

Neue Währungen



BITCOIN & CO.

Die Suche nach dem Internetgeld

Bitcoin Vielleicht die jüngste, noch schwer fassbare Neuerung im Finanzwesen sind die digitalen Währungen. Am meisten Beachtung findet derzeit die globale, von keiner Notenbank kontrollierte Währung Bitcoin. Vorherhand ist sie mit einer weltweiten Marktkapitalisierung von gut 6 Milliarden Franken gesamtwirtschaftlich gesehen vollständig unbedeutend. Sollte die Akzeptanz steigen, könnten die digitalen Währungen Zahlungsverkehr und grenzüberschreitende Dienstleistungen verändern und noch bestehende Margen bei Finanzinstituten schmälern. Beide Grossbanken in der Schweiz jedenfalls verfolgen die Entwicklung genau. Eine Integration der neuen Technologie ist aber nicht geplant,

anders als etwa in Deutschland, wo die Fidor-Bank bereits eine Bitcoin-Börse betreibt. In der Schweiz sind es ausschliesslich Start-ups, die sich intensiver mit digitalen Währungen auseinandersetzen.

Swaps und Calls Für das Geschäftsfeld der Banken fast einschneidender könnten aber neue, im Internet handelbare Finanzprodukte sein. Erste Firmen experimentieren damit, Finanzprodukte mit der Technologie der digitalen kryptographischen Währungen zu kreieren. Sie würden Swaps, Puts, Futures und selbst kompliziertere Produkte zur billigen Massenware machen und die Margen der Banken weiter unter Druck bringen. Bis dahin dürften allerdings noch Jahre vergehen.

«Banken verlieren ihr Geschäft, wenn sie nichts tun»

Banking Georges Grivas ist Studien- und Projektleiter an der Hochschule Luzern. Er leitet die Forschung zu strategischem IT-Management und Digital Finance.



Georges Grivas
Dozent Hochschule Luzern

Was bedeutet der Begriff Digital Finance für Sie?

Georges Grivas: Das digitale Geschäft verwischt die traditionellen Grenzen zwischen der physischen und der virtuellen Welt und ermöglicht tiefere, breitere und sinnvollere Verbindungen zwischen Menschen, Unternehmen und Dingen. Der grösste Teil der Finanzdienstleistungen wird in Zukunft digital und in einer engeren Interaktion mit dem Kunden angeboten.

Wie verändert das die Finanzbranche?

Die Kunden, die sich in der digitalen Welt auskennen, erledigen vieles selber, möchten eine volle Informationstransparenz und nutzen die Finanzdienstleistungen öfters. Die Interaktion mit den Kunden verändert das Businessmodell der Banken. Neue Akteure werden einen Teil des Geschäfts für sich gewinnen.

Welche neuen Anbieter kommen durch Digital Finance in die Branche?

Zum einen können grosse Technologieunternehmen wie Google, Apple, Facebook, Amazon sowie Telekomunternehmen rasch ins Digital Finance Business einsteigen. Zum anderen werden Start-ups Nischen finden und diese Lücke schliessen. Die ersten Entwicklungen vorseiten dieser Akteure sehen wir in der Schweiz erst seit kurzem. In den USA, in Grossbritannien und in Deutschland sind sie ersichtlich. Ankündigungen wie die zum Bezahldienst Apple Pay werden wir in Zukunft öfters hören.

Swisscom kooperiert mit einer Crowdfunding-Plattform, Medienkonzerne mit Finanz-Start-ups. Weshalb? Es ist es eine sinnvolle Diversifikation. Finanzinstitute sollten sich aber auch überlegen, ob sie Kooperationen mit einem Digital Disruptor eingehen sollten. Für sie ist es nicht einfach, die neuen digitalen Services in die komplexen IT-Landschaften zu integrieren. Zudem können Finanzinstitute selber ein Start-up gründen. So können sie schnell und agil auf dem Markt sein. Sie stellen sich aber die Frage, ob sie mit solchen Vorhaben ihre eigenen Produkte kannibalisieren wollen.

Warum sollten sie sich selbst kannibalisieren?

Wenn die Finanzinstitute jetzt nichts unternehmen und das traditionelle Geschäft nicht angreifen, werden sie eines Tages Teile ihres Geschäfts verlieren.

Wo können Banken digitalisieren?

