

# «Schweizer wenden mehr Zeit für Ferienplanung als für ihre Finanzen auf»

Andreas Dietrich, Professor für Banking and Finance an der Hochschule Luzern, legt im Gespräch mit Werner Grundlehner dar, wie sich das Anlegen verändern wird und welche Produktentwicklungen die Vermögensbildung unterstützen werden

Herr Dietrich, was stellen Sie bei Ihren Studenten fest: Ist die Finanzaffinität beim Studienbeginn dank Internet und Digitalisierung in den vergangenen Jahren grösser geworden?

Man muss unterscheiden. Der Hauptteil der Studenten, die ich unterrichte, belegen die Studienrichtung Banking and Finance, viele arbeiten im Banking oder haben in diesem Bereich gearbeitet. Diese Studenten haben gute Finanzkenntnisse, sind sehr technologieaffin und kennen die neusten Entwicklungen. Das ist aber nicht sehr repräsentativ. Bei den übrigen Erst- und Zweitsemestern habe ich in den vergangenen Jahren keine Zunahme der «financial literacy» festgestellt.

Man hört oft, an den Schulen werde das Wissen über Wirtschaft und Finanzen vernachlässigt.

Das ist definitiv ein Manko. Es gibt zahlreiche Studien, die dies bestätigen. Die Mehrheit der Schüler kann relativ einfache Fragen zum Thema Geld nicht beantworten. Das macht mir Sorgen, vor allem weil sich die Altersvorsorge vermehrt von der öffentlichen in die private Verantwortlichkeit verschiebt. Hier wäre es wichtig, dass man über die Finanzmärkte informiert ist. Zudem gibt es im digitalen Bereich zahlreiche interessante Angebote. Wir haben in einer Studie herausgefunden, dass sich 55% «überhaupt nicht» und nur 20% «stark» für die Finanzmärkte interessieren. Fast ausschliesslich männliche Akademiker bezeichnen sich als sehr finanzaffin.

Ist der Finanzmarkt für Privatanleger zu unübersichtlich geworden – gibt es zu viele Anbieter und Produkte, und die Kosten sind nicht transparent?

Es gibt viele Produkte, aber wir haben in der Schweiz den Luxus, dass es viele Banken und Finanzdienstleister gibt. Es gibt entsprechend für jedes Produkt Services und Beratungen, welche diese für Laien eher unübersichtlichen Angebote erläutern. Die Preissetzung ist in den vergangenen Jahren eher transparenter geworden – auch in Relation zur gelieferten Performance. Salopp gesagt, investieren Schweizer aber mehr Zeit in die Auswahl eines neuen Autos oder eines Ferienhotels als in Finanzprodukte.

Das heisst es auch bei den Krankenkassenprämien. Der Schweizer wechselt nur selten ins günstigere Angebot. Geht es uns zu gut, so dass uns die wenigen Franken nicht kümmern?

Auch in der Finanzindustrie geht es definitiv um mehr als um wenige Franken. Aber das Interesse ist oft nicht vorhanden, und man will sich deshalb keine Zeit nehmen. Das hängt sicher auch mit dem Wohlstand zusammen.

Vielleicht erachtet man das Angebot bereits als günstig. Gewisse Produkte wie etwa Online-Brokerage scheinen immer günstiger zu werden. Stimmt das auch für das Gesamtpaket «private Finanzen»? Viele Services wie Kontoführung und Steuerausgang scheinen dagegen teurer geworden zu sein.

Das Alltags-Banking ist in der Tendenz eher etwas teurer geworden – erst recht wenn man den wegfallenden Zins mit einrechnet –, ohne dass das Schweizer Publikum gross reagiert hätte. Das Angebot von Bankenseite her, etwa Mobile Banking, ist gleichzeitig aber auch besser geworden.

Reicht einem Schweizer Durchschnittskunden ein Paket mit Bankkonto und Kreditkarte sowie eventuell einer Hypothek?

Rund 60% der Schweizer brauchen nur Alltagsbanking-Produkte, sprich Bankkonto, Karte und vielleicht noch ein



Das Angebot für Privatanleger ist komplex geworden. Andreas Dietrich indes sagt: «Wir haben den Luxus, dass es viele Finanzdienstleister gibt.»

SIMON TANNER / NZZ

«Die Mehrheit der Schüler kann relativ einfache Fragen zum Thema Geld nicht beantworten. Das macht mir Sorgen.»

