TME Institut | Institut für Vertrieb und Transformationsmanagement e.V.

Innovative Geschäftsmodelle im Banking

Wie branchenfremde Unternehmen Banking neu erfinden: Teil IV - Finanzieren

Mit innovativen Produkten drängen neue Anbieter in den Kreditmarkt und verstärken den anhaltenden Trend vom konventionellen Kreditgeschäft hin zu innovativen Finanzierungsmöglichkeiten. Das traditionelle Angebot klassischer Universalbanken im konventionellen Kreditgeschäft muss sich in einem zunehmenden Wettbewerb neu behaupten. Ausgewählte innovative Finanzierungsformen und deren Funktionsweise werden im Folgenden näher vorgestellt.

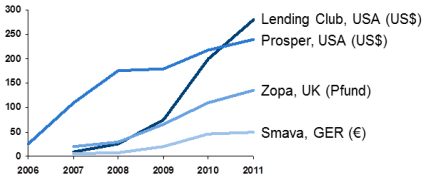
Der deutsche Kreditmarkt befindet sich derzeit im Wandel. Der Trend hin zum Online Kredit steht weltweit vor dem Durchbruch. Aufbauend auf diesem Trend entwickeln sich alternative Finanzierungsmöglichkeiten. Die Treiber des Erfolgs dieser Finanzierungsmöglichkeiten sind im speziellen die neuen Kreditmarktsegmente Peer-to-Peer (P2P), Peer-to-Business, Social Lending und Family and Friends.

Das Konzept all dieser Modelle ist simpel: Finanzierung ohne Finanzintermediär. Die Finanzierung erfolgt unmittelbar zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber. Dadurch werden insbesondere auch Kreditnehmer mit Liquidität versorgt, die im klassischen Kreditvergabeprozess keine Finanzierung erhalten.

Seit dem Start am Anfang des 21. Jahrhunderts entwickeln sich diese Geschäftsmodelle aus dem Nischendasein heraus und stellen mittlerweile eine echte Alternative zu klassischen Kreditprodukten dar.

Allein das Kreditvolumen der größten P2P-Kreditplattformen weltweit hat sich nach Berechnungen des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung in Berlin seit Markteintritt (2004 & 2007) mehr als verzehnfacht.

Entwicklung der Kreditvolumina ausgewählter P2P-Kreditplattformen (in Mio.)

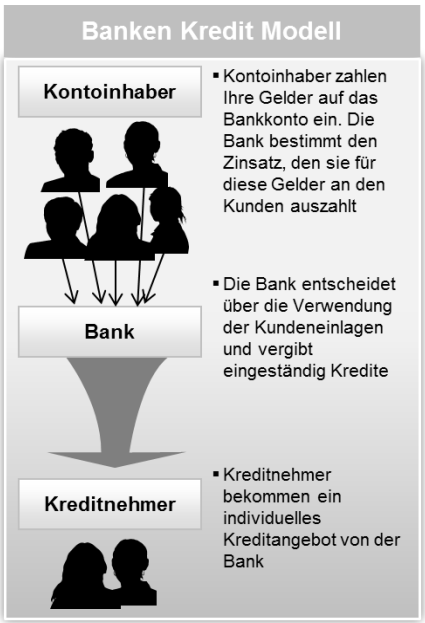


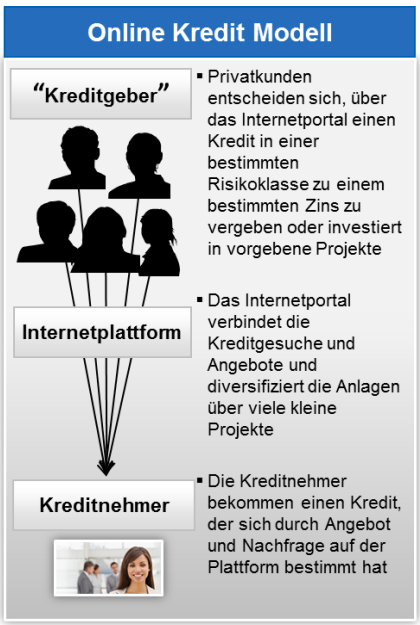
Quelle: Prosper, Lending Club, Smava, Zopa, Berechnungen des DIW Berlin

P2P, die neue Art der Kreditvergabe.

