternehmen an den Start. Doch es war offen-

Zufriedenheit und Servicequalität



Mehrfachnennungen möglich
Handelsblatt | Quellen: GDV, Insurance Europe, Capgemini

bar ein holpriger Beginn: Ein Jahr habe man gebraucht, um Versicherern das Angebot nahezubringen und sie zur Mitarbeit zu bewegen, berichtet Tim Kunde, Geschäftsführer und Mitgründer. „Wir mussten am Anfang viel Überzeugungsarbeit leisten.“ Denn das Geschäftsprinzip von Friendsurance ist neu: Es ist im Prinzip eine Online-Vermittlungsplattform für Versicherungen verbunden mit Elementen aus sozialen Netzwerken, um so die Kosten für die Kunden zu senken.

So fasst Friendsurance Versicherungsnehmer zu Gruppen zusammen und passt deren bestehende Versicherungen so an, dass künftig eine höhere Selbstbeteiligung im Schadensfall fällig wird. Das macht die Policen grundsätzlich billiger.

Der Kunde bekommt das aber nicht sofort zu spüren. Denn zunächst landet die

Differenz zwischen seinem alten und dem bei Friendsurance gültigen Beitrag in einem gemeinsamen Topf, in den alle Gruppenmitglieder einzahlen. Daraus werden kleinere Schäden beglichen, für die man die eigentliche Versicherung gar nicht in Anspruch nimmt. Die kommt jedoch weiterhin für die größeren Schäden auf.

Treten gar keine kleineren Schäden auf, wird der Gruppentopf am Ende des Jahres an alle Mitglieder ausgeschüttet. Sie bekommen einen Bonus. Ein Konzept, das inzwischen „eine hohe fünfstellige Anzahl an Kunden“ überzeugt hat, sagt Kunde. Und auch Versicherer: Mittlerweile kooperiert Friendsurance mit rund 60 Versicherungen in Deutschland. In der Branche bekannte Investoren wie e.ventures und Horizons Ventures sind bei Friendsurance eingestiegen.

Profitabel arbeitet das Unternehmen aber nicht, wie Kunde einräumt: Man sei „klar auf Wachstumskurs“, die Profitabilität stehe momentan nicht im Vordergrund. Es werden auch noch weitere Finanzierungsrunden kommen, kündigt er an. „Wenn man in einen anderen Markt geht, braucht man weiteres Kapital.“

Ein weiteres Unternehmen, das sich den Versicherungskunden vorgenommen hat, ist das Start-up simpleurance, das seit 2012 mit der Marke Schutzclick am Markt ist. „Mit nur wenigen Klicks“ können die Kunden eine Produktversicherung für elektrische Geräte, für Möbel, Brillen oder Fahrräder im Internet abschließen, versprechen die Berliner.

Sie decken einen Markt ab, den viele der etablierten Konzerne eher links liegen lassen - zu klein sind die Beträge. Erst durch die effiziente Nutzung des Internets lohnt sich der Aufwand beim Verkauf solcher Versicherungspolice.

Und die etablierten Versicherer profitieren davon ebenfalls. Denn von ihnen stammen letztendlich die eigentlichen Schutzclick-Produkte. „Dadurch, dass diese neuen Anbieter mit derartigen Neuheiten auf den Markt kommen, können sie eine neue Nachfrage schaffen“, sagt Versicherungsexperte Alexander Hofmann von der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC.

Auch Start-ups wie Clark und Knip haben sich auf Versicherungen spezialisiert und sprechen Kunden mit Hilfe von Internet und Handy-Apps an. Statt sich wie bisher durch Unmengen an Papier zu wühlen und am Ende doch keinen Überblick über bestehende Policen und Tarife zu haben, soll eine App mehr Übersichtlichkeit und Transparenz bieten, versprechen sie.

Doch das grundsätzliche Prinzip, das viele der Neueinsteiger nutzen, kommt manch einem Versicherungsexperten bekannt vor: Die neuen Anbieter sind im Grunde genommen Makler und leben von den Provisionen, die ihnen Versicherer für den Verkauf oder die Verwaltung ihrer Produkte zahlen. „Wir werden von deinen Versicherungsgesellschaften für die Verwaltung deiner Versicherungen jährlich mit kleinen Bestandspflegecourttagen bezahlt“, räumt so auch Getsafe ein, wo man nach eigenen Angaben mit über 130 Versicherern zusammenarbeitet. Zudem: Die Produkte der Neulinge werden zwar auf ihren Websites unkompliziert dargestellt, sagt PwC-Experte Hofmann, „aber dahinter steckt ein klassisches Produkt mit denselben Vertragsbedingungen wie bei etablierten Versicherern“.

Manch einem gehen die Ideen der Fintechs daher nicht weit genug. „Man kann nicht etwas revolutionieren, wenn man auf Bestehendem aufbaut, davon abhängig ist“, kritisiert Venture-Capital-Experte Thomas Rappold. „Man muss ein neues Ökosystem kreieren“. Start-ups, die nur klassische Produkte auf einem anderem Weg verkaufen wollen, bedeuten nicht den Durchbruch, meint er. „Derartige Fintechs gefährden nicht die etablierten Unternehmen.“ Gefährlich wird es nach Einschätzung von Experten erst, wenn die Versicherer den Kontakt zum Kunden ganz verlieren. Das ist noch nicht absehbar. Und so kann man in der Versicherungsbranche bisher noch Gelassenheit demonstrieren: „Selbst im Silicon Valley“, sagt Axa-Vorstand Schumacher, „gibt es noch die guten alten Versicherungsagenturen.“



ANDRÉ BAJORAT

„Versicherer haben den falschen Fokus“

Der Fintech-Experte über neue Konzepte, alte Strukturen und die Chancen von Start-ups.

Ein Berater im Kapuzenpulli, der fleißig über die Branche twittert und bloggt: André Bajorat ist so, wie man sich einen Fintech-Experten vorstellt. Seit 1996 ist er „in verschiedenen Rollen im IT-Umfeld unterwegs“. Er sei beteiligt an der Entwicklung von Mobile-Banking-Lösungen und projektverantwortlich für die Einführung von Giropay in der Sparkassen Finanzgruppe. Digitale Versicherungsvertreter findet er gut - zumindest besser als die vermeintlichen „Herrn Kaiser“.

Herr Bajorat, in der ersten Welle kamen vor allem Fintechs aus dem Bereich Bezahlen an den Markt, dann aus dem Banking, und nun tauchen verstärkt Unternehmen mit Bezug zur Versicherungsbranche auf. Woran liegt das Ihrer Meinung nach?

Wir beschäftigen uns jeden Tag mit dem Thema Bezahlen, mit unserem Konto. Es liegt auf der Hand, dass Start-ups das in einem ersten Schritt aufgegriffen haben. Das Thema Versicherungen ist weniger stark im Alltag präsent, schließlich beschäftigt man sich nicht jeden Tag damit. Und erst nachdem die ersten Fintechs aus dem Bereich an den Markt kamen, ist vielen bewusst geworden, wie viel Geld in diesem Markt steckt, wie man digital angreifen kann. Vielen Gründern wurde auch dann erst klar, wie leicht man diese traditionellen Geschäftsmodelle digital angreifen kann.

Wie meinen Sie das?

Die meisten der aktuell bekannten Fintechs wie Clark oder Knip haben ein ähnliches Geschäftsmodell: Sie fungieren als Makler. Sie übernehmen damit eine Funktion des Versicherungsgeschäfts, die es schon immer gab, setzen diese aber digital um. Viele Menschen wollen heute keinen Versicherungsmakler auf ihrem Sofa sitzen haben. Und auch wenn man einen Schaden hat und seine Versicherung braucht, will man nicht nach Unterlagen im Versicherungsordner suchen. Diese Vorgänge zu digitalisieren macht Sinn, gerade wenn man die Angebote verschiedener Versicherer aggregiert, wie es Clark oder Knip tun.

Ist das denn wirklich so innovativ?

Sicher wären die großen Versicherer dazu auch in der Lage - aber sie tun es nicht. Sie haben den falschen Fokus, die falschen Mitarbeiter, die falsche Denke. Das bietet Fintechs Chancen. Sie profitieren davon, dass die Versicherer es nicht schaffen, vom Kunden aus zu denken.

Werden die neuen Unternehmen in 50 Jahren am Markt sein?

Das ist schwer zu sagen. Aber eine Gefahr für die etablierten Unternehmen stellen sie trotzdem dar.

Inwiefern?

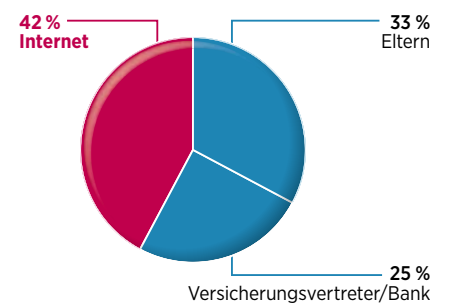
Sie reduzieren die Margen für die Versicherer. Und die Fintechs führen dazu, dass die Versicherer, die das Produkt liefern, austauschbar werden. Sie verlieren den Kontakt zum Kunden.

Was ist die größte Schwierigkeit für die Fintechs auf dem Weg zum Erfolg?

Sie müssen Kunden auf sich aufmerksam machen. Und Versicherer zur Zusammenarbeit bewegen. An für sich ist das Geschäftsmodell aber leicht digital umzusetzen. Die regulatorischen Anforderungen sind kein Problem, schließlich sind das die gleichen wie an einen Versicherungsmakler.

Internetaffine Jugend

Wo informieren sich Jugendliche zum Thema Versicherungen?*



Würdest du eine Versicherung über das Internet abschließen?



*Umfrage unter 400 Jugendlichen zwischen 14 und 25 Jahren
Handelsblatt
Quelle: GDV/Spiesser.de

Wie attraktiv sind derartige Fintechs für Finanzierer?

Es ist leicht nachzurechnen, ob dieses Geschäftsmodell funktioniert oder nicht: Wie viel Geld muss ich für die Akquise eines Kunden ausgeben, und wie viel Bestandsprovision bekomme ich für ihn. Für manche Venture-Capital-Geber ist dieser einfache Business-Case attraktiv - andere bevorzugen andere, riskantere Geschäftsmodelle.

Hat die Zeit der Fintechs aus dem Versicherungsbereich gerade erst begonnen?

Ich bin mir sicher, dass noch eine Menge anderer Fintechs kommen wird, auch mit ganz anderen, neuartigen Geschäftsmodellen als den bisherigen.

Würden Sie bei einem Fintech eine Versicherung abschließen?

Natürlich. Ich probiere alles aus - und bin froh, wenn dieser ganze analoge Wahnsinn mit Versicherungen ein Ende hat.

Die Fragen stellte **Kerstin Leitel**.

André Bajorat: „Fintechs führen dazu, dass Versicherer austauschbar werden.“



mobil Zeitgeist

Wie ein Trojanisches Pferd

Regulierung schützt Investmentbanken vor zu viel Konkurrenz durch Neueinsteiger. Die kommen deshalb gern durch die Hintertür.

- ▶ Junge Firmen haben vorerst nur in Randmärkten eine Chance.
- ▶ Neue Technologien werden die Branche aber radikal umwälzen.

Katharina Slodczyk
London

Die Büros sind klein und kommen streng minimalistisch daher. Nacktes Mauerwerk neben weißem Putz, dazu schlichte Holzmöbel. Um die Ecke liegt ein Besprechungszimmer, fensterlos mit einem großen Bildschirm an einer Wand. Dahinter eine Mega-Kaffeemaschine, die Latte, Long Black und Flat White brüht. All das muss sich Leo Gasteen aber mit anderen Selbstständigen und Freiberuflern teilen, die ähnlich wie er und seine Mitarbeiter in einem neu erbauten Turm aus Glas und Stahl im traditionellen Londoner Finanzviertel ihren Arbeitsplatz haben. Doch mehr braucht der Gründer von Edgefolio nicht, um Riesen wie Goldman Sachs und Morgan Stanley vorzuzumachen, dass Teile des Investmentbankgeschäfts künftig ganz anders funktionieren könnten.

Gasteen hat eine Plattform für Hedgefonds aufgebaut - eine Art Linked-In, wo Geldmanager schnell und gezielt danach suchen können, was sie vor allem am Anfang ihrer Karriere dringend brauchen: Investoren. Und das, ohne die sogenannten Prime Broker einzuschalten, die sich bei Investmentbanken um die Bedürfnisse von Hedgefonds kümmern. Aus Sicht unabhängiger Experten hat seine Idee das Zeug, Goldman Sachs & Co. einen Teil der Kunden streitig zu machen. Edgefolio ist Teil einer neuen Welt, die im Schatten der etablierten Investmentbanken entstanden ist.

Will Rhode von der Unternehmensberatung Boston Consulting Group bringt die Entwicklung so auf den Punkt: „Es ist derzeit problematisch bis unmöglich für eine junge, kleine Technologiefirma, wie eine Investmentbank zu agieren“, sagt er. „Aber die Start-ups schleichen sich in Nischen und Randbereiche des Kapitalmarkt- und Investmentbankgeschäfts ein - wie eine Art Trojanisches Pferd.“ Es sei unabwendbar, dass sie nach und nach größere Teile des Marktes erobern, „wenn ihr Selbstvertrauen steigt und weitere Technologiesprünge kommen“, sagt Rhode.

Geht es um das Investmentbanking, das Geschäft mit Aktien, Anleihen und Devi-

sen, mit Börsengängen, Unternehmenskäufen und komplizierten Finanzierungsmodellen, hat die Branche seit dem Ausbruch der Finanzkrise vor allem mit Skandalen, Manipulationsvorwürfen und moralischen Abgründen für Schlagzeilen gesorgt. Weltweit haben Politiker und Aufsichtsbehörden daher die Regulierungsaufgaben verschärft, um die Risiken, die die Investmentbanker auf sich nehmen, zu begrenzen. Dazu gehören beispielsweise höhere Kapitalvorgaben. Das verteuert das Geschäftsmodell und zwingt die Institute zu sparen - zumal die Umsätze in einigen Sparten schrumpfen.

Gleichzeitig haben die neuen Regulierungsregeln aber einen großen Vorteil: Sie schützen die Branche vor neuen Wettbewerbern, wirken sie doch wie unüberwindbare Eintrittsbarrieren. Handelsgeschäfte etwa können Neueinsteiger nicht auf Anhieb finanzieren: Die Vorschrift, diese mit mehr Eigenkapital als früher zu unterlegen, erschweren ihnen diesen Schritt.

„Den auf den Finanzsektor fokussierten jungen Technologiefirmen fällt es leichter, Bereiche wie die Kreditvergabe im klassischen Konsumentengeschäft aufzumischen. Im Investmentbanking dagegen finden sie nicht gar so einfach ein Einfallstor“, sagt ein erfahrener Investmentbanker eines globalen Instituts. „Es sind daher eher die etablierten Konkurrenten, von denen derzeit noch die größere Bedrohung ausgeht und die wir genau beobachten, um mit Innovationen schneller zu sein als diese.“

Ohnehin sind nicht alle Geschäftsbereiche von technischen Neuerungen gleichermaßen bedroht. Der Beratung bei Fusionen und Übernahmen kann die Digitalisierung nicht viel anhaben. Anders sieht es im Handel mit Anleihen, Devisen und Rohstoffen aus. Doch da haben die etablierten Institute einen Weg gefunden, mit neuen Angriffen umzugehen.

Ein großzügiges Besprechungszimmer in der Barclays-Zentrale im Londoner Osten: Graue Lederstühle stehen um einen Tisch, darauf ein Laptop, auf dessen Bildschirm sich Zahlen nahezu im Sekundentakt ändern - vor allem die letzten drei der fünf Nachkommastellen. Eine Zeit lang kennen sie nur eine Richtung: Sie sinken und signalisieren, dass der australische Gegenüber dem US-amerikanischen Dollar billiger wird. Parallel dazu schießen grüne Balken, die den Wechselkurs umrahmen, in die Höhe oder ziehen sich blitzschnell zusammen. Sie sagen dem Betrachter, wie es um die Liquidität steht.

FinWeb
Wie das Netz die Bankbranche auf den Kopf stellt

Handelsblatt

Der Devisenmarkt und die Finanztechnologie

Marktanteile von Multibanken und unabhängigen Plattformen

2015	2014	Bank	Marktanteil
1	1 →	Thomson Reuters FXall	37,2 %
2	2 →	FX Connect	15,9 %
3	3 →	360 Treasury Systems	14,8 %
4	5 ↗	Bloomberg	13,8 %
5	8 ↗	Hotspot FXi	6,6 %
6	4 ↘	Thomson Reuters Dealing	4,6 %
7	6 ↘	Currenex	3,5 %
8	7 ↘	Integral - FX Inside	3,0 %
9	10 ↗	Saxo Trader	0,3 %
10	12 ↗	Buy FX	0,1 %

So läuft der Devisenhandel über unabhängige Plattformen



Handelsblatt

Willkommen bei Gator - einem Online-Instrument für Devisenhändler, entwickelt von Barclays. Es informiert nicht nur über die Preise, die die britische Großbank beim Kauf und Verkauf verschiedener Währungen anbietet, sondern wird auch von einer Reihe externer Handelsplattformen mit Devisenkursen gespeist. Und all die kann der Barclays-Kunde mit Hilfe des digitalen Werkzeugs für seine Währungsgeschäfte nutzen, ohne sich dort eigens einen Zugang verschaffen zu müssen.

Dahinter steht ein ähnliches Prinzip wie bei Reiseportalen. Auch Gator gibt dem Nutzer eine Einschätzung an die Hand, ob es sich lohnt, eine Order abzugeben - ähnlich wie Tripadvisor Hotels und Restaurants bewertet.

Gator war das erste Angebot dieser Art in der Investmentbankbranche. Es ist Teil der Barclays-Devisenhandelsplattform und eine der Antworten, die die Briten auf

gleich zwei Entwicklungen geben: den steigenden internen Druck, Devisengeschäfte billiger und für Nutzer attraktiver zu machen und auf den zunehmenden Wettbewerb zu reagieren. „Das Geschäft ist fragmentierter geworden, das gibt uns die Möglichkeit, Kunden neue Angebote zu machen, indem diese jetzt von einer Plattform aus verschiedene Liquiditätsquellen anzapfen können“, sagt Matt Clarke, Manager im Barclays-Devisengeschäft.

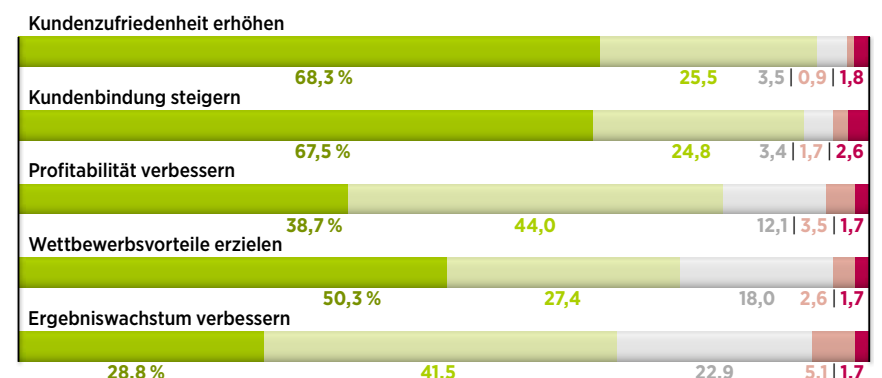
Für Fachleute ist das ein Beispiel, wie Banken im Kampf gegen Neueinsteiger weiterhin bestehen und für ihre Kunden relevant bleiben können - ein Kampf, der in den nächsten Jahren allerdings schwerer werden dürfte.