Säule-3a-Produkt. Der Rest der Bevölkerung investiert auch in Wertschriften oder hat eine Hypothek. Anleger sind noch immer in der Minderheit.

Sind Apps für die dritte Säule oder Revolut für besser Informierte konzipiert? Nein, das sind eigentlich typische Alltagsanwendungen.

Welche Instrumente sollte ein durchschnittlicher Privatkunde nutzen, der 50 000 Fr. für mindestens zehn Jahre ohne bestimmtes Ziel anlegen will?

Entscheidend ist, dass man anlegt. Welchen Produktmix man wählen soll, kann man nicht so generell beantworten. Das kommt auch auf die individuelle Risikofähigkeit und -neigung an, aber auch der Umfang der Finanzkenntnisse und persönliche Interessen sind entscheidend. Dann ist relevant, ob man einen Berater benötigt oder ob man nichts mit der Anlage zu tun haben will und beispielsweise einen Robo-Advisor nutzt.

Werden wir dereinst alle Robo-Advisors verwenden – wird dieses automatisierte Anlegen zur Standard-Dienstleistung? Heute haben gemäss unserer Studie nur rund 10% der Bevölkerung zumindest gewisse Kenntnisse dieser Produkte. Doppelt so viele können sich vorstellen, diese Anwendungen in der Zukunft zu nutzen. Hier muss man sich grundsätzlich vor Augen halten, dass nur 40% der Schweizer in Wertschriften anlegen. Robo-Advisors beziehungsweise «digitale Anlagelösungen» werden sich aber in unterschiedlichen Formen und mit verschiedenen Möglichkeiten weiterentwickeln, und der Markt wird weiter wachsen. Der «reine Robo-Advisor» ohne jegliche

Beratungsmöglichkeit wird allerdings ein Nischenprodukt bleiben.

In welchen Dienstleistungs- und Produktbereichen besteht noch Innovationsbedarf, und wo gibt es für den Kunden am wenigsten Auswahl?

Die Finanzindustrie lanciert viele neue Produkte und ist dabei auch einfallreich. Was noch viel Potenzial hat, ist die Tokenisierung, die den Zugang zu alternativen Anlagen vereinfachen wird; so dass man in Zukunft etwa einen Bruchteil an einem Monet-Gemälde besitzen kann. Mich stört etwas, dass die an sich interessanten strukturierten Produkte in der Regel isoliert in den Portfolios geführt werden. Der Einfluss dieser Produkte auf Risk/Return und Cashflow im Gesamtkontext mit den anderen Anlagen wie Aktien und Bonds wird nicht ausgewiesen, das wäre für den Anleger aber sinnvoll. Und es fehlt hierzulande noch der Aspekt der Gamification, eine spielerische Heranführung an neue Produkte.

Werden Bankkunden in zehn Jahren überhaupt noch niemals an einem Bankschalter stehen, und wird es noch Bankfilialen geben?

Es wird auch in zehn Jahren noch Filialen geben – aber die Zahl wird weiter abnehmen, denn die Bedeutung der Transaktionen, die in einer Bankfiliale getätigt werden, nimmt ebenfalls ab. In Zukunft wird hauptsächlich Beratung in diesen Standorten angeboten. Das persönliche Gespräch wird für die Bank einen hohen Wert behalten – sei es bei der Vorsorge, bei Finanzierungen oder bei der Anlage. Alles, was etwas komplexer ist. Denn die «financial literacy» wird nicht schlagartig zunehmen. Der Bankkunde braucht Anleitung im eingangs erwähnten Produkte-Dschungel.

Wenn ich mit meinem Gehalt auf die Bank gehe, werde ich nicht sehr bevorzugt behandelt und bekomme ehrlich gesagt keine gute Beratung.

Es müsste aber im Interesse der klassischen Bank sein, dass jeder Kunde eine angemessene Beratung erhält. Das gibt ihnen eine Daseinsberechtigung.

Daran verdient aber die Bank kaum etwas. Viele Institute sagen: Eine individuelle Anlageberatung gibt es ab 500 000 Fr. oder mehr, sonst wird ein Standardpaket offeriert.

In der Digitalisierung läuft die Beratung für Retail- und Affluent-Kunden Richtung «mass customization». Der Kunde wird zwar individueller behandelt und kann seine Neigungen und Wünsche angeben. Basierend auf diesen Wünschen wird im Hintergrund aber schliesslich eines von zum Beispiel fünfzehn Standard-Portfolios ausgewählt. Das ist auch die Grundidee der Robo-Advisors. Neben einer Auswahl von wenigen Standard-Portfolios kann der Kunde zum Beispiel noch zusätzliche Anlage-themen wählen. Das gibt einem das Gefühl einer individuellen Betreuung.