In allen Geschäftsfeldern können neue Businessmodelle entstehen: Ob bei den Firmenkunden, im Private Banking, im Asset Management, im Investment Banking oder im Zahlungsverkehr. Disruptive Technologien wie Mobile Business, Personal Finance Management, Crowdfunding und Peer-to-Peer Lending, Social Media, Cloud Computing oder Big Data Analytics können die Grundlage der neuen Businessmodelle sein.

Welche Reaktion zeigen die verschiedenen Finanzdienstleister auf diese Veränderungen?

Die Reaktionen sind verschieden. Postfinance und UBS zum Beispiel sehen die Veränderungen und unterziehen sich einer digitalen Transformation. Andere möchten keine Investitionen tätigen und sehen die strategische Bedeutung nicht. Das kann gefährlich werden. Die Innovationszyklen sind heute kürzer als zu Zeiten von Nokia.

Sind denn die neuen Dienstleistungen für das Geschäft der Finanzinstitute heute schon wichtig?

Die Finanzinstitute haben heute keine grossen Erträge aus diesen neuen Dienstleistungen. Das ist typisch bei disruptiven Innovationen und ein Grund, warum die Unternehmen keine Investitionen tätigen wollen. Diese werden sich aber in Zukunft monetarisieren lassen.

INTERVIEW: JORGOS BROUZOS

ng der
unftKREDITE UND HYPOTHEKEN
Konkurrenz aus der
Online-Community

Schwarmfinanzierung Die Zeiten sind vorbei, als der Weg zur Finanzierung eines Projekts zwangsläufig zu einer Bank führte. Heute gibt es Alternativen wie Crowdfunding im Internet. Auf den entsprechenden Plattformen erhalten Personen und Firmen von Investoren Kapital zur Finanzierung von privaten Projekten oder Geschäftsideen. Alleine über kickstarter.com wurden bereits 1,3 Milliarden Dollar gesprochen. Der Trend drängt die Banken aus der Unternehmensfinanzierung heraus. So nahmen die Verpflichtungen der Firmen bei Banken letztes Jahr ab, obwohl sie insgesamt mehr Kredite aufgenommen haben. Die meisten Banken ignorieren Crowdfunding. Nur einige wenige erwägen, mit den Plattformen zu kooperieren.

Experimente Die gestiegene Transparenz bei Kreditbedingungen zwingt Banken dazu, sich dem Kunden anderswo als einzigartig zu präsentieren. Erste Banken experimentieren nun mit neuen digitalen Angeboten. Sie wollen Firmen beispielsweise online anbieten, ihren Kreditbedarf gemeinsam mit anderen Firmen zu bündeln und dadurch günstigere Konditionen zu erhalten. Noch experimentieren alle mit derartigen Ideen, wenig ist bereits erprobt. Das zeigt sich beim Hypothekengeschäft. Festhypotheken sind kaum «online only» erhältlich. Meist braucht es den Schriftverkehr. Vor allem kleinere Banken denken noch wenig industriell.

Kreditwesen



DIGITALER KANAL ZU UNTERNEHMEN

Mit Apps die Firmen an sich binden

Gegen den Papierkram Im Verkehr mit Firmen besteht grosser Nachholbedarf an simpler Digitalisierung von Information. Das zeigt sich exemplarisch beim Import und Export von Gütern oder Rohstoffen. Die Unternehmen müssen sich bei ihren Geschäften absichern. Das passiert meist mit sogenannten Letters of Credit der Banken, die das Ausfallrisiko übernehmen. Ein administrativer Wahnsinn. Heute braucht es oft 36 Dokumente, die unterschrieben und im Original per Kurier zwischen Importeur, Exporteur, Logistiker, Bank und Behördenstellen hin- und hergeschoben werden. Die Einsparungen

wären bei der Digitalisierung gigantisch. Erste Projekte entstehen. Führend sind angelsächsische Geschäftsbanken. Hier ziehen Grossbanken nach. Für kleine Institute wird es schwer, ansprechende Digitalösungen in Eigenregie zu entwickeln.

Bankeneigene App Stores Auch sonst verlagert sich das Bühnen um die Geschäftskunden in die Digitalwelt. Bei allen Avancen geht es darum, den Kunden mit Hilfeleistung an sich zu binden. Erste Banken offerieren den Firmen Tablet-ähnliche Geräte, die individuell mit Apps konfiguriert werden. Als Hilfe für die Servicetochter beim Einkassieren, zur leichteren Erfassung des Inventars oder zum Aufsetzen von Kundenbindungsprogrammen.

Geschäftskunden