Zu den Bereichen, in denen sich junge und branchenfremde Firmen bereits breitmachen, gehören neben dem Handel auch der Vertrieb sowie die Entwicklung von Daten- und Analyseinstrumenten, die es

Kunden und Wettbewerber im Blick

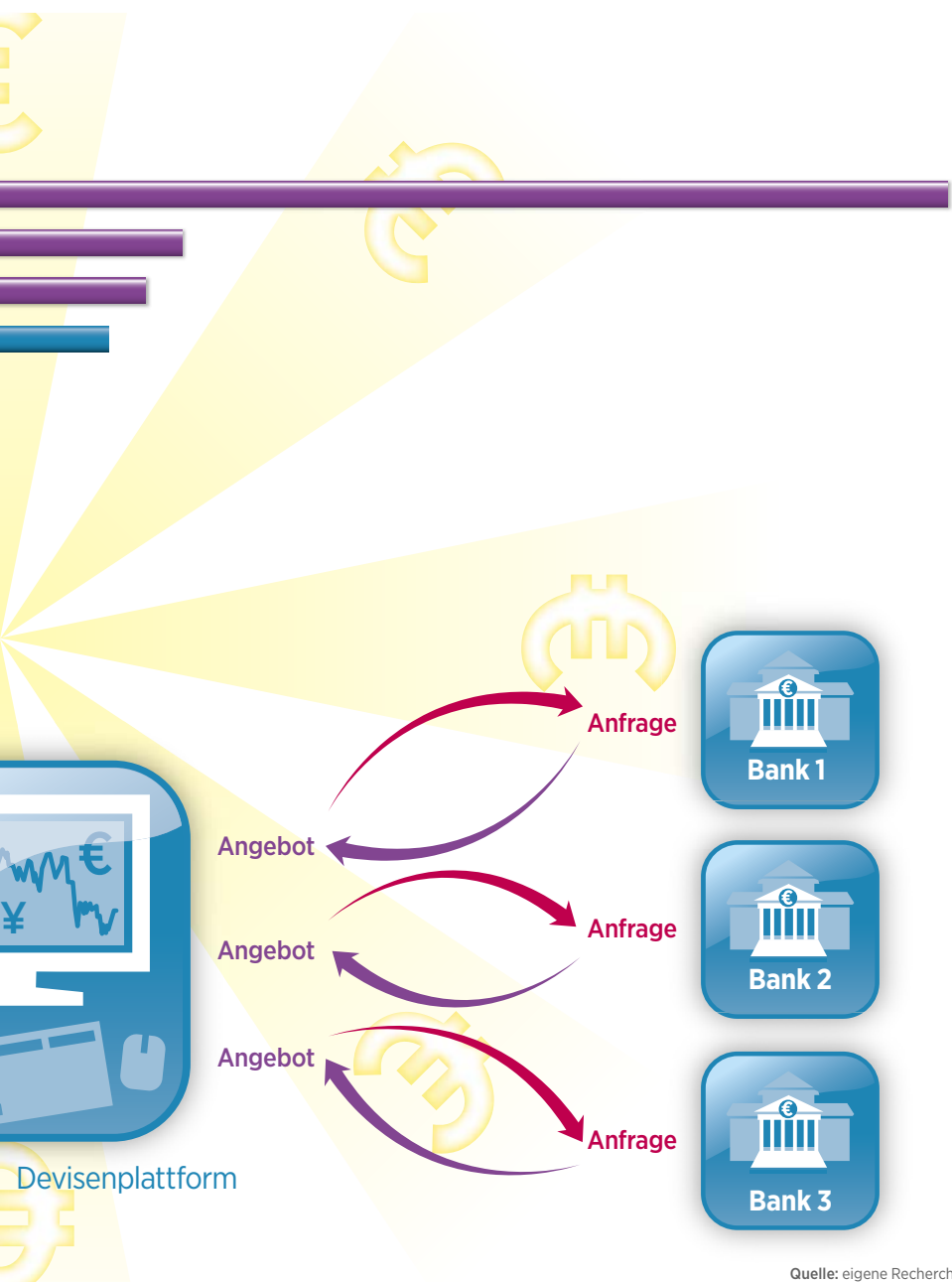
Welche Ziele Banken mit ihrer Digitalstrategie verbinden, Angaben in Prozent

sehr wichtig wichtig neutral unwichtig völlig unwichtig



Handelsblatt

Quelle: GFT Expert Survey - Befragung zur Digitalstrategie im Bankgeschäft



CARLO KÖLZER

„Für Transparenzen gesorgt“

Der Chef von 360T über die Konkurrenz zu den Banken und die Unterschiede zum Silicon Valley.

Gerade erst hat die Frankfurter Devisenhandelsplattform 360T ihren 15. Geburtstag mit einem großen Fest im Frankfurter Städelmuseum gefeiert. Ein Jubiläum, das auch eine Zeitenwende bedeutet. Denn 360T-Chef Carlo Kölzer hat die Fintech-Firma gerade an die Deutsche Börse verkauft.

Herr Kölzer, 360T gilt als einer der großen Erfolge der deutschen Fintech-Szene. Hätten Sie es in der Londoner City oder dem Silicon Valley leichter gehabt?

Das weiß ich nicht. 360T wurde im Jahr 2000 gegründet, das waren für alle Gründer schwierige Zeiten. Unsere Konkurrenten aus den USA hatten damals zwar mehr Geld zur Verfügung, wuchsen aber auch nicht schneller als wir. Aber im Valley kommen sie als Start-up leichter an frisches Kapital. Das garantiert nicht, dass Ihr Geschäft Erfolg hat, aber es macht vieles einfacher. Außerdem sind die Leute optimistischer und rechnen nicht immer gleich mit dem Schlimmsten.

Wo sehen Sie in Deutschland die größten Herausforderungen für junge Fintechs?

Eindeutig in der Regulierung. Wir bekamen damals Probleme wegen unserer Aktionärsstruktur, mussten einen neuen Geschäftsführer finden, galten wegen der Bilanzierung nach dem Kreditwesengesetz plötzlich als überschuldet. Da fühlt man sich manchmal ziemlich alleine gelassen. Niemand sagt einem: Das müsst ihr so oder so machen, damit wir es genehmigen können. Regulierung muss sein, aber da gibt es sicher noch Verbesserungsbedarf.

Viele Banken sehen das ähnlich. Wegen der wachsenden Regulierung haben sie sich ein Stückweit aus dem Devisenmarkt zurückgezogen.

So pauschal würde ich das nicht sagen. Aber es stimmt, dass die großen Institute früher überall auf der Welt fast alle Geschäfte angeboten haben. Jetzt spezialisieren sie sich....

... und bekommen durch Devisenhandelsplattformen neue Konkurrenz.

Wir haben in einem intransparenten Markt für Transparenz gesorgt. Wenn Sie als Unternehmen früher eine Währung kaufen wollten, mussten Sie per Telefon bei Ihrer Bank nach dem Preis fragen. Heute können Sie verschiedene Preise vergleichen. Was bei Flugtickets längst Standard ist, haben wir auch auf dem Devisenmarkt ermöglicht.

Was halten die Banken davon?

Erst einmal erhöht der elektronische Handel natürlich den Druck auf die

Margen, das sorgte für wenig Begeisterung. Aber der Gesamtmarkt wird dadurch effizienter. Außerdem erreichen die Banken so eine breitere Kundschaft als früher. Ich würde sagen, wir haben ein partnerschaftliches Verhältnis.

Die meisten Fintechs kommen aus dem Endkundengeschäft. Sehen Sie auch im Investmentbanking Chancen für Gründer?

Definitiv! Je leichter sich ein Produkt standardisieren lässt, desto besser kann man es auf einer digitalen Plattform anbieten. Wenn es um Börsengänge oder das Geschäft mit Fusionen und Übernahmen geht, bleiben Menschen weiter gefragt. Aber bei allem, was mit Handel zu tun hat, werden wir eine weitere Digitalisierung sehen. Deshalb lohnt sich für uns ja auch die Fusion mit der Deutschen Börse.

Das müssen Sie erklären.

Die Regulierung nimmt zu, die Kosten für Devisengeschäfte haben sich erhöht, die Marktteilnehmer wünschen sich mehr Transparenz. Gemeinsam mit der Deutschen Börse können wir die volle Breite an Produkten anbieten - von illiquiden Nischenwährungen bis zu börsennotierten Futures auf Devisen und der Abwicklung über Clearingstellen. Für uns ist die Übernahme deshalb eine riesige Chance.

Wird so das Schicksal der meisten vielversprechenden Fintechs aussehen - übernommen von einem größeren Spieler?

Wenn Sie eine zarte Pflanze sind, die gerade aus der Erde herauswächst, besteht immer die Gefahr, dass sie jemand pflückt. Bis sie ein großer Baum sind, ist es ein langer Weg. Fintechs müssen sich genau überlegen, ob sie alleine schneller wachsen können oder mit Hilfe eines Partners. Viele Kosten steigen nicht linear, sondern sind an bestimmte Größenschwellen gekoppelt, wie Regulierung etwa oder Internationalisierung. Deshalb könnten viele Gründer irgendwann zu dem Schluss kommen, dass sie unter der Obhut eines größeren Partners schneller wachsen können.

Was macht umgekehrt die Fintechs als Übernahmeziel attraktiv?

Viele der etablierten Banken fahren einen ähnlichen Ansatz wie die Pharmaindustrie. Dort lagern die Konzerne die Entwicklung neuer Medikamente häufig an junge Biotechunternehmen aus, weil die schneller und innovativer sind. Wenn die Ergebnisse dann vielversprechend sind, versuchen die großen Spieler, die Medikamente in den Konzern zu holen, und übernehmen die teure Zulassung und den Vertrieb.

Die Fragen stellten Michael Brächer und Michael Maisch.

Carlo Kölzer: „Im Silicon Valley kommen Sie als Start-up leichter an Kapital.“

Kunden ermöglichen, von Investmentbankern unabhängiger zu agieren. In diese Kategorie gehört Edgefolio, die Plattform für Hedgefonds.

Die Idee dafür ist Leo Gasteen gekommen, als er selbst in Norwegen bei einem Hedgefonds arbeitete. „Dort habe ich selbst erlebt, wie langwierig und umständlich es normalerweise ist, Geld einzusammeln“, erzählt er. Analysten zufolge verwalten zehn Prozent der Firmen in der Hedgefonds-Branche etwa 90 Prozent des Vermögens. Und der Rest müsse sich ganz schön abstrampeln.

Ähnlich wie Edgefolio helfen auch Unternehmen wie Sein Analytics und Innovance Investoren, bessere Entscheidungen zu treffen und dabei weniger als bisher auf Investmentbanker zurückzugreifen. Doch solche Anbieter machen nur eine kleine Gruppe der Neueinsteiger im Investmentbankgeschäft aus. Mehr Start-ups haben sich darauf verlegt, den etablierten Spielern zu helfen. Dazu gehört Algomi, gegründet von Stu Taylor, einem ehemaligen UBS-Banker.

