swisscom

Lucerne University of
Applied Sciences and Arts
HOCHSCHULE
LUZERN
Wirtschaft
Institut für Finanzdienstleistungen Zug
IFZ

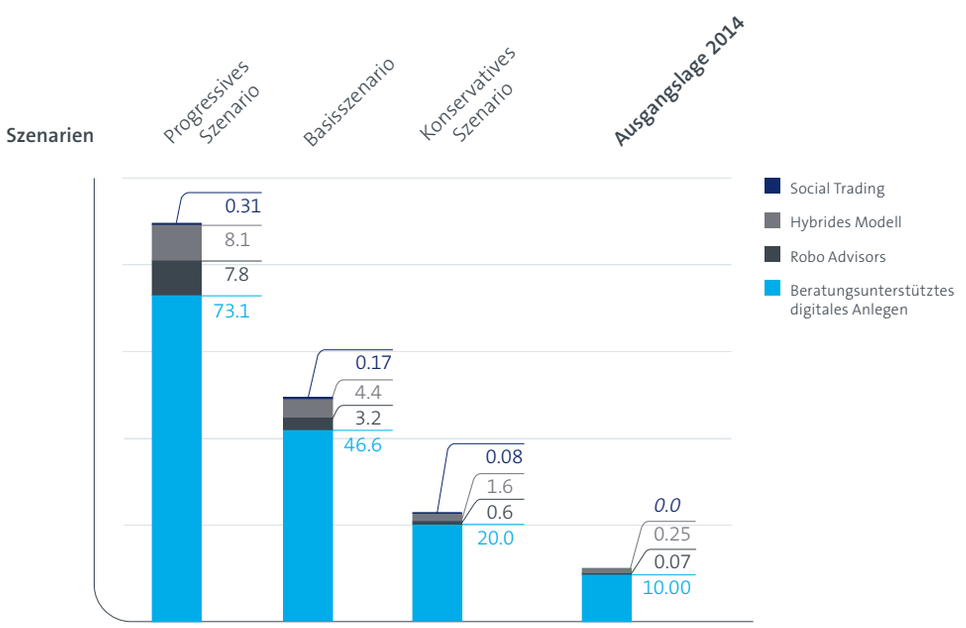
Digitales Anlegen

Momentaufnahme 2015 und Ausblick 2020

Geschäftsmodelle, Marktüberblick, Nachfrage und mögliche Preismodelle.
Eine Studie des Swisscom Think Tank e-foresight und dem Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ).

Digitales Anlegen erreicht bis 2020 signifikantes Volumen in der Schweiz

- Für die Beurteilung der Nachfrageseite wurden 821 Privatpersonen in der Schweiz befragt.
- Die Studie zeigt, dass Vertrauen und Kompetenz im Anlegen die höchste Bedeutung haben, dass aber die einfache selbstbestimmte digitale Auftragserteilung über die nächsten Jahre an Bedeutung massiv zulegen wird.
- Kunden beabsichtigen über digitale Anlagelösungen mehrheitlich (44%) zwischen 10 und 30% zu investieren, 24% aber auch mehr als 30%.
- Einfachheit ist der wichtigste Grund für die Nutzung – Sicherheitsbedenken sprechen dagegen. Hier hat eine Bank aber Vorteile gegenüber Fintech.
- Die Studie erwartet, dass die Marktvolumen in den nächsten Jahren massiv steigen werden. Bei Robo Advisor von heute 70 Mio. CHF auf 3.2 Mrd. CHF in fünf Jahren (Basisszenario). Insgesamt geht die Studie davon aus, dass digitales Anlegen 54.3 Mrd. CHF in 2020 ausmachen wird. Dies würde 9% des Gesamtmarktes entsprechen.
- Abschliessend formuliert die Studie neun Thesen zur Entwicklung des Digitalen Anlegens.



Total Milliarden CHF	**89.3**	**54.3**	**22.3**	**10.3**
Eintrittswahrscheinlichkeit	30%	50%	20%	
Anteil Gesamtmarkt	15%	9%	4%	**2%**

Quelle Swisscom / IFZ

Kombiniertes Marktvolumen aller Geschäftsmodelle.

Management Summary

Durch die bedeutenden technologischen Fortschritte und das sich dadurch veränderte Kundenverhalten stehen Banken vor grossen Herausforderungen. Die entsprechenden Entwicklungen digitalisieren nicht nur zunehmend das Finanzierungsgeschäft, sondern werden künftig auch das Anlagegeschäft stark verändern. Anleger sind praktisch jederzeit online, erwarten rasche Reaktionen, haben umfassende Informationsbedürfnisse und verfügen mit neuen Plattformen über attraktive Möglichkeiten, ihre Gelder zu günstigen Bedingungen anzulegen. Auch Schweizer Banken können sich dieser Entwicklung nicht entziehen und müssen sich frühzeitig mit neuen Geschäftsmodellen im Bereich des digitalen Anlegens auseinandersetzen. TrueWealth und der Investomat der Glarner Kantonalbank sind zwei bekannte Beispiele, in welche Richtung sich der Markt entwickeln könnte. Der Ansatz der UBS im digitalen Wealth Management (UBS Advice) zeigt einen weiteren Weg auf, wie Banken das digitale Anlegen in ihrem Geschäftsmodell integrieren können.

Grundsätzlich gelten Schweizer Kunden im internationalen Vergleich als eher konservativ in Bezug auf die Benutzung von neuen Angeboten und Anbietern rund um das Geldgeschäft. Es erstaunt daher nicht, dass im Bereich des digitalen Anlegens Märkte wie die USA und Grossbritannien schon weiter fortgeschritten sind. Schweizer Banken sollten sich indes nicht darauf verlassen, dass ihr Markt geschützt und die Kunden träge bleiben. Bereits heute können sich beispielsweise 50 Prozent der im Rahmen dieser Studie befragten Schweizerinnen und Schweizer vorstellen, in den nächsten fünf Jahren ein digitales Anlageprodukt zu nutzen. Entsprechend erachten wir es als wichtig, dass sich die Banken sehr bald intensiver mit diesem Thema auseinandersetzen und sich Gedanken dazu machen, ob und welches Geschäftsmodell im Bereich des digitalen Anlegens verfolgt werden soll. In dieser Studie werden hierfür vier verschiedene Geschäftsmodelle definiert, welche Banken adaptieren können. Wir bezeichnen diese nachstehend als «Robo Advisor», «Social Trading», «hybrides Model» und «beratungsunterstütztes digitales Anlegen». Diese unterscheiden sich vor allem in Bezug auf die Sophistizierung des Angebots (u.a. Ausgereiftheit des Prozesses zur Ermittlung des Risikoprofils, Automatisierung und Intervalle des Rebalancing, Verfügbarkeit von Research und Einbezug in Portfoliozusammensetzung) und die Personalisierung & Beratungsunterstützung seitens des Anbieters (u.a. Anzahl Portfolios, Verfügbarkeit von Beratungsangeboten).

In der vorliegenden Studie werden nicht nur die bestehenden Geschäftsmodelle in ausgewählten ausländischen Märkten und der Schweiz vorgestellt, sondern auch konkrete Marktentwicklungsszenarien. Basierend auf zwei für diese Studie durchgeführten Umfragen analysieren wir die Nachfrageseite und leiten das Interesse an digitalem Anlegen bei potenziellen Kunden ab. Ebenso zeigen wir auf, welche Pricing-Strategien dem jeweiligen Geschäftsmodell adäquat sind.

Einleitung

Viele Banken zeichnen sich in der eigenen Wahrnehmung durch die Expertise aus, Portfolios zusammenzustellen, den Kunden bei Anlageentscheiden zu beraten und mittels fundiertem Research kurz-, mittel- und langfristig werthaltige Vermögensallokationen mit oder für ihre Kunden vorzunehmen.

Durch die Entwicklung neuer Technologien und das veränderte Kundenverhalten wird sich aber das aus Bankensicht wichtige Ertragsfeld der Anlageberatung verändern. Neue Technologien und Algorithmen ermöglichen im Zusammenhang mit Mobile Devices und dem Fakt das Kunden immer und überall online sind auch eine Digitalisierung im Anlagegeschäft. Bestimmte Kundengruppen sind heute informierter, anspruchsvoller bezogen auf digital zur Verfügung gestellte Bankdienstleistungen und fordern insbesondere personalisierte Lösungen (Accenture 2015).

In ausländischen Märkten gibt es bereits heute eine Vielzahl an innovativen Angeboten im Anlagegeschäft. Einerseits sind verschiedene Fintech-Start-ups mit neuen Geschäftsmodellen in diesen Markt vorgedrungen. Andererseits haben auch einige etablierte Banken auf die entsprechenden Entwicklungen reagiert und ihre Geschäftsmodelle angepasst. Kunden haben neu die Möglichkeit, sich vielfältig über Anlagen zu informieren, in Communities über Investitionen sowie Chancen und Risiken zu diskutieren und digital ihr Geld zu verwalten. Auch in der Schweiz ist im vergangenen Jahr Bewegung in diesen Markt gekommen. Neben der bereits bestehenden Lösung von Swissquote haben beispielsweise die UBS, das Start-up TrueWealth und die Glarner Kantonalbank erste digitale Anlageprodukte mit allerdings unterschiedlichen Geschäftsmodellen lanciert. Nicht zuletzt durch diese Markteintritte ist das Interesse verschiedener Banken für solche Geschäftsmodelle in den vergangenen Monaten stark angestiegen. Für viele Banken stellen sich insbesondere die Fragen, in welche Richtung diese Entwicklung weitergehen wird und wie man auf diesen Trend reagieren soll. Die vorliegende Studie hat sich daher zum Ziel gesetzt, als Erstes eine detaillierte Ist-Situation aufzuzeigen und verschiedene Typen von Geschäftsmodellen zu klassifizieren. In einer ausführlichen Marktübersicht werden Angebote und Marktteilnehmer in der Schweiz, Deutschland, Grossbritannien und den USA vorgestellt und bewertet. Als Zweites wird die Nachfragesicht beleuchtet, indem mittels einer Umfrage bei potenziellen Kunden eruiert wird, welche Anforderungen Kunden an solche digitalen Anlagegeschäftsmodelle stellen und unter welchen Umständen sie bereit wären, das Geld mittels digitaler Kanäle verwalten zu lassen. Als Drittes versucht die vorliegende Studie, das Marktpotenzial und die künftige Entwicklung des Marktes abzuschätzen.

Falk Kohlmann · Andreas Dietrich · Christoph Duss · Noemi Heusler

Download gesamte Studie