Werden die jungen Fintech die Branche revolutionieren, oder verschwinden die einzelnen Silo-Angebote in den Kernbankensystemen der traditionellen Finanzdienstleister?

Die Banken werden verschiedene Fintech-Lösungen an- oder einbinden. Dafür müssen die Banken zuerst aber die Voraussetzungen für sogenannte Open-Banking-Plattformen bauen. Es ist entscheidend, dass die Banken die Technologiekompetenz haben, die verschiedenen Angebote rasch einzubinden. Es ist viel weniger wichtig, ob sie das selbst gebaut haben oder nicht. Auf der anderen Seite werden sich auch einzelne Fintech weiterhin positiv entwickeln und weitere Kunden gewinnen. Sie sorgen auch da-

für, dass die Banken unter Druck sind, die Kundenerlebnisse zu verbessern und gewisse Preise nach unten anzupassen.

Ist das ESG-Thema (Umwelt, Soziales und Gouvernanz) ein Finanzprodukt-Thema, oder wird es schon bald zum Standard für jede Anlage?

Es gibt heute ein gewisses Greenwashing und viele verschiedene Definitionen, was nachhaltig ist. Zahlreiche Produkte sind noch gar nicht so nachhaltig, wie sie angepriesen werden. Vielleicht werden nur Waffen- und Erdölfirmen ausgeschlossen. Es ist wichtig, dass verbindliche Standards gesetzt werden. Die Förderung nachhaltiger Anlagen ist aber sicher kein Marketing-Hype. Die Kunden sind auch nicht naiv und lassen sich langfristig nicht täuschen, sondern sie hinterfragen die Ansätze.

Wie schätzen Sie das Thema Krypto und Blockchain für die Finanzbranche ein – wird das in zehn Jahren die Grundlage vieler neuer Finanzprodukte sein?

Man muss die Sichtweise unterscheiden. Dem Kunden ist es eigentlich egal, ob seine Aktien über die Blockchain oder die Börse gehandelt und verwaltet werden. Die Abläufe mit Distributed-Ledger-Technologie zu optimieren, ist dagegen für die Finanzdienstleister von Interesse. Die Blockchain bietet aber möglicherweise durch die Tokenisierung von gewissen Vermögenswerten weitere Vorteile und neue Produkte für gewisse Zielkunden an. Auch Kryptowährungen werden als Beimischung im Portfolio an Bedeutung gewinnen

«Spannend finde ich das Goal-Based Investing, das zielgerichtete Sparen auf ein Lebensziel hin.»

Welche neuen Entwicklungen und Innovationen bei Finanzprodukten vermögen Sie zu begeistern?

Begeisterung ist ein grosses Wort: Disruptoren gibt es kaum, viele Produkte werden vor allem günstiger und attraktiver aufgesetzt. Spannend finde ich das Goal-Based Investing, das zielgerichtete Sparen auf ein Lebensziel hin. Das unterscheidet sich von den bisherigen traditionellen Anlagezielen. Ich begrüsse zudem, dass einzelne Banken damit begonnen haben, ihre Research-Berichte, die sich vor allem an Fachleute richten, einfach und verständlich zu formulieren, so dass auch Laien sie verstehen. Auch Robo-Advisors finde ich eine spannende Entwicklung. Die Digitalisierung der Säule-3a-Produkte erhöhte die Variationsmöglichkeiten für den Kunden und macht sie attraktiver. Kryptoprodukte sind zu begrüssen, weil sie die Möglichkeit zu mit den Finanzmärkten unkorrekturtem Anlegen bieten.

Was hat die stetig zunehmende Regulierung gebracht, sind Gesetzesvorlagen wie Mifid-II im Sinne des Endkunden? Im Research hat dies beispielsweise zu einer Ausdünnung des Angebots geführt.

Die Regulierung entlastet den Kunden von der Eigenverantwortung. Dabei wäre diese für Kunden und Banken sinnvoll. Ich weiss nicht, ob das Pendel irgendwann wieder zurückschlägt. Nach einer Krise werden die Gesetze meist überstrapaziert. Ich bedaure diesen starken Eingriff, aber er scheint einem Wunsch der Mehrheit zu entsprechen.