Algomi funktioniert ähnlich wie eine Partnervermittlungsagentur. Doch hilft sie nicht Singles zueinanderzufinden, sondern Käufern und Verkäufern von eher seltener gehandelten Anleihen. Algomi ist dabei keine alternative Handelsplattform, sondern eher ein Informationsinstrument im illiquiden Anleihehandel, wo die Geschäfte bis heute vorzugsweise per Telefon erledigt werden. Taylors Unternehmen will Investmentbanken effizienter machen. Unnötig macht es sie nicht.

Digitale Plattformen haben Investmentbanker zwar inzwischen vor allem im Handel ersetzt. Doch es gibt auch in diesem Geschäft bis heute Dinge, die nur der Bankmitarbeiter kann. „Das meiste wird

nie zu 100 Prozent elektronisch gehandelt werden“, sagt Andrew Challis, Leiter des elektronischen Handels mit Anleihen, Devisen und Rohstoffen bei Barclays. „In einigen Märkten ist es so weit, dass 95 Prozent des Handels elektronisch läuft, aber es ist unwahrscheinlich, dass das auch für die verbliebenen fünf Prozent gelten wird.“ Denn eine Reihe von Kunden macht ihre Geschäfte noch immer vorzugsweise am Telefon, und einige Transaktionen seien zu groß und zu kompliziert für eine elektronische Abwicklung.

Was heute noch als Gewissheit gilt, könnte sich in einigen Jahren in Luft auflösen, warnen Fachleute. Sie erwarten radikale Umwälzungen des Investmentbankings. Eine Schlüsselrolle dürfte die technologische Grundidee spielen, auf der die Digitalwährung Bitcoin basiert. Blockchain ist der Fachbegriff dafür. Er beschreibt eine Art Kassenbuch oder digitalen Kontoauszug für Transaktionen zwischen Computern - mit einer Besonderheit: Das Kassenbuch wird dezentral geführt und dadurch auf vielen Rechnern gespeichert. Das bietet einen besseren Schutz vor Cyberangriffen und Manipulationen. „Viele Geschäfte, für die es Investmentbanker und Papierdokumente braucht, könnten so auf eine radikal andere Art über die Bühne gehen“, sagt Will Rhode von der Boston Consulting Group. Bis dahin werde es noch einige Jahre dauern, „aber Blockchain hat das Potenzial, die Branche stärker umzukrempeln, als wir ahnen“.

Den Banken sind die Gefahren bewusst. „Wir haben noch etwas Zeit, bis die Angriffe von außen stärker werden, und diese Zeit müssen wir nutzen“, sagt ein Londoner Investmentbanker eines globalen Geldhauses, „um vor allem unsere Kosten in den Griff zu bekommen, um mit den neuen Angreifern besser zu konkurrieren.“

Unsichtbare Helfer der Geldhäuser

Spezielle Fintechs sehen sich nicht als Konkurrenten, sondern als Dienstleister etablierter Banken.

- Viele neue Ideen fürs Banking, unter anderem beim Kontowechsel.
- Blockchain-Technologie könnte hohe Ersparnisse bringen.

Katharina Schneider
Frankfurt

Es muss nicht immer das Rampenlicht sein. Auch abseits der großen Bühne können Unternehmen Erfolgsgeschichten schreiben. Versteckte Helden gibt es auch in der Welt der Fintechs, den innovativen Finanzdienstleistern.

Größere Aufmerksamkeit erlangten bisher Kredit- und Zinsplattformen, digitale Vermögensverwalter oder auch Anbieter von modernen Bezahlsystemen. Sie machen Banken ihr Geschäft streitig. Doch im Hintergrund gibt es auch Start-ups, die nicht zum Angriff blasen, sondern als Dienstleister moderne Technologien bereitstellen. Ein durchschnittlicher Bankkunde dürfte von ihnen kaum Notiz nehmen, aber für die Geldinstitute können sie hilfreich sein. „Auf dem Weg zur Digitalisierung stehen alle Banken vor denselben technologischen Problemen“, sagt Friederike Stradtman, Expertin für digitale Geschäftsmodelle im Bankensektor bei Accenture. Es sei ökonomisch unsinnig, wenn jede Bank ihre eigene Insellösung entwickelt, erklärt Stradtman. „Die Dienstleistungen von Fintechs sind in diesem Bereich sehr wertvoll.“

So wollen Start-ups etwa die Identifizierung bei der Kontoeröffnung erleichtern. Wer ein neues Konto beantragt, konnte auch früher schon alle nötigen Unterlagen online einsehen und ausfüllen - musste die Papiere dann aber ausdrucken, zur Post bringen und dort seine Identität überprüfen lassen. Fintech-Unternehmen wie IDnow und WebID beseitigen den sogenannten Medienbruch: Kunden können sich vom Sofa aus per Video-Chat ausweisen.

Zweites Beispiel: Kontowechsel. Hier kommt der Druck aus der Politik. Die europäische Zahlungskontenrichtlinie schreibt vor, dass Verbrauchern der Wechsel ihrer Zahlungskonten von einem Anbieter zum anderen erleichtert werden muss. Die Banken sollen zusammenarbeiten. Mehrere Fintechs bieten dafür schon Lösungen an. Etwa das Start-up Finreach, mit dem die

DKB zusammenarbeitet - oder auch Fino Digital, das die Commerzbank als Kunden gewinnen konnte. Die Anbieter übertragen Daueraufträge vom alten auf das neue Konto und benachrichtigen Zahlungsempfänger und -absender.

Auch das Fintech Gini, mit dem unter anderem die Deutsche Bank und die Comdirect Bank kooperieren, will Banking einfacher machen. Gini hat sich auf die semantische Analyse von Dokumenten spezialisiert. Das funktioniert zum Beispiel mit Papierrechnungen: Der Bankkunde fotografiert eine Rechnung mit seinem Smartphone ab. Die App überträgt alle notwendigen Daten in das Formular zur Online-Überweisung. Der Kunde überprüft die Daten noch mal - und fertig.

„Dass Konkurrenten die gleichen Technologien nutzen, ist völlig normal“, sagt Beraterin Stradtman. Zum Beispiel in der Buchhaltung: Wenn jede Firma ihre eigene Software entwickeln würde, wäre das sehr teuer - und gäbe ein ziemliches Chaos.

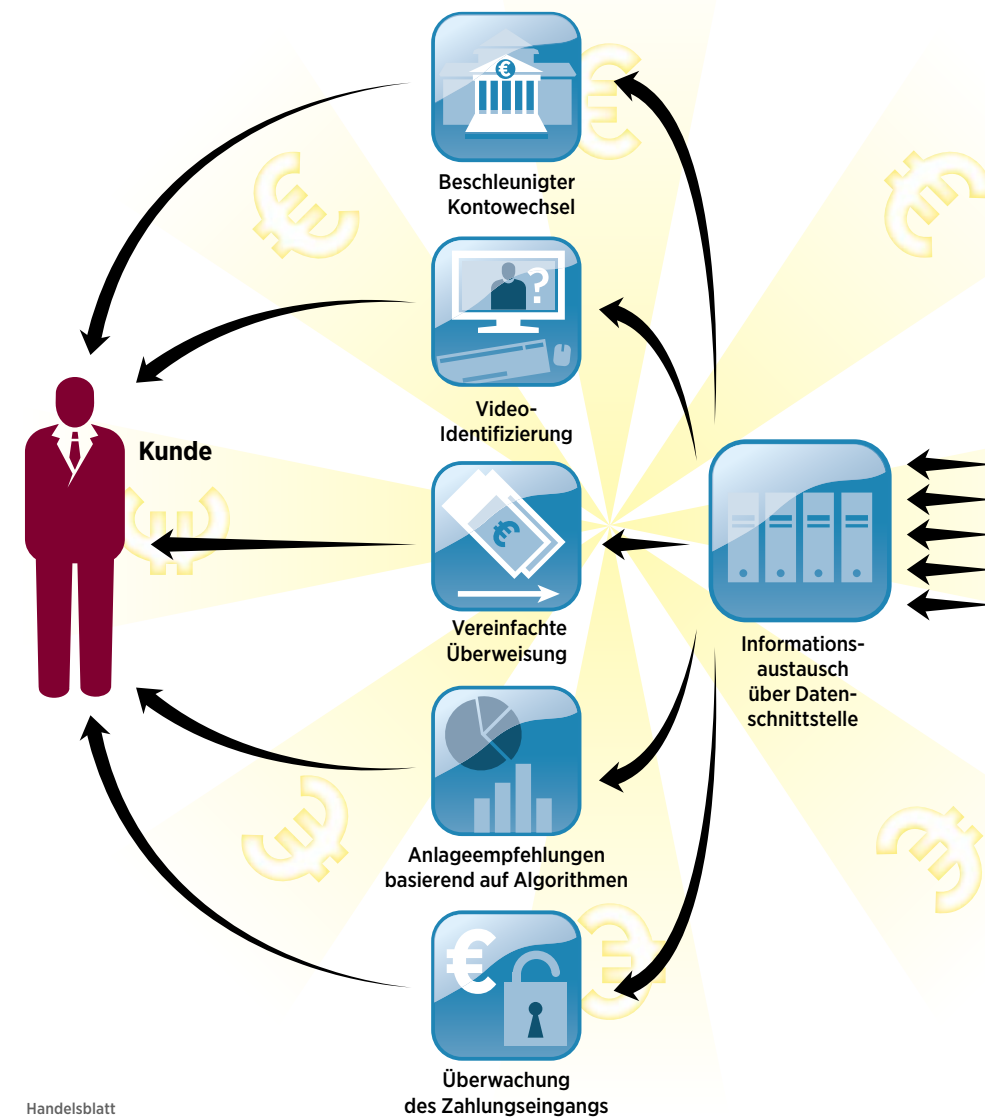
Von gemeinsamen Schnittstellen können auch Start-ups profitieren. Denn ihre Apps sollen nicht nur leicht zu bedienen sein und schick aussehen, sondern müssen auch mit den Kontoinformationen der Banken gefüttert werden - ansonsten wären sie wertlos. Hier kommt das Start-up Figo ins Spiel. „Wir stellen die Datenschnittstellen zu den Banken zur Verfügung“, sagt André Bajorat, Geschäftsführer des Hamburger Start-ups. Mit dieser sogenannten API (Application Programming Interface) können beispielsweise Kontostände ausgelesen und Überweisungen initiiert werden.

Seit der Firmengründung konnte Figo bereits 350 Kunden gewinnen. Darunter den Kontowechsel-Service Finreach, die Kreditplattform Auxmoney und die Online-Buchhaltungssoftware Debitoor. Von den Banken werde er jedoch teils argwöhnisch beäugt. „Bis Ende 2014 haben die Banken uns noch klar als Feind gesehen“, sagt Bajorat. „Mittlerweile haben wir den Status ‚friendemy‘ erreicht, also nicht mehr eindeutig Feind, aber auch noch kein echter Freund.“

Einen feindlichen Angriff auf die Bankenwelt habe er jedoch gar nicht im Sinn. „Es ist vielmehr ein Geben und Nehmen“, sagt Bajorat. Seit einigen Wochen kooperiert Figo zudem mit dem Fintech Fincite. Dieses hat sich auf das sogenannte Robo Advice spezialisiert. Es stellt Algorithmen zur Verfügung, mit denen Banken, Vermögensverwalter und andere Fintechs ihren

Verbesserungen auf dem Geldmarkt

Das ermöglichen Fintechs:



Handelsblatt

Kunden individuelle Empfehlungen rund um das Sparen und die Geldanlage machen können. Da es sich um eine sogenannte White-Label-Lösung handelt, bleibt Fincite für die Kunden unsichtbar. „Heute besteht Robo Advice noch aus drei bis zehn Fragen zur Risikoeinstufung und standardisierten Indexfonds-Portfolios“, sagt Geschäftsführer Ralf Heim. „Mit unseren Algorithmen lassen sich vielfältige Spar- und Anlagebedürfnisse mit moderner Finanzmathematik realisieren.“ Dank der Schnittstellen von Figo könne die Finanzsituation der Kunden sehr genau beurteilt werden. Das ermögliche individuelle Empfehlungen.

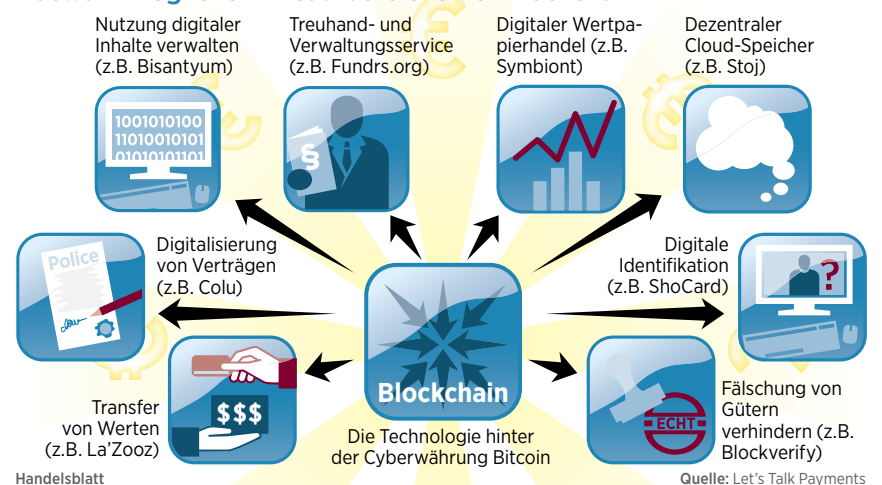
Auch Fintech-Systeme setzen auf eine gemeinsame Schnittstelle (API). Das Ziel des Münchener Unternehmens: Bonitäts- und Betrugsrisiken reduzieren, um unter anderem Kreditantragsprozesse zu automatisieren - ähnlich wie es auch etablierte Auskunfteien wie die Schufa tun. Dafür prüft

das Start-up die Deckung von Onlinekonten oder wertet die digitalen Kontoauszüge der vergangenen 90 Tage aus.

Schon heute sei der Zugriff auf mehr als 40 Millionen Konten möglich, heißt es bei Fintech-Systemen. Banken, Kreditplattformen oder Onlinehändler können die Bonitätsabfrage in ihre App oder ihre Internetseite einbinden. Der Kunde loggt sich darüber in sein Onlinekonto ein und ermöglicht der Software so den Zugriff. Der Umfang der übermittelten Daten richtet sich nach den Anforderungen des kreditgebenden Instituts, heißt es bei dem Start-up. Der Kunde habe Transparenz über die übermittelten Daten und müsse in jedem Fall seine Einwilligung erteilen.

Dienstleistungen wie die von Fintech-Systemen könnten auch für Banken interessant sein: „Nicht die Banken, sondern die bereits etablierten Technologieanbieter sollten sich von den modernen Softwareentwicklungen bedroht fühlen“, sagt auch Fi-

Auswahl möglicher Einsatzbereiche der Blockchain

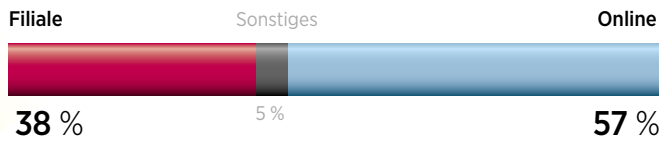


Handelsblatt

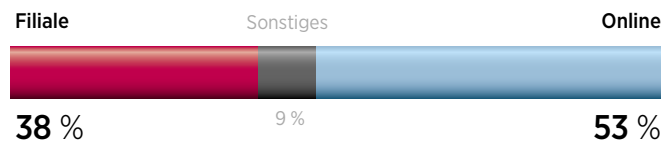
Quelle: Let's Talk Payments

Welche Kanäle nutzen Sie typischerweise für **alltägliche Bankgeschäfte**?

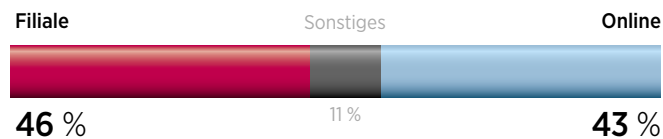
Überweisungen durchführen



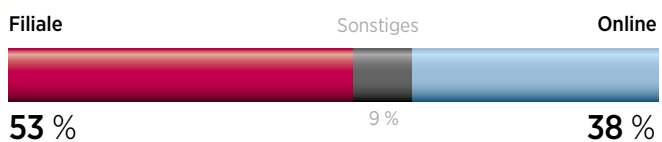
Konto-/Dispostände prüfen



Persönliche Daten verwalten



Kontoauszüge/-informationen erhalten



Quellen: Roland Berger, eigene Darstellung

FRANK SCHWAB

„Banken sehen alles Neue erst mal skeptisch“

Der Fintech-Enthusiast über Kooperationen und das nächste ganz große Ding.

Obwohl er 20 Jahre bei der Deutschen Bank gearbeitet hat, war Frank Schwab nie ein klassischer Banker. Der Fokus des studierten Wirtschaftsinformatikers lag schon immer auf technischen Innovationen - angefangen mit Onlinebanking und dem ersten Mobile Banking. Zwischenzeitlich arbeitete er als strategischer Berater für Banken und war zuletzt knapp zwei Jahre Vorstandssprecher bei Fidor Tecs, dem Softwareentwickler der Fidor Bank. Jetzt steht sein Fintech Forum im beruflichen Mittelpunkt, eine Plattform für Start-ups aus der Finanzwelt. Er kennt die Branche also aus allen Blickwinkeln.

Jahres hat sich im Ausland extrem viel getan, und die Vorreiter haben ihren Vorsprung deutlich vergrößert.

Wer sticht besonders hervor?
Banken wie UBS, Citi und Barclays haben den Veränderungsdruck eindeutig erkannt und reagieren sehr engagiert darauf. In Deutschland mischen Großbanken schon gut mit, vorne weg die Commerzbank. Sehr schwarz sehe ich aber für die Volksbanken und Sparkassen. Ihnen drohen in den kommenden fünf Jahren Verluste von bis zu 30 Prozent, da sie mit ihren bisherigen Angeboten keine Neukunden gewinnen werden. Großen Nachholbedarf haben auch die Landesbanken, insbesondere beim Onlinebanking.

Herr Schwab, längst nicht alle jungen Fintech-Firmen wollen die Banken angreifen. Manche helfen ihnen auch bei der Kundenbindung, indem sie Prozesse vereinfachen. Reagieren die Institute darauf denn positiv?

Banken sehen grundsätzlich alles Neue erst einmal skeptisch. Deshalb haben es auch solche Fintechs nicht leicht, die sich als Dienstleister bei Banken vorstellen.



Fintech-Kenner Frank Schwab: „Der Hype um Fintechs kennt aktuell keine Grenzen.“

Warum ist es für Fintechs so schwer, ihre Ideen zu vermarkten?

Vieles, was sie machen und können, liegt außerhalb unserer Vorstellungskraft. Das ist wie bei der Erfindung des ersten Automobils. Zuerst hat kaum jemand den Mehrwert gegenüber Pferdekutschen erkannt und sie nur für eine Spielerei gehalten. Aber anfangs wusste man auch noch nicht, welche Leistung Autos einmal bringen würden und dass es Variationen wie Lastwagen geben würde.

Fintechs sind heute also das, was Autos Ende des 19. Jahrhunderts waren?

Ja, manche dürften ein ähnliches Potenzial haben. Sie befinden sich aber noch in einer sehr frühen Entwicklungsphase. Für besonders umfangreiche Veränderungen wird die Blockchain sorgen.

Also jene Technologie, auf der auch die digitale Währung Bitcoin basiert.

Genau. Bitcoins sind aber nur ein Beispiel für das, was diese Technologie ermöglicht. Damit können Prozesse rechtsgültig, eindeutig, in Sekunden und zu minimalen Kosten abgewickelt werden.

Welche denn?

Ein einfaches Beispiel ist der Aktienhandel. In Deutschland notierte Aktien zu ordern ist kein Problem, auch Aktienkäufe in den USA werden schnell und günstig gebucht. Aber versuchen Sie mal, einzelne Aktien in Brasilien zu erwerben, das kostet viel Zeit und Geld. Mit Technologien wie beispielsweise von Eris Industries, das auf der Blockchain basiert, kann das schneller und günstiger abgewickelt werden.

Im Vergleich zu den USA und Großbritannien hinkt die deutsche Fintech-Branche hinterher. Wie lange etwa?

Bis vor kurzem dachte ich noch, es wären etwa neun Monate. Doch seit Anfang des

Mit dem Fintech Forum geben Sie jungen Unternehmen Starthilfe. Wie sieht die aus?
Bei unseren regelmäßigen Veranstaltungen geben wir ihnen eine Bühne, um sich zu präsentieren. Aber auch abseits davon bringen wir sie mit Investoren und potenziellen Geschäftspartnern in Verbindung.

