

Finanzprodukte nach Maß

NOAH Conference zeigt Trends zur Individualisierung und zu Komplettpaketen

BERLIN. Individueller und komfortabler: Die Finanzwelt nutzt die neuen Technologien, um ihr Angebot kundenorientierter zu gestalten. Wie genau das aussehen wird, darüber diskutierten Banken und FinTechs auf der NOAH Conference, einer der europaweit wichtigsten Konferenzen für Entscheider aus der digitalen Wirtschaft. Für zwei Tage war das Berliner Tempodrom Treffpunkt von etablierten Kreditinstituten genauso wie von Startups, Investