

Pressemitteilung | TME AG | 22.10.2018

## Robo Advisor: Noch viel zu tun

Potenzial für automatisierte Vermögensverwaltung und -beratung wird bisher nicht ausgeschöpft

**FRANKFURT am Main / Wien: Robo Advisor versprechen viel, doch die ursprüngliche Euphorie ist einer gewissen Ernüchterung gewichen. Die automatisierte Beratung, Anlage und Verwaltung von Vermögen bietet längst nicht das, was sie bieten könnte. Zu diesem Schluss kommen die TME AG aus Frankfurt/Main und die Growth Ninjas GmbH aus Wien in einem gemeinsamen Whitepaper.**

Wenn man die Medienpräsenz von Robo Advisor mit deren tatsächlicher Relevanz vergleicht, liegt die Frage „Viel Lärm um nichts?“ nahe. Dabei gäbe es laut einer Studie des Bundesfinanzministeriums alleine in Deutschland für diese Dienstleistung ein „Potenzial“ von über 1 Billion EUR. Gemessen daran liegt der Marktanteil, mit einem Volumen von etwas über 2 Milliarden Euro Assets under Management, weit unter 1 Prozent. Das Potenzial ist somit nicht annähernd ausgeschöpft. Zudem vereint mit Scalable, Kooperationspartner der ING-Diba, derzeit ein einziger der rund 30 Anbieter in Deutschland ca. die Hälfte aller von Robo Advisor verwalteten Gelder auf sich. „Hier haben wir ein gutes Beispiel für eine funktionierende Zusammenarbeit zwischen Bank und FinTech, von der auch der Endnutzer profitiert“, sagt Holger Boschke, Senior Advisor der TME AG. „Eine echte Win-Win Lösung, die sich so jedoch nicht ohne weiteres replizieren lässt.“

Bei den meisten anderen Robo-Advisor-Anbietern ist der Zuspruch der Kunden bisher noch weit hinter den Erwartungen zurückgeblieben. Schaut man genauer hin, erkenne man als Ursachen Defizite sowohl bei der strategischen als auch bei der operativen Ausrichtung, so Stefan Greunz, Managing Partner Growth Ninjas GmbH.

### Hybrid, holistisch und individuell

Sollte man also Robo Advisor daher abschreiben? Nein, lautet die Antwort der Autoren. Denn durch eine sinnvolle Kombination von Technik und persönlicher Beratung lasse sich gerade beim Onboarding noch vieles verbessern. Derartige Vertriebsansätze könnten aber nur dann nachhaltig erfolgreich sein, wenn für Kunden dadurch auch tatsächlich Mehrwerte generiert würden. Neue Angebote müssten daher nicht nur hybrid, sondern auch holistisch und individuell ausgestaltet sein.

### Banken haben eine gute Ausgangsposition

Trotz aller Unkenrufe verfügen Banken in diesem Wettbewerbsumfeld über eine vergleichsweise gute Ausgangsposition. Nicht nur weil die etablierten Kreditinstitute eine breite Kundenbasis haben, sondern auch aufgrund der großen Angebotstiefe, könnten sie sich eine gute Position im Rennen um neue Robo-Advisory-Kunden verschaffen. Hinzu kommt, dass viele FinTechs inzwischen auch Kooperationen und dezidierte B2B-Lösungen anbieten. Aber auch die sind kein Allheilmittel, wenn keine hinreichend klare Positionierung und Abgrenzung zum Wettbewerb erfolgt.

### Analyse vor Implementierung

Jeder Robo-Anbieter müsse unter Berücksichtigung seiner spezifischen Rahmenbedingungen entscheiden, welchen Weg er gehen wolle, so die TME und Growth Ninjas. Zu berücksichtigen seien dabei nicht nur Kosten-Nutzen-Aspekte, wie die Aufwände für eine neue IT oder aber die Kosten für die Anbindung potentieller Kooperationspartner. Auch funktionale Aspekte aus Kunden- und Beratersicht sowie die Vernetzung mit anderen Ökosystemen beziehungsweise Plattformen, um Kunden ein optimales Käuferlebnis im digitalen Umfeld zu bieten, spielten eine große Rolle.

Robo Advice, so die Autoren, werde sich weiterentwickeln und letztlich für Kunden noch attraktiver sein. Das Beispiel zeige zwar, dass auch technologische Innovationen nicht immer linear verlaufen, es demonstriere aber auch, wie schnell sie sich entwickeln und bei Bedarf an Marktgegebenheiten anpassen. Daher sei es absehbar, dass sich der Wettbewerb der FinTechs mit den Banken und der zwischen den Banken weiter verschärfen werde. Auch größere Vermögensverwalter und Asset Manager dürften das Thema Robo Advice für sich entdecken. „Inzwischen geht es insbesondere auch darum, einen Platz im Digitalen Ökosystem des Kunden zu besetzen. Geschieht das nicht frühzeitig, werden andere Anbieter diesen Platz übernehmen“, lautet Boschkes Fazit.

### **Über TME**

*Die TME AG – mit Sitz in Frankfurt Main – ist eine Unternehmensberatung für Financial Services, die auf Digital Banking, Risk & Regulatory sowie Transformation Management spezialisiert ist. Das Team ist entlang der gesamten Wertschöpfungskette aktiv – von der Konzeption über die Transformation bis zur Umsetzung, insbesondere für digitale Geschäftsmodelle und deren regulatorischen Anforderungen. Zu den Kunden zählen Banken und Versicherungen, aber auch FinTechs sowie Unternehmen aus der Digitalbranche.*

#### **Pressekontakt:**

TME AG  
Hamburger Allee 26-28  
60486 Frankfurt am Main

Herr Stephan A. Paxmann/Herr Stefan Roßbach  
Tel.: 069 7191309-0  
E-Mail: kontakt@tme.de

#### **Versand:**

Fröhlich PR GmbH i. A. der TME AG  
Alexanderstraße 14  
95444 Bayreuth

Frau Siynet Spangenberg  
Tel.: 0921 75935-53  
E-Mail: s.spangenberg@froehlich-pr.de

Eingetragen beim Amtsgericht Bayreuth, HRB 1994  
Geschäftsführer: Hans-Jochen Fröhlich