Bei diesen sogenannten Peer-to-Peer-Krediten besteht eine unmittelbare Kreditbeziehung zwischen den Parteien. Anderes als bei der klassischen Kreditvergabe investiert der Anleger direkt in den von ihm ausgewählten Kreditgeber. Neben der reinen Vermittlung des Kredites prüfen die meisten P2P-Handelsplattformen vorab die Bonität des potentiellen Kreditnehmer und stufen ihn anhand des Ergebnisses in die verschiedenen Risikoklassen ein. Dabei fließen die Zahlungsströme direkt oder über die P2P-Plattform zwischen den Kreditpartnern ohne von Banken vergeben zu werden. Im Vergleich zu klassischen Bankkrediten ist die Laufzeit von P2P-Krediten in der Regel kurz und die vergebenen Summen geringer. Das Risiko wird dabei direkt vom Anleger getragen. Die Rückführung solcher Kredite erfolgt in vereinbarten monatlichen Raten.

Die Plattformen unterscheiden sich meist in den Rahmenbedingungen wie





mindest- und maximale Investitionssumme sowie im Vergabeprozess (Auktion, Festgelegter Zins).

smava
Ihr Kredit ist da.

Smava ist Deutschlands erster und größter Kreditmarktplatz und hat seit 2007 insgesamt 65 Mio. € Kreditvolumen vermittelt (ca. 45 % Geschäftskredite). Aktuell nutzen 10.000 Anleger und 3.000 Kreditnehmer das Angebot. Auf dem Kreditmarktplatz können Kunden kostenfrei Kreditanfragen erstellen und Angebote unterschiedlicher Kreditanbieter sowie Privatanleger erhalten. Der Zinssatz ergibt sich durch Angebot und Nachfrage und wird zwischen den Kreditnehmern und Anlegern direkt ausgehandelt. Hierzu dient eine spezielle Risikoanalyse, die unter anderem Auskünfte über die Kreditwürdigkeit das Kreditausfallrisiko liefert. Ca. 50 % der Kreditanfragen werden abgelehnt und die Kredit-Ausfallrate liegt bei 4-5 %. Für den Geldtransfer kooperiert Smava mit der Fidor Bank. Neu ist eine Vertriebskooperation für P2P-Kredite mit Cortal Consors.

Die Vorteile von P2P-Krediten sind die Diskretion, die Schnelligkeit und die meist günstigen Konditionen zu denen sie angeboten und vergeben werden bzw. werden können. Die P2P-Anbieter sind in der Lage Banken mithilfe von günstigeren Transaktionskosten im webbasierten Kreditvergabeprozess systematisch zu unterbieten.

Um nicht vom Markt verdrängt zu werden streben die ersten Banken Kooperationen mit den neuen Kreditanbietern an. Kreditinteressenten können auf der Plattform Smava mittlerweile zwischen einer Finanzierung durch private Anleger oder Privatbanken (INGDiba, Targobank, Postbank) wählen. Dabei profitieren sowohl Smava, - durch die Erweiterung des Produktportfolios - der Kunde - durch bessern Vergleich der Konditionen- als auch die Banken -die somit einen neuen Vertriebskanal für ihre Kreditprodukte nutzen können.

Family and Friends

Family and Friends Kredite sind P2P-Kredite bei denen sich Kreditnehmer und Kreditgeber bereits kennen. Zentral ist hier nicht die Vermittlung eines Kredits sondern die Zusammenarbeit und die professionelle Unterstützung der Plattform, die eine formellen Abwicklung eines Kredites unterstützt. Der Service reicht von automatischer Rechnungsstellung und Einzug bis hin zu Beratungstätigkeiten. (Bsp: zimple money, prosper und 40billion)

Peer-to-Business

Auf diesen projektspezifischen Handelsplattformen können Kreditsuchende für konkrete Projekte und Geschäftsideen werben und nach Investoren suchen. Potenzielle Kreditgeber haben die Möglichkeit direkt in für sie interessante und unterstützenswerte Projekte oder Start-ups zu investieren. Im Gegenzug erhalten die Investoren Beteiligungen am Projekt bzw. Start-up (Bsp. Funding Cycle, Kickstarter).

Funding Circle
Better for business, better for investors, better all round.

Funding Circle wurde 2010 in den UK gegründet und hat bis April 2012 über 1.000 Kredite mit insgesamt 68 Mio. £ finanziert. Auf der Plattform erstellen Kleinunternehmen und Selbstständige ein Online-Projekt, welches dann in einer Auktion bei Funding Circle für potentielle Kreditgeber freigegeben wird. Die Gebote mit den geringsten Zinsen gewinnen die Auktion und finanzieren in kleinen Teilen gemeinsam den Kredit. Die Projekte werden von Funding Circle nach einem speziell entwickelten Ratingsystem (A-C) bewertet. Kreditgeber können den Kredit auf der Plattform auch an andere Investoren verkaufen. Zudem gibt es auch Investoren Meetings, in denen Investoren über Ihre Erfahrungen berichten

Social Lending

Beim Social Lending werden Kredite vornehmlich an Kleinunternehmer in Entwicklungsländern vergeben. Der Fokus bei diesem Modell liegt nicht auf Gewinnerzielung sondern auf die Unterstützung der Arbeit des Kreditnehmers aus wohltätigen Motiven. Die Vergabe der Kredite erfolgt über örtliche Mikrokredit-Institutionen oder Online-Auktionen an Kleinunternehmen. Die Kredite selbst werden auf einer Plattform zur Finanzierung angeboten. Kiva startete 2005 in den USA als Non-Profit-Unternehmen das Geschäft der Mikrokreditplattform und konnte bis zum Jahr 2014 ein Kreditvolumen von über 500 Mio. $[1] vermitteln.

Unternehmenskredite

Zudem steigen Großunternehmen wie Google (siehe Seite 3), Paypal und Amazon in den Kreditvergabeprozess ein. Google gewährt Kunden die bei ihnen Werben wollen Kredite. Amazon verfolgt ein ähnliches Konzept und vergibt Kredite an unabhängigen Händlern die ihr Geschäft über Amazon abwickeln. Dabei steht weniger das Ziel mit Zinsen der Kundenkredite Geld zu verdienen im Fokus, sondern die Kunden langfristig an sich zu binden.

Rechtslage

Für die gewerbliche Kreditvergabe wird in Deutschland grundsätzlich eine Banklizenz benötigt. Damit sind gesetzliche Bedingungen verbunden, welche dem Gläubigerschutz und der Liquiditätssicherung dienen. In der aktuellen Rechtsprechung ist unklar, inwiefern die

[1] http://www.kiva.org/about/stats

neuen Geschäftsmodelle im Bereich „Finanzieren“ eine Banklizenz benötigen. Die mit einer Banklizenz verbunden Kosten stehen im Widerspruch zur agilen, innovativen Ausrichtung von Start-Ups mit geringer Kapitaldeckung.

Seit Oktober 2012 vergibt der US-Konzern Google in UK Kredite an Unternehmen, die Werbung auf den Internetseiten der Suchmaschine schalten. Kunden von AdWords, dem Werbeangebot von Google, können ihre Werbung künftig mit einer entsprechenden Geschäftskreditkarte bezahlen. Hiermit will Google vor allem kleine Unternehmen ansprechen, die Schwierigkeiten haben an Bankkredite zu kommen. Google vergibt Darlehen bis zu 100.000 US$, wenn der Kreditnehmer über den Dienst "Adwords" Werbung bei Google schaltet. Bei diesem Dienst werden Anzeigen eingeblendet, die zu den eingegebenen Suchbegriffen passen. In Großbritannien wickelt Google das Kreditprogramm mit Hilfe der Bank Barclays ab.

Die Marktführer Smava und Auxmoney haben bereits auf diese Rahmenbedingungen reagiert und Banken in den Kreditvermittlungsprozess eingebunden, die als Vertragspartner zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber auftreten. Jedoch nicht in den Prozess der Kreditvergabe eingreifen.

Fazit

Bisher besetzten alternative Finanzierungsmodelle vorallem Nischen, welche Banken nicht bedienen konnten. Auf diese Weise wurde vorwiegend Kreditnehmern, die im traditionellen Markt keine Finanzierungsmöglichkeit erhalten konnten, die Möglichkeit zur Finanzierung gegeben. Aktuell entwickeln sich neue Anbieter aus der Nische heraus und können einem erweiterten Spektrum von Kreditnehmer alternative Finanzierungsmöglichkeiten bieten. Der Gewinn erster Marktanteile im klassischen Kreditmarkt ist die Folge. Besonders die systematische Ausweitung des Angebots neuer Anbieter stellt eine zunehmende Herausforderung für Universalbanken mit klassischem Kreditgeschäft dar. Das erhöhte Bemühen mancher Banken, strategische Kooperationen einzugehen zeigt, das Zukunftspotential und verdeutlicht das neue Anbieter alternativer Finanzierungen als Konkurrenten im Kreditmarkt wahrgenommen werden. Banken haben aktuell die Chance zu reagieren und den Trend für sich durch Kooperationen, Anpassungen der Kreditprodukte oder sogar zur Etablierung eigener Lösungen für zu nutzen.

Autoren

Stefan Roßbach ist Director in der TME AG einer spezialisierten Strategie- und Management-Beratung für die Financial Services-Industrie. Er verantwortet dort die Bereiche Vertriebsmanagement und Mobile Banking. Er ist Vorstandsmitglied des TME Institutes für Vertrieb und Transformationsmanagement e.V.

Stefan Bachinger ist Senior Consultant in der TME AG. Seine Themenschwerpunkte umfassen Kreditrisikomanagement, Rechnungs- und Berichtswesen sowie innovative Geschäftsmodelle im Banking.

Florian Geier ist Associate Consultant in der TME AG und hat sich auf die Themen Mobile Payments und innovative Geschäftsmodelle im Bereich Banking spezialisiert

Das TME Institut für Vertrieb und Transformationsmanagement e.V.

Das TME Institut ist eine Plattform für Forschung und Entwicklung und spezialisiert auf Vertrieb und Transformationsmanagement in den Bereichen Finanzdienstleistungen und Real Estate Management.Der zunehmende Mitgestaltungsanspruch heutiger Kunden zeigt die Bedeutung der Weiterentwicklung von kundenzentrierten Vertriebsmodellen. Entscheidend für den Erfolg bei der Neuausrichtung des Vertriebs im Banking ist die Transformation in ein ganzheitlich am Kunden ausgerichtetes Geschäftsmodell. Dies gilt auch im Bereich Real Estate, indem wachsende Ansprüche an eine umfassende und wertorientierte Nutzung der Immobilie – insbesondere durch institutionelle Investoren – in ein effizientes Geschäftsmodell zu transformieren sind. Das TME Institut positioniert sich hierbei als führendes Netzwerk zur Verzahnung der Erkenntnisse aus universitärer Forschung mit "Best Practices" sowie etablierten Beratungsmethoden aus den beiden Branchen.

Ziel des TME Instituts ist die Entwicklung von Anwendungsmodellen und Lösungsansätze für konkrete Fragestellungen aus der Praxis. Diese werden über uns publiziert und in künftigen Veranstaltungen vorgestellt und diskutiert.

Das TME Institut wurde im Dezember 2011 in Bad Soden gemeinsam von Branchenexperten und erfahrenen Beratern aus den Bereichen Banken - und Real Estate gegründet.

TME Institut
für Vertrieb und Transformationsmanagement e.V.
Am Carlusbaum 1 – 5
65812 Bad Soden am Taunus
Telefon: +49 (0)69 7191 309 – 0
Fax: +49 (0)69 7191 309 – 30
E-Mail: kontakt@tme-institut.de

Weiterführende Publikationen

Innovative Geschäftsmodelle im Banking

Weltweit entstehen zurzeit neue Banking-Geschäftsmodelle in den Kategorien Bezahlen, Anlegen, Verwalten und Finanzieren. Diese meist von **branchenfremden** Anbietern vorangetriebenen Lösungen, zeigen Banken die strategische Notwendigkeit auf, selbst aktiv zu werden, Handlungsfelder zu erkennen und eigene mobile Lösungen anzubieten, um die direkte Kundenbeziehung zu sichern.

Teil I – Bezahlen

Die Vielzahl neuer kontaktloser Bezahlverfahren werfen bei Verbrauchern sowie dem Handel neue Fragen auf. Welche Anbieter und Technologien gibt es? Wo kann ich wie zahlen? Was sind Vorteile und Nachteile? Teil I der Serie Innovative Geschäftsmodelle im Banking adressiert genau diese Fragen und gibt einen Überblick über die aktuelle Entwicklung neuer Bezahlmöglichkeiten sowie deren Einsatzmöglichkeiten.

Teil II – Anlegen

Im aktuellen Marktgeschehen – verunsicherte Märkte und niedrige Zinsen – sind Anleger auf der Suche nach alternativen Anlagemöglichkeiten. Passend hierzu entstehen zunehmend Geschäftsmodelle, die das Geschäftsfeld „Anlegen" neu denken und in den Wettbewerb mit traditionellen Banken treten. Im Vordergrund steht dabei die direkte Einbindung der Anleger in die Investitionsgestaltung. Die Angebote reichen von Crowdinvesting, Crowdsponsoring über Trading hin zu Community Banking. Im Folgenden wird ein Marktüberblick gegeben, der Mehrwert für den Kunden und Anbieter erörtert, sowie die Funktionsweise der unterschiedlichen Anlageformen vorgestellt

Teil III – Verwalten

Ein passendes Online Banking Angebot zum Girokonto gehört mittlerweile zum Standardangebot aller Banken in Deutschland. Um die ungenutzten Potentiale im online Bereich weiter auszubauen, entdecken immer mehr Anbieter die digitale Informationsverarbeitung des Personal Finance Management (PFM). Dieses soll den Kunden bei der persönlichen Budget- und Finanzplanung unterstützen und Kontoumsätze in Echtzeit grafisch auswerten. Im Folgenden wird der Mehrwert für den Kunden und den Anbieter untersucht, die Geschäftsmodelle vorgestellt und Aspekte zur Sicherheit und Technik beleuchtet.