Wie bezahlen die Fintechs Sie?

Das ist ganz unterschiedlich. Mal bekomme ich ein Beraterhonorar, mal eine Provision, wenn ich geholfen habe, Kapital einzusammeln oder den Vertrieb aufzubauen. Bei einigen Fintechs bin ich auch stiller Teilhaber. Wenn es gut läuft, werde ich irgendwann am Gewinn beteiligt.

Bei Fidor waren Sie unter anderem für die Entwicklung einer offenen Datenschnittstelle (API) verantwortlich. Fiel es schwer, dieses „Baby“ zu hinterlassen?

Nein, gar nicht. Ich habe das mitkonzipiert, und nun freue ich mich darauf, es gemeinsam mit Fintechs zu nutzen. Der Kontakt zur Fidor ist weiterhin sehr gut.

Warum haben Sie Fidor überhaupt den Rücken gekehrt?

Das hatte vor allem private Gründe, und der Ausstieg war schon lange geplant. Ich wollte nicht mehr von meinem Wohnort bei Heidelberg nach München pendeln.

Wollen Sie jetzt selbstständig bleiben?

Der Hype um Fintechs kennt aktuell keine Grenzen, ich könnte sofort wieder woanders anfangen. Aber in den nächsten vier bis sechs Monaten möchte ich das nicht.

Die Fragen stellte **Katharina Schneider**.

go-Chef Bajorat. Doch einer Technologie traut der Firmengründer sogar eine „echte Revolution“ zu - der Blockchain. Die ist bislang vor allem für die Erzeugung der digitalen Währung Bitcoin bekannt, doch sie kann noch viel mehr.

In der Blockchain werden Daten dezentral gespeichert: Sie sind für jeden zugänglich und können beliebig verknüpft werden. Wenn ein Nutzer beispielsweise eine Zahlung an einen anderen Nutzer überweist, dann läuft die Transaktion unmittelbar zwischen den Vertragspartnern ab und wird in der Blockchain gespeichert. „Einen Intermediär wie eine Bank bräuhete man damit nicht mehr“, sagt Sven Korschinnowski, Zahlungsexperte der Beratungsgesellschaft KPMG. Kein Wunder also, dass einige Banken bereits zur Blockchain forschen. Jüngst haben sich 20 Institute, darunter Goldman Sachs, JPMorgan, Royal Bank of Scotland, UBS und Credit Suisse, mit dem Start-up R3 zusammengetan, um einen gemeinsamen Standard auf Basis der Blockchain zu entwickeln. „Hinter der Blockchain steckt eine große Idee“, sagt auch Stradtman. „Um nicht den Anschluss zu verlieren, müssen Banken sich frühzeitig damit vertraut machen.“

Dass die Geldinstitute überflüssig werden, ist nur ein mögliches Szenario. Die Blockchain könnte ihnen auch nutzen, indem sie Transaktionen beschleunigt und billiger macht. Die spanische Großbank Santander erwartet, dass Banken dank der Technik jährlich 20 Milliarden Dollar einsparen können. „Noch ist die Blockchain nicht leistungsfähig genug, um darüber beispielsweise sämtliche internationalen Zahlungen abzuwickeln“, sagt Korschinnowski. „Wir sind etwa auf dem Stand des Internets Mitte der 1990er-Jahre.“ Allerdings werde die Entwicklung schneller vor-

ranschreiten. Im kleineren Stil funktioniert der Transfer aber schon heute. So stellt etwa das US-Fintech Ripple seine Zahlungstechnologie bereits australischen Banken zur Verfügung. Und das deutsche Unternehmen SatoshiPay hat sich auf Nanopayment spezialisiert. Kunden können Zahlungen in Höhe von weniger als einem Cent vornehmen - zum Beispiel für einzelne Artikel auf Webseiten.

Doch auch abseits des Zahlungsverkehrs nutzen Fintechs die Blockchain. So hat sich das Londoner Unternehmen Everledger etwa auf die Betrugsbekämpfung im Diamantenhandel spezialisiert. „Jeder Diamant ist einzigartig, und die Informationen über die Merkmale werden zentral gespeichert“, erklärt KPMG-Berater Korschinnowski. Für Diamantendiebe wird das Leben damit schwerer: Wenn sie die heiße Ware weiterverkaufen wollen, sieht der Käufer sofort, woher sie stammt.

Die Blockchain könnte auch die Art verändern, wie wir Geschäfte abschließen. Das Zauberwort heißt „Smart Contract“. Den Einsatz solcher klugen Verträge ermöglicht beispielsweise Eris Industries. Damit können Vertragsbedingungen so miteinander verknüpft werden, dass sie automatisch ausgeführt werden. Wer etwa seine Kamera per Smart Contract gegen einen Diebstahl versichert, dem könnte das Geld im Fall des Falles sofort ausgezahlt werden.

Das Beispiel zeigt zugleich, dass die neue Technologie nicht nur Chancen birgt, sondern auch Risiken: Die Smart Contracts müssten vor Manipulation geschützt werden. „Bisher kann man nur darüber spekulieren, in welchem Anwendungsbereich sich die Blockchain tatsächlich durchsetzen wird“, sagt Korschinnowski. Eines scheint aber schon jetzt sicher: dass die Blockchain etwas verändern wird.

Das Jahr des Erwachens

Lange Zeit ignorierten deutsche Finanzinstitute die Angreifer aus dem Netz. Das hat sich geändert.

Yasmin Osman, Elisabeth Atzler
Frankfurt

Lange hat es danach ausgesehen, als würden die deutschen Banken den Boom der aufstrebenden neuen Konkurrenten aus dem Internet ignorieren. Doch mittlerweile vergeht fast kein Tag, ohne dass ein Kreditinstitut eine neue Kooperation, ein neues Investment mit einem der sogenannten Fintech-Unternehmen ankündigt. „2015 war das Jahr des Erwachens für die deutschen Banken“, sagt Peter Bar-kow, der Gründer der gleichnamigen Unternehmensberatung.

Das schien auch bitter nötig: Die Kooperationen sind alles andere als schmückendes Beiwerk, sondern sie sind entscheidend für das Überleben der Banken. Denn die jungen Wilden der Finanzwelt sind fast überall: Sie schaffen Dienste, die Bankgeschäfte vereinfachen. Sie schaffen alternative Finanzquellen für Firmen und Privatleute. Sie schaffen Techniken, die Bankberater ersetzen. Kurz: Sie greifen an der gesamten Wertschöpfungskette der Finanzinstitute an. Die US-Investmentbank Goldman Sachs traut den neuen Wettbewerbern zu, den Etablierten in den kommenden Jahren Erträge in Höhe von 4,7 Billionen Dollar und Gewinne in Höhe von 470 Millionen Dollar streitig zu machen.

Doch Fintech ist für die Banken nicht nur eine Bedrohung - sondern eben auch eine Wachstumsmöglichkeit. Aufseher wie Bundesbank-Vorstand Andreas Dombret jedenfalls verpacken die Mahnung an die Banken mit der positiven Konnotation, die Digitalisierung bietet „auch viele Chancen“.

Die Botschaft ist angekommen: So hat sich die Commerzbank an mehreren Fintechs beteiligt, die Deutsche Bank eröffnet dieses Quartal drei Innovation Labs, die Hypo-Vereinsbank organisierte mit der italienischen Konzernmutter Unicredit einen „Appathon“, bei dem sie junge Entwickler trafen. Selbst kleine Institute mischen mit: Die Volksbank Hellweg kooperiert mit Lendstar und hat eine App entwickelt, mit der sich Freunde Geld senden, teilen und leihen können.

Dabei hinkt der deutsche Markt international hinterher. In den USA wurden 2014 fast zehn Milliarden Dollar in Fintechs investiert, in Deutschland waren es gerade einmal 85 Millionen Euro, zeigen Daten des Beraters Accenture und der Deutschen Bank. Aber immerhin: 56 Prozent der deutschen Geldhäuser kooperieren mit Fintechs, ergab eine Umfrage des IT-Dienstleisters GFT im Frühjahr. Noch verursachen die Angreifer keine Gewinn-Erosion. Am stärksten ist der Wettbewerb im

Zahlungsverkehr zu spüren, also dort, wo der Onlineriese Paypal eine Alternative zu Bezahlssystemen der Banken geschaffen hat. Dort startet die deutsche Finanzwirtschaft - reichlich spät - mit Paydirekt einen gemeinsamen Paypal-Konkurrenten.

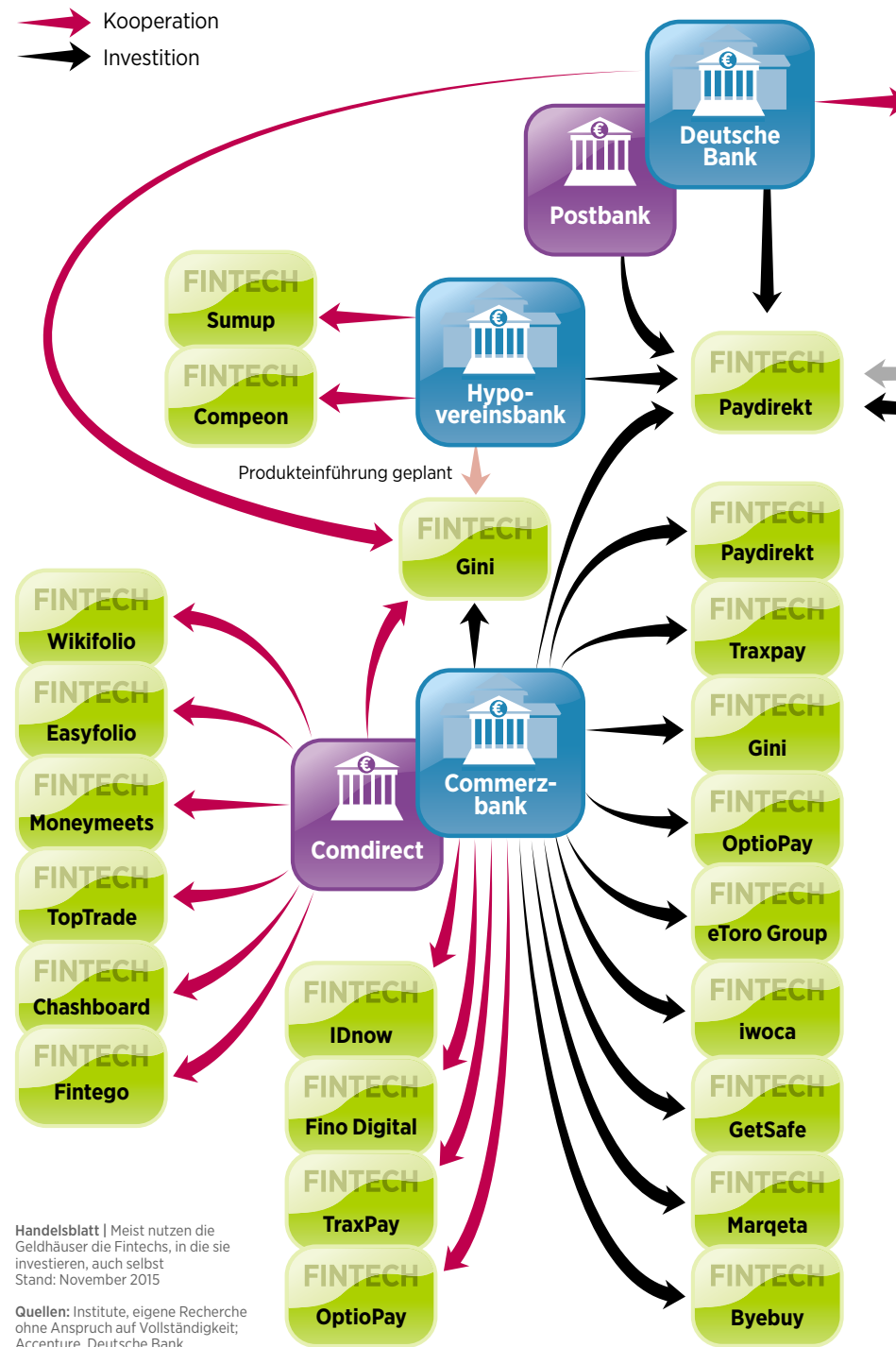
Wichtige Neuerungen selbst nachzubauen wie im Fall Paydirekt ist dabei eine von vier möglichen Strategien, mit denen Banken auf Fintechs reagieren können. Die Ausgründung innovativer Abteilungen oder Investitionen in beziehungsweise Kooperationen mit Fintechs sind ebenso möglich. Oder auch ein Mix all dieser Ansätze. Die Commerzbank-Tochter Comdirect zum Beispiel kooperiert mit sieben Fintech-Firmen - baut aber gelegentlich auch eine Lösung selbst nach, wie die rein digitale Kontoeröffnung. „Mal lohnt ein eigenes Format, mal ist es wichtiger als Erster am Markt zu sein“, sagt Comdirect-Chef Arno Walter.

Einen ausgefeilten Ansatz verfolgen bisher nur wenige Institute. Auffällig ist aber: Direktinvestitionen sind rar gesät. Mit Abstand am aktivsten: die Commerzbank. Sie hat sich über ihre Fondsgesellschaften Main Incubator und CommerzVentures bislang bei acht Fintechs engagiert. Allein in diesem Jahr kamen sechs Beteiligungen hinzu. Für die zweitgrößte deutsche Bank sind die Beteiligungen ein wichtiger Teil der Strategie. „Main Incubator und CommerzVentures sind unsere Scouts in der Fintech-Welt“, sagt Bettina Orlopp, die Strategie-Chefin der Commerzbank.

Die Sparkassen-Gruppe wiederum ist an vier Unternehmen beteiligt. Weitere Investitionen gibt es bei den großen deutschen Banken und Finanzverbänden nicht (siehe Grafik). „Der deutsche Bankensektor insgesamt hat weniger in solche Start-ups investiert als Goldman Sachs oder Citi al-



Die Zusammenarbeit der Banken mit der Konkurrenz



Handelsblatt | Meist nutzen die Geldhäuser die Fintechs, in die sie investieren, auch selbst
Stand: November 2015

Quellen: Institute, eigene Recherche ohne Anspruch auf Vollständigkeit; Accenture, Deutsche Bank

lein“, kritisiert Unternehmensberater Bar-kow. Citi und Goldman Sachs sind an jeweils 24 jungen Start-ups beteiligt.

Breite Investitionen scheinen eigentlich sinnvoll - schließlich dürften viele der Jungunternehmen letztlich scheitern. „80 Prozent der Entwicklungen, die wir dort mit Start-ups zusammen betreiben, werden nicht funktionieren“, sagt UBS-Verwaltungsratspräsident Axel Weber. Aber wenn nur ein kleiner Teil erfolgreich sei, könne das der UBS enorm helfen.

Doch längst nicht alle Banken sind von direkten Investitionen überzeugt: „Wir ziehen die Kooperation mit Fintechs dem Kauf vor, weil so Kreativität und Unternehmensegeist dieser Start-ups besser erhalten

bleiben“, heißt es bei der Deutschen Bank. Auch die Unicredit-Tochter Hypo-Vereinsbank (HVB) betrachtet Fintechs „in erster Linie als mögliche Kooperationspartner“, auch wenn sie eine Beteiligung nicht ausschließt, „sofern strategisch sinnvoll“. Statt in Fintechs zu investieren lud die HVB gerade im Rahmen eines gruppenweiten „Appathons“ in München, Mailand und Wien, Coder, Programmierer und Webdesigner ein, die 24 Stunden lang ihre Ideen rund 20 Fragestellungen widmen sollen und dafür Apps entwickeln können.

Die Deutsche Bank geht einen anderen Weg: Sie will sich in ihren drei geplanten Innovationszentren in Berlin, London und dem Silicon Valley mit Fintechs und akademischen Einrichtungen über technische Lösungen austauschen. Und die Commerzbank-Tochter Comdirect startete eine Art Brutkasten, in dem ganz junge Start-ups Räume, Infrastruktur und kleine Finanzspritzen erhalten sollen.

Tatsächlich sind Kooperationen die am fleißigsten genutzten Strategien etablierter Finanzinstitute. Und die jungen Herausforderer sind offen für ein Miteinander. „Ich bin kein Freund des Gegeneinanders. Fintechs und Banken können sich gut ergänzen“, sagt zum Beispiel Chris Bartz, Marketing-Chef bei der Fintech-Schmiede Finleap. „Etablierte Player haben Probleme mit Innovationsprozessen, die Fintechs bringen den Banken diese Innovationen. Umgekehrt verstehen die Banken viel von regulatorischen Rahmenbedingungen“, sagt Bartz. Aber das Tempo, das die deutschen

TAGUNG BANKEN-TECHNOLOGIE

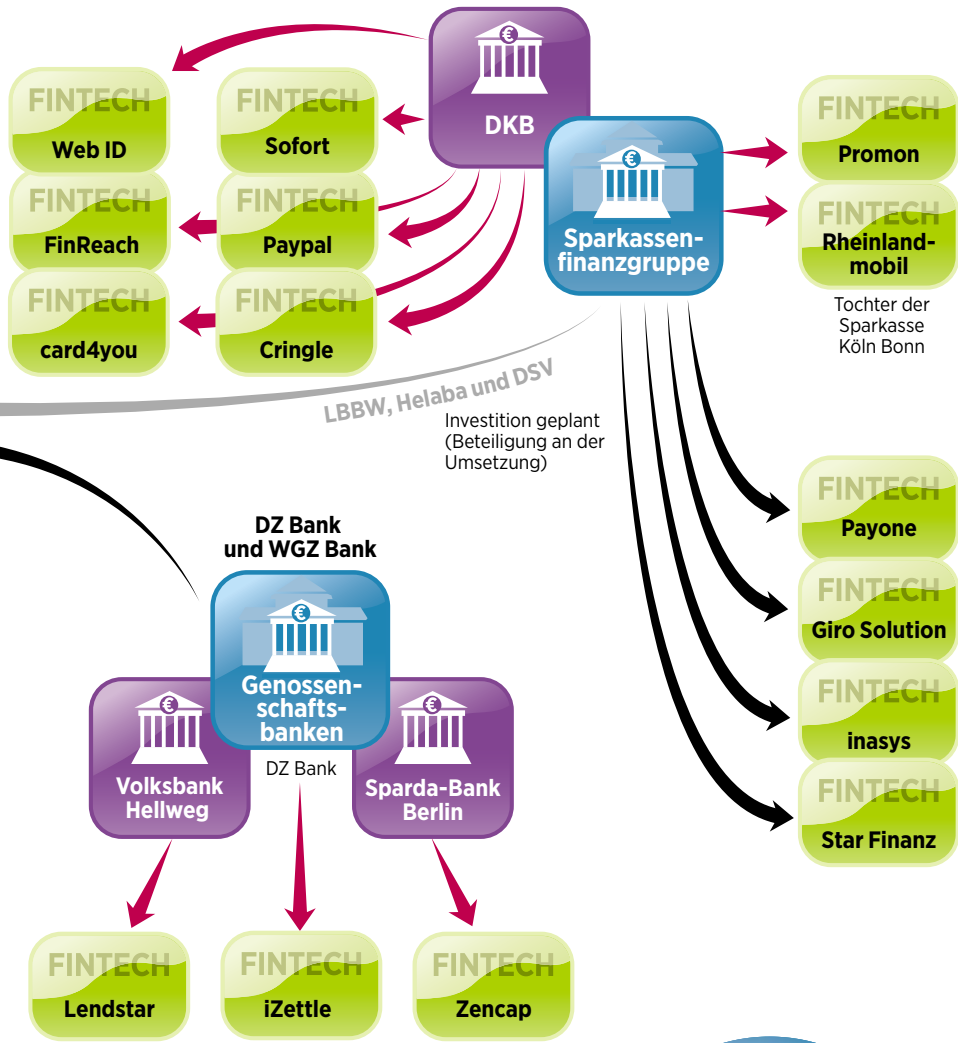
Branchentreffen Das Thema Finanztechnologieunternehmen wird auch auf der 21. Handelsblatt Jahrestagung Banken-Technologie eine tragende Rolle spielen. Bei der Konferenz, die am 3. und 4. Dezember in Frankfurt stattfindet, wird unter anderem Valentin Staff, Vorstandsvorsitzender und Gründer der Banking-App Number26 auftreten.

Redner Zu Gast ist auch Ex-Verteidigungsminister Karl-Theodor zu Guttenberg als Chairman der Beratungsfirma „Spitzberg Partners New York City“, die

er mitgegründet hat. Er wird über das Thema Blockchain-Technologie sprechen. Zu den Rednern zählen zudem der Vorstandschef von Comdirect, Arno Walter, der Deutsche-Bank-IT-Manager Wolfgang Gaertner und der Geschäftsführer des Online-Bezahlensystems Paydirekt, Helmut Wißmann.

Programm Die gesamte Veranstaltung steht unter dem Motto: „Change has come - Innovation und Transformation von Banksystemen und Produkten für das digitale Zeitalter“.

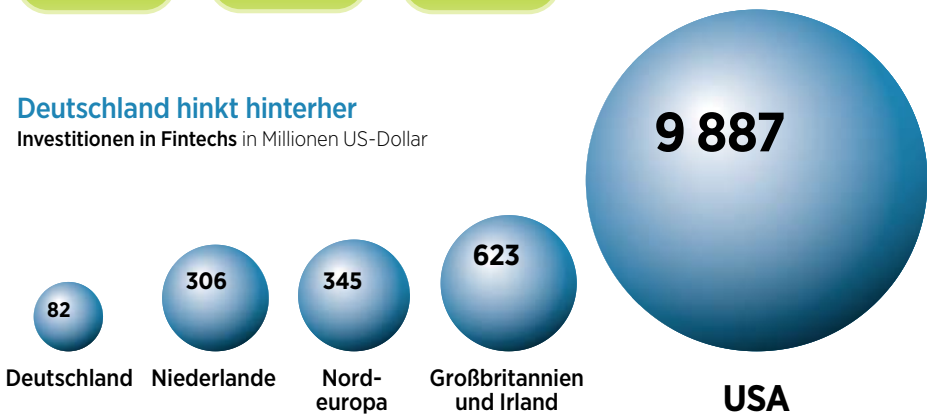
aus dem Netz



LBBW, Helaba und DSV
Investition geplant
(Beteiligung an der
Umsetzung)

Deutschland hinkt hinterher

Investitionen in Fintechs in Millionen US-Dollar



Finanzriesen an den Tag legen, überzeugt nicht jeden. „Die Banken agieren bislang sehr schwerfällig auf die Herausforderung, die Internetkonzerne wie Google und Apple oder die Fintechs darstellen“, kritisiert der für Banken zuständige Verdi-Gewerkschaftssekretär Mark Roach.

Ein Beispiel: Big Data. Von ihrem wohl größten Schatz, den Abermillionen Kundendaten, machen die Geldhäuser erst zaghaft Gebrauch. Die Deutsche Bank will dort aktiver werden - „wenn der Regulator den Rahmen schafft und die Kunden wählen, welche Services sie von uns haben möchten“, sagt ein Sprecher.

Zunächst wolle die Bank einen Finanzplaner einführen. Auf dem Broker Max Blue könnten Kunden außerdem die am meisten gehandelten Wertpapiere sehen. „In Zukunft könnten wir den Kunden etwa zeigen, was Menschen mit vergleichbarem Anlagehorizont gerade kaufen und verkaufen.“ Noch ist das Zukunftsmusik. Stattdessen wählen auch hier viele Häuser die Kooperation.

Bislang konzentrieren die Banken ihr Engagement auf die Neuerungen, die ein Bankkunde sofort merkt: „Bei allem, was die Schnittstelle zum Kunden anbelangt, versuchen wir die Innovationen so schnell wie es geht, an den Kunden zu bringen“, sagt Orlopp. „Die zweite Ebene betrifft die Prozesse in der Bank, die durch Innovationen effizienter werden müssen.“

Dafür gibt es viele Vorbilder - im Ausland. Dort beschäftigen sich viele Banken

längst mit der „Blockchain-Technik“, also der Technologie, die hinter der Kryptowährung Bitcoin steckt. Mit Blockchain lassen sich Transaktionen sicher - und deutlich billiger als bisher - abwickeln. Mittlerweile haben fast alle Banken von Rang und Namen - darunter UBS, ING DiBa, Barclays und BNP Paribas - Programme aufgelegt, die die Blockchain-Chancen erforschen.

Bislang können sich die Geldhäuser eine gewisse Zögerlichkeit leisten: Fintechs greifen zwar an vielen Stellen an. Ersetzen können sie Banken aber noch lange nicht. Das liegt auch an der scharfen Regulierung.

„Die Banken werden nicht überflüssig“, meint GFT-Experte Bernd-Josef Kohl. „Für bestimmte Geschäfte brauchen auch Fintechs eine Banklizenz. Sobald sie aber eine Banklizenz erwerben, greift die schärfere Regulierung. Damit werden sich selbst große Fintechs schwertun.“

Wie recht er damit hat, zeigt das Beispiel Bergfürst: Die Beteiligungsplattform hatte als eines der wenigen Fintech-Unternehmen 2014 eine deutsche Banklizenz erworben. Nach wenigen Monaten gab Bergfürst diese aber wieder ab - freiwillig. Bergfürst-Gründer Guido Sandler klagte über die „fehlende Flexibilität“, die ihm die Regulierung beschere. „Wir können nicht Dinosaurier spielen, wenn die anderen die Schnellboote sind“, sagte er.

„Das Jahr des Erwachens“ ist der letzte Teil unserer Finweb-Serie.

BRETT KING

„Die Universalbank hat keine Chance“

Der Digitalisierungsberater über die Trägheit der Branche, Download-Konten und Datenschütze.

Wenn es um die digitale Zukunft in der Finanzwelt geht, setzen die US-Notenbank und das Weiße Haus auf Brett Kings Expertise. Der Berater und Buchautor hat in New York seine eigene digitale Bank namens Moven gegründet und bietet Bankkonten zum Download an. Seine Visionen zur schönen neuen Finanzwelt sollten die Banken aufrütteln.

Herr King, wie sieht die Finanzwelt im Jahr 2030 aus?

Die Bank wird dort sein, wo Sie sie brauchen, wenn es zum Beispiel darum geht, Ihnen Beratung oder Zugang zu Krediten zu geben. Und das wird über das Smartphone funktionieren, eine Datenbrille oder eine Uhr. Unsere Kinder werden Banken nicht mehr als ein Gebäude oder als Filialen wahrnehmen, sondern als eine Zweckmäßigkeit.

eher so sein, dass einige Fintechs verlieren und andere gewinnen werden, und wiederum andere werden mit Banken zusammenarbeiten.

Auch Ihr eigenes Banken-Start-up Moven arbeitet mit traditionellen Finanzinstituten zusammen. Geben Sie uns ein Beispiel, wie das aussieht.

Wir geben den Kunden ihre eigenen Daten zurück und wollen, dass sie dadurch bewusster mit ihrem Geld umgehen. Es ist eine Art Fitbit - nur andersrum. Wir analysieren ihre Gewohnheiten, bilden eine Basis und geben ihnen dann eine Übersicht: Wussten Sie, dass Sie in diesem Monat schon 100 Dollar für Uber ausgegeben haben? Und 200 Dollar für Starbucks-Kaffee? Und es funktioniert: Fitnesstracker wie Fitbit animieren dazu, uns mehr zu bewegen. Wir sehen in den ersten 90 Tagen, dass die Ausgaben in den größten drei Kategorien zurückgehen.

Die US-Banken wollen in diesem Jahr mehr als 16 Milliarden Dollar in die Digitalisierung investieren. Wird das ausreichen?

Ich sage den Banken immer: „In zwei Jahren muss man bei euch ein Konto eröffnen können, ohne dafür unterschreiben zu müssen. Sonst werdet ihr Umsatz verlieren.“ Das ist oft nicht unbedingt ein technologisches Problem, sondern eines, bei dem alte Strukturen, Prozesse und Compliance-Vorgaben im Weg stehen. Die größte Herausforderung ist, dass Banken komplett umdenken müssen. Und das ist sehr hart.

Haben Banken einen Vorsprung vor neuen Fintech-Unternehmen wegen der ungeheuren Datenmenge, die ihnen zur Verfügung steht?

Nur, wenn sie die Daten auch nutzen oder wenn sie mit digitalen Partnern kooperieren. Bisher hütet jede Produktparte ihre eigenen Daten und kommuniziert möglichst wenig mit den anderen Sparten. Aber es ist schon richtig: Die Daten sind potenziell ein Pluspunkt.

Welche Bank ist aus Ihrer Sicht besonders gefährdet?

Die HSBC. Sie liegt weit zurück gegenüber Konkurrenten wie BBVA oder Deutsche Bank. Die HSBC hat bisher auf Wachstum durch neue Filialen und neue Produkte gesetzt, das funktioniert künftig nicht mehr.

Gibt es auch positive Beispiele?

Ja, die mBank in Polen und die Garanti Bank in der Türkei zum Beispiel sind ihrer Zeit voraus.

Was ist die größte Herausforderung für die Finanzbranche?

Die Banken hätten längst alles das machen können, was Apple und Google ihnen jetzt vormachen. Aber sie haben es nicht getan. Die größte Herausforderung ist umzudenken.

Wie muss sich das Geschäftsmodell ändern?

Die Universalbank hat keine Chance. Sie hängt an der Bankfiliale. Und in vier bis fünf Jahren wird die Mehrheit der Bankkonten in den USA und in Europa einfach heruntergeladen werden - statt in einer Filiale eröffnet zu werden. Künftig werden die Kunden einfach nach den besten Produkten greifen, ganz egal, von welcher Bank sie kommen.

Klingt wie ein Geschäft ohne Menschen.

Der Bankbeamte am Schalter ist in der Tat ein gefährdeter Beruf. Das gilt ebenso für Finanzberater. Künstliche Intelligenz ist besser in der Geldanlage als menschliche Intelligenz.

Was können die Fintechs, was die Banken nicht können?

Fintechs können alles, was Banken auch können, wenn sie Banken als Partner haben. Ich sehe das nicht als Schwarz-Weiß-Situation, in der entweder die Fintech-Unternehmen die Welt beherrschen werden und alle Kunden an sich ziehen, oder die Banken aufholen und die digitalen Angreifer zerstören. Es wird



Kai Neiden für Handelsblatt

Wie heißen die größten Banken im Jahr 2030?

Nach Kundenzahl gerechnet, könnten dazu die mobile Bank Empeza in Kenia, die chinesische Alipay oder auch Facebook gehören.

Die Fragen stellten **Astrid Dörner** und **Frank Wiebe**.

Brett King: „Wir geben den Kunden ihre Daten zurück.“