

„MeinInvest“ – Robo Advising ergänzt Entwicklung zum digitalen Pionier

Von Stefan Schindler



Quelle: pixabay.com

Schon die Geschichte der Sparda-Banken, die sich als ehemalige Eisenbahnerbanken erst für alle Kundengruppen öffneten und sich dann als Direktbanken mit Filialen positionierten, beweist den Mut zur Veränderung. Insofern ist es nur konsequent, auch die Digitalisierung als Chance zu betrachten und sich entsprechend weiterzuentwickeln, meint Stefan Schindler. Die Sparda-Bank Nürnberg hat sich deshalb als erste Sparda-Bank für die Zusammenarbeit mit Visual Vest in Sachen Robo Advising entschieden. Schindler sieht hier großes Potenzial: Rund jeder zehnte Kunde werde künftig auf ein solches Angebot zurückgreifen. Erste Erfahrungen zeigen denn auch, dass „MeinInvest“ für alle Kundengruppen attraktiv ist, wengleich die Berührungängste bei den „Millennials“ am geringsten sind. Red.

Die Digitalisierung verändert die Gesellschaft massiv – nicht wenige sprechen gar von einer „digitalen Revolution“ – und es vergeht kaum ein Tag, an dem nicht über künstliche Intelligenz, neue Kommunikationsformen und Industrie 4.0 berichtet und diskutiert wird. Auch die Bankenbranche steht vor großen Umbrüchen: Digitale

Technologien, mobile Anwendungen und ein verändertes Kundenverhalten erfordern neue Antworten, Angebote und Lösungen – sowohl im Online- als auch im Retailbanking.

Hinzu kommen innovationstreibende Fintech-Unternehmen, eine anhaltende Niedrigzinsphase und verstärkte regulatorische Vorgaben. Ein neues Banking-Zeitalter hat begonnen!

Digitalisierung als Chance

Eine moderne Website und eine schicke App reichen bei weitem nicht aus, um die digitale Transformation erfolgreich zu meistern. Wer das Heft des Handelns in der Hand behalten will, muss weiter gehen.

Die Sparda-Bank Nürnberg begreift die Digitalisierung in all ihren Facetten als große Chance: Um alte Strukturen zu durchbrechen, eingefahrene Prozesse neu zu denken, Innovationen anzustoßen, kurz gesagt: Um Pionier zu sein in einem sich verändernden Marktumfeld!

Zum Autor

Stefan Schindler, Vorsitzender des Vorstands, Sparda-Bank Nürnberg eG, Nürnberg

Das hat vor allem mit den historischen Wurzeln der Genossenschaftsbank zu tun.

Mut zur Veränderung – seit 87 Jahren

Im Dezember 1930 wurde die Sparda-Bank Nürnberg eG als Selbsthilfeorganisation der Eisenbahner gegründet. Das Ziel: Hilfe zur Selbsthilfe und gegenseitige Unterstützung in finanziellen Angelegenheiten. Daraus ist in 87 Jahren die größte Genossenschaftsbank Nordbayerns geworden – mit über 215 000 Mitgliedern, einer Bilanzsumme von rund 3,5 Milliarden Euro, 17 Filialen und 6 SB-Centern.

Das alles wäre nicht möglich gewesen, wenn die Bank nicht kontinuierlich ihre Strategien und Prozesse hinterfragt und weiterentwickelt hätte; ohne dabei ihre genossenschaftliche Basis aus den Augen zu verlieren. So ist das Haus bis heute seinen Mitgliedern durch den Förderauftrag in besonderem Maße verbunden. Die gesamte Geschäftspolitik ist getragen von Werten wie Solidarität, Gemeinschaft und Fairness.

Durch genossenschaftliche Instrumente wie die Vertreterversammlung können die Mitglieder die Bank aktiv mitgestalten und über grundlegende Themen mitentscheiden. Und trotz niedriger Zinsen und hoher Regulationskosten ist die gebührenfreie Kontoführung eines Girokontos bis zum

heutigen Tag fester Bestandteil des Markenkerns der Bank.

Aber die Sparda-Bank Nürnberg steht auch für den Mut zur Veränderung und Innovation: Bereits in den sechziger Jahren wurde eine EDV-basierte Organisationsstruktur eingeführt. In den darauffolgenden 20 Jahren wurde der Mitgliederkreis auf alle Lohn-, Gehalts- und Rentenempfänger erweitert.

