



Wie Fintech das Banking aufmischt

TECHNOLOGIE «Durch die Maschine kommt der Mensch zum Menschlichen.» Bei sinnvollem Einsatz von Technik und Innovation gilt das überall, auch für den Robo-Berater im Banking. Was der Robo Advisor kann und was nicht.

Florence Anglès

Die Finanzwelt ist Teil unseres Alltags, sie sollte daher kein Geheimnis sein. Die Kenntnisse der breiten Öffentlichkeit sind allerdings begrenzt. Man wendet sich an eine Bank oder einen Finanzberater, und nach und nach entwickelt sich eine von Vertrauen geprägte Beziehung. So geschieht es im Normalfall. Die Finanzkrise von 2007/08 hat dieses Vertrauen allerdings erschüttert, als sich zeigte, wie undurchsichtig und kompliziert Finanzprodukte sein können. Der Begriff Verbriefung gehörte fortan nicht mehr zum Vokabular.

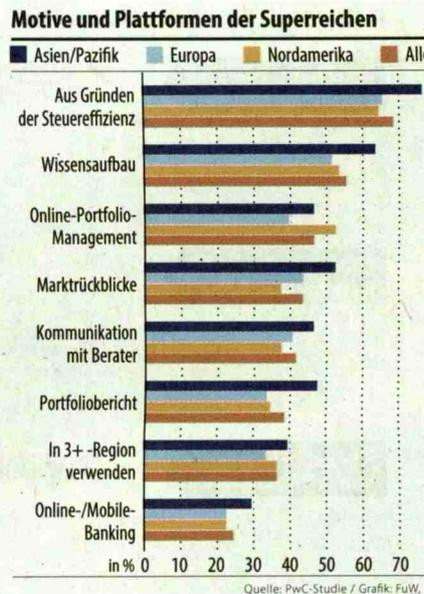
Die Finanzkrise war auch die Geburtsstunde neuer Akteure aus dem Nichtbankensektor: der Fintech-Unternehmen. Galten sie ursprünglich als pure Modeerscheinung, so machten sie sich die Unbeweglichkeit vieler traditioneller Unternehmen zunutze und vermochten sich im Finanzsektor zu etablieren, indem sie neue Verbrauchermuster entwickelten.

Der Internet-Boom führt auch zu einer Revolution des Verbraucherverhaltens. Immer mehr Menschen wenden sich den

Sofortangeboten zu. Die asymmetrische Information hat ausgedient, der Echtzeitinformation gewohnte Verbraucher will Transparenz und Flexibilität. Angesichts der sich verändernden Gewohnheiten müssen die Banken möglichst schnell ihren digitalen Wandel in den Griff bekommen, wenn sie über die Digital Natives hinaus ihre Stammklientel einschliesslich der vermögenden Kunden halten wollen.

SCHLUSS MIT ASYMMETRIE

Eine Studie von PwC zeigt, dass begüterte Privatkunden sehr stark an innovativen Digitallösungen interessiert sind. Falls Banken ihre digitale Transformation nicht schneller vorantreiben, laufen sie Gefahr,



von den neuen Marktakteuren mit «digitalen Genen» überrollt zu werden. So wurden beispielsweise 2010 in den USA die ersten Robo Advisors geschaffen, die sich umgehend über die ganze Welt ausbreiteten. Robo Advisors werden gelegentlich auch als Online-Wealth-Manager bezeichnet. Im Grunde handelt es sich um automatisierte Finanzberater, die mithilfe von Algorithmen und Big Data funktionieren. Diese Robo Advisors gestatten nach Bestimmung des Kundenrisikoprofils den optimalen Aufbau eines Portfolios. Der Algorithmus generiert eine Allokation von Finanzinstrumenten, wobei ihm die von Harry Markowitz in den Fünfzigerjahren des letzten Jahrhunderts entwickelte moderne Portfoliotheorie zugrunde liegt.

Von der Annahme ausgehend, dass Märkte effizient funktionieren, setzen die Robo Advisors auf das passive Portfoliomanagement. Es wird davon ausgegangen, dass der Kunde rational handelt, sich informiert und Alternativen vergleicht und dass seine Entscheidungen kohärent

sind, ein echter Homo oeconomicus also.

Kritiker wenden ein, dieses theoretische Abbild menschlichen Verhaltens sei zu stark reduzierend und vereinfachend. Es sind die Befürworter der verhaltensorientierten Finanzmarkttheorie, die anführen, dass Menschen vermeintlich irrational

«Privatkunden sind stark an digitalen Lösungen interessiert.»

handeln können, womit sie von der orthodoxen Finanzmarkttheorie abweichen. Tatsächlich lässt sich der Mensch nicht auf eine Maschine reduzieren. Oft handelt er rational, aber nicht immer. Er ist eher dem Homo sociologicus zuzuordnen. Um bestimmte psychologische Faktoren zu erfassen, ist auf menschliche Erfahrung nicht zu verzichten. So antwortet ein Robo Advisor nur auf einen Bedarf, wogegen der physische Berater die Situation des Kunden in ihrer Gesamtheit erfasst und den Bedarf ermitteln kann.

ERFAHRUNG UND EMPATHIE

Die fundierte Kundenberatung unter Einbeziehung der menschlichen Faktoren ist der Mehrwert, den Banken gegenüber den Robo Advisors bieten können. Das genau ist ihr Kerngeschäft: die persönliche Beziehung zum Kunden.

Umgekehrt darf der Vergleich von Maschine und Mensch nicht zu einer ausschliesslich binären Sichtweise der Dinge führen, dem Kampf Maschine gegen Mensch. Erstrebenswert ist es, beides unter einen Hut zu bringen. Diesen Ansatz verfolgen Banken, die ihr Angebot dahingehend anpassen, dass sie den Kunden ein digitales Instrumentarium bieten, wobei sie bemüht sind, den neuen

FINANZ und WIRTSCHAFT

Sonderbeilage

Finanz und Wirtschaft
8021 Zürich
044/ 248 58 00
www.fuw.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 24'669
Erscheinungsweise: unregelmässig



Seite: 7
Fläche: 45'002 mm²

Auftrag: 3005768
Themen-Nr.: 220.036

Referenz: 65158343
Ausschnitt Seite: 2/2

betrieblichen Risiken so gut es geht zu begegnen. Die Reflexion darf allerdings nicht da enden. Die digitale Transformation umfasst weit mehr und erfordert eine Reorganisation des Ganzen.

.....
*Florence Anglès, Head of Risk
Management, Reyl*