

Digitalisierung

## Robo-Advising für Deutsche vor allem aus Kostengründen attraktiv

Sieben von zehn Verbrauchern weltweit wollen sich in Finanzangelegenheiten von Robotern beraten lassen, so eine Studie von Accenture. Jeweils mehr als zwei Drittel der Verbraucher würde diesen Service bei der Eröffnung eines Bankkontos (71 Prozent), beim Abschluss einer Versicherung (74 Prozent) und für die Ruhestandsplanung (68 Prozent) nutzen. Bei der Kapitalanlage würden 78 Prozent auf Roboter vertrauen. In Deutschland sehen die Zahlen indessen anders aus: Hier bewegt sich der Zuspruch zur automatisierten Beratung mit Werten zwischen 53 und 61 Prozent auf einem geringeren Niveau als der Durchschnitt. Damit gehört Deutschland neben Kanada und Australien zu denjenigen Ländern mit der geringsten Nachfrage nach Robo-Advising.

Von der Nutzung robotergestützter Beratungsplattformen versprechen sich die Kunden der Studie zufolge vor allem schnellere (39 Prozent) und günstigere (31 Prozent; in Deutschland 38 Prozent) Services. Gut ein Viertel der Befragten hält Computer beziehungsweise künstliche Intelligenz zudem für objektiver und analytischer als Menschen (26 Prozent; in Deutschland 28 Prozent). Computergestützte Beratungstools können somit auch eine Antwort auf die Vertrauenskrise

der Bankberatung sein. Überbewerten sollte man das gleichwohl nicht. Schließlich wird einer Vielzahl der Kunden bewusst sein, dass auch bei solchen Beratungstools letztlich die gleichen Vorgaben hinterlegt sein können, nach denen auch menschliche Berater arbeiten.

Laut der Umfrage können sich viele Verbraucher vorstellen, auch Finanzdienstleistungen neuer Anbieter in Anspruch zu nehmen. Jeweils etwa ein Drittel würde Bankdienstleistungen (31 Prozent), Versicherungen (29 Prozent) und Finanzberatung (38 Prozent) von Google, Amazon oder Facebook nutzen.

Im deutschen Markt können sich dies bei Banken immerhin 25 Prozent, bei Versicherungen 23 Prozent und bei der Geldanlage 27 Prozent der Konsumenten vorstellen. In der Altersgruppe zwischen 18 bis 21 Jahren vertrauen mit 41 Prozent (in Deutschland 38 Prozent) zwar deutlich mehr Konsumenten auf die Technologiespieler, aber selbst junge Leute scheinen klassischen Finanzinstituten nach wie vor einen gewissen Wert zuzuschreiben. Bank- oder Versicherungsdienstleistungen eines Einzelhändlers würden weltweit 31 beziehungsweise 30 Prozent der Verbraucher nutzen. In Deutschland wären nur 16 Prozent dazu bereit.

**Red.**