Schon mit dem beginnenden Siegeszug des Internets fiel die Entscheidung, sich als „Direktbank mit Filialen“ zu positionieren, das heißt: An größeren Standorten mit einer eigenen Filiale präsent zu sein und parallel im Internet einfache, kundenorientierte Service-Dienstleistungen zu bieten. Diese Entscheidung war durchaus mutig in Zeiten, in denen Mitbewerber fleißig an einem dichten Filialnetz strickten. Doch auch diese Strategie hat das Kreditinstitut – neben einem soliden Wirtschaften und einer bodenständigen Geschäftspolitik – unbeschadet durch die Turbulenzen der Finanzkrise gebracht.

Grundannahmen für die Zukunft ...

Nur wer sich mit der Zukunft beschäftigt und die kommenden Herausforderungen erkennt und analysiert, wird von Veränderungen nicht überrollt und kann die Zukunft aktiv mitgestalten. Diesen Grundsatz hat das Kreditinstitut schon frühzeitig verinnerlicht und zum Kompass für sein Handeln gemacht. Mit dem Sparda-Zukunfts-Radar steht ein Instrument zur Verfügung, das die elementaren Zukunftsentwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft herausarbeitet und die daraus resultierenden Chancen und Risiken aufzeigt.

Projiziert auf die Jahre ab 2025 haben sich daraus folgende Zukunftsannahmen ergeben:

- Die meisten Kunden erledigen ihre Bankgeschäfte per Internet.

- Über 50 Prozent der Kunden schließen beratungsintensive Produkte digital ab.

- Virtuelle Beratungen sind die Regel.

- Nur noch 10 Prozent wünschen für einfache Retail-Produkte eine persönliche Beratung.

- Die Filiale wird zum Bindeglied in die virtuelle Welt und zum Kontaktzentrum.

... und Eckpfeiler für die Zukunftsstrategie

Diese Erkenntnisse haben die Zukunftsstrategie der Sparda-Bank Nürnberg maßgeblich beeinflusst. Sie fußt auf folgenden Eckpfeilern.

Die digitale Community: Das genossenschaftliche Prinzip hat die Sparda-Bank Nürnberg (als erstes Institut unter allen Sparda-Banken) mit einer Online-Community in die digitale Welt übertragen. Dort können die Mitglieder Ideen einbringen, über konkrete Themen abstimmen und untereinander Erfahrungen austauschen.

Die Filiale als „Treffpunkt für die Gemeinschaft“: Die Konzeption des neuen Filialtyps ist in enger Zusammenarbeit mit den Mitgliedern entstanden. Die Bank wollte wissen: Welche Wünsche und Anforderungen haben sie an eine moderne Filiale? Entstanden ist ein Ort der Begegnung, an dem der persönliche Kontakt und die Beratung von Mensch zu Mensch weiterhin im Mittelpunkt stehen.

Das Omnikanal-Prinzip: Die Digitalisierung hat zu einem stark veränderten Kundenverhalten geführt. Der Kunde erwartet heutzutage von seiner Bank Lösungen, die auf seine individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind und ihm maximale Flexibilität garantieren. Das heißt, er möchte seine Bank über alle Kanäle kontaktieren, zwischen den Kanälen spontan wechseln und selbst über den Wechsel zwischen persönlicher Beratung und eigenständigem

Abschluss entscheiden können. Verbunden ist das mit dem Anspruch, dass alle Zugänge einheitlich gestaltet und einfach zu bedienen sind. Die Antwort der Bank darauf ist das Omnikanalbanking, welches die Kanäle Online, Mobile, Telefon, Mail, Filiale und Social Media optimal miteinander verbindet.

Bankgeschäfte 4.0

Die Erkenntnisse aus dem Sparda-Zukunfts-Radar eröffnen in Verbindung mit der digitalen Transformation vollkommen neue Möglichkeiten, das Dienstleistungsportfolio innovativ und kundenorientiert zu erweitern:

- So ist bereits seit September 2014 eine Baufinanzierungsberatung im Angebot, die wahlweise in der Filiale oder per Video durchgeführt und abgeschlossen werden kann. Auch ein flexibler Wechsel zwischen den Kanälen ist möglich.

- Seit April 2017 gibt es den Service „SpardaBargeld“: Damit können die Kunden in über 100 Einzelhandelsgeschäften in Nordbayern kostenfrei Bargeld vom Girokonto per Smartphone abheben – und zwar ohne Mindesteinkaufswert. Und die Bank gewährleistet ihren Mitgliedern eine einfache, kostenlose Bargeldversorgung in ihrem direkten Umfeld – ein elementares Kundenbedürfnis in der heutigen Zeit!

Digitaler Anlageassistent mit großem Potenzial

Mit dem automatisierten Anlageassistenten „MeinInvest“ hat die Genossenschaftsbank nun ein weiteres Mal ihre Innovationskraft unter Beweis gestellt. Denn die Sparda-Bank Nürnberg ist bundesweit die erste Sparda-Bank, die auf einen digitalen Vermögensverwalter setzt. Die Entscheidung zu diesem Schritt wurde deshalb getroffen, weil wir in „MeinInvest“ ein großes Potenzial sehen und sicher sind,

dass die Kunden das Angebot nutzen werden.

Prognosen zeigen, dass künftig etwa zehn Prozent der Sparer auf solche digitalen Instrumente zurückgreifen werden. Aktuelle Studien unterstreichen diese Einschätzung: Laut der internationalen Managementberatung „Bain & Company“ soll sich der Marktanteil digitaler Vermögensverwalter, sogenannter Robo Advisors, bis zum Jahr 2020 verzehn- oder sogar verzweifachen. Im gleichen Jahr dürften schätzungsweise bereits fünf Prozent des verwalteten Vermögens automatisiert erfolgen.

Die Gründe liegen laut „Bain & Company“ auf der Hand: Die verschärften regulatorischen Vorgaben wie zum Beispiel die EU-Richtlinie MiFID II werden das Geschäft mit den passiven Produkten und der digitalisierten Vermögensverwaltung befeuern.

Experten erwarten, dass der potenzielle Markt für Robo Advice bis 2025 weltweit ein Volumen von rund 10 bis sogar 30 Billionen US-Dollar erreichen kann. In der Europäischen Union zählt Deutschland neben Großbritannien zu den wichtigsten Robo-Advisor-Standorten.

Das Kundeninteresse wächst

Doch auch auf Kundenseite wächst das Interesse an der automatisierten Online-Beratung: Eine repräsentative Befragung „Privatkundengeschäft der Zukunft“ der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Pricewaterhouse-Coopers hat ergeben, dass die Mehrheit der Deutschen offen ist für neuartige Finanztools wie Robo Advisors. Zeitgleich möchten 81 Prozent diese Dienstleistungen lieber bei der eigenen Bank als bei einem Finanz-Startup in Anspruch nehmen. Ein Trend, den die Sparda-Bank Nürnberg als Pionier im digitalen Finanzsektor mitgestalten möchte!

Mit „MeinInvest“ kann jeder Kunde selbst zum Finanzmanager werden und per PC, Smartphone oder Tablet seine optimale Geldanlage finden oder sein Portfolio managen. Die innovative Robo-Advice-Lösung bietet eine einfache, sichere und professionelle Vermögensverwaltung für alle.

Realisiert wurde „MeinInvest“ in Kooperation mit dem Fintech Visual Vest sowie der Union Investment. Zugrunde liegt eine hochmoderne Technologie: Die Algorithmen der Software definieren unterschiedliche Schritte, mit denen jeweils eine mathematische Frage gelöst werden kann.

Die Algorithmen basieren dabei auf passiven Investitions- und Diversifikationsstrategien.

Komplexe Algorithmen – einfacher digitaler Abschluss

So komplex die Algorithmen sind – so einfach ist der Weg zum digitalen Abschluss. Am Anfang steht das Anleger-Screening: Der Sparer gibt elementare Rahmendaten wie den frei verfügbaren monatlichen Sparbetrag, seine Sparziele und den gewünschten Zeitraum vor. Dann führt das Programm ihn automatisch durch einen umfangreichen Fragebogen. Zum Beispiel wird ermittelt, ob der User schon Erfahrungen mit Investmentfonds und der Vermögensverwaltung von Geldanlagen hat, wie hoch die Risikobereitschaft ist oder wie es um die Renditeerfahrung steht.

Eine zentrale Rolle spielen dabei die sogenannten „Risikofragen“. Sie sollen helfen, die Risikoneigung des Kunden zu verstehen und festzustellen. Ein Kunde kann beispielsweise dazu neigen, Risiken möglichst zu vermeiden, während ein anderer bereit ist, sein Geld riskanter anzulegen.

Die Feststellung der Risikoneigung ist wichtig, da die Anlagestrategie auf Basis dieser Antworten ermittelt wird. So wird „MeinInvest“ einem risikoscheuen Interessenten ein sichereres, aber renditeschwächeres Portfolio vorschlagen, einem risikoaffinen Anleger hingegen ein riskanteres, aber renditestärkeres Portfolio.

Die Risikoneigung lässt sich in mehrere Risikoklassen einordnen. Den einzelnen Risikoklassen werden schließlich unterschiedliche Portfolios zugeordnet, die zum ermittelten Anlegerprofil passt. Als Ergänzung werden die Kundenvorstellungen mit schematischen, fiktiven Anlagestrategien abgeglichen (zum Beispiel „ertragsorientierter Vermögenszuwachs mit Kursgewinnen und ausgewogenen Risiken“).

Auf Basis dieser Angaben ermittelt „MeinInvest“ den individuellen Anlagetyp und die passende Asset Allokation. Am Ende des automatisierten Prozesses steht eine auf die Kundenbedürfnisse und -kenntnisse abgestimmte Strategie – mit Anlagebestandteilen von der klassischen Anleihe bis hin zum Aktienfonds.

Anschaulich und transparent kann sich der Anleger auf einen Blick noch einmal informieren, welche überdurchschnittlichen, wahrscheinlichen und unwahrscheinlichen Entwicklungen prognostiziert werden, wie sich die Anlageaufteilung gestaltet und wie das Angebot bezüglich Risiko und Rendite eingeordnet werden kann. Selbstverständlich sind auch hier noch manuelle Anpassungen möglich. Wer sich dann entschieden hat, schließt einfach und bequem online ab – egal, wo man sich ge-

rade befindet und welches mobile Endgerät man benutzt.

Attraktiv für alle Kunden

Das Robo-Advice-Angebot ist bewusst niedrigschwellig angesetzt: Schon ab 25 Euro monatlich beziehungsweise 500 Euro Einmal-Anlage kann ein Kunde selbst zum Finanzmanager werden.

Diese niedrige Hürde, die hohen Sicherheitsstandards und die einfache Bedienung machen „MeinInvest“ attraktiv für alle Kunden – wobei die ersten Erfahrungswerte seit der Einführung im September 2017 zeigen, dass die technikaffinen Millennials, also die Kunden im Alter von 24 bis 35 Jahren, hier sicherlich die geringsten Vorbehalte gegenüber dem digitalen Anlage-Assistenten haben und somit

wahrscheinlich eine Vorreiterrolle übernehmen werden.

Auch an dieser Stelle steht der Gemeinschaftsgedanke im Vordergrund: Über die Sparda-Community können die Mitglieder der Genossenschaft Erfahrungen mit „MeinInvest“ austauschen und sich gegenseitig Hilfestellung bieten.

Und natürlich hat der Kunde auch weiterhin die Möglichkeit, seine Geldanlage auf dem klassischen Weg über seinen Bankberater in der Filiale abzuschließen. Denn eines ist für die Sparda-Bank Nürnberg auch bei dieser digitalen Innovation entscheidend: Die Genossenschaftsbank versteht „MeinInvest“ nicht als Ersatz, sondern als sinnvolle, zeitgemäße Ergänzung zur klassischen, persönlichen Beratung. Am Ende entscheidet – wie immer – der Kunde! ■

foconis-ZAK[®]

Das Kontrollprozess-System.

Der Marktführer.



Nebenwirkungen: in allen bisher bekannten Anwendungsfällen konnten akute und nachhaltige Steigerung der Datenqualität (DQM), automatisierte Wertpapierkontrolle (WP2), deutliche Senkung der Fehlerquoten in den nach MiFID II kontrollrelevanten Bereichen, vereinzelt Auftreten sensibler Hinweise aus der automatisierten WpHG-Compliance-Kontrolle sowie verstärkte Anfälle vertriebssteigernder Maßnahmen und Methoden festgestellt werden!

Bei über 400 Instituten im Einsatz
Details: www.foconis.de/zak

foconis

Gottfried-Hagen-Straße 2
51105 Köln

Tel.: +49 221 830995-260
E-Mail: info@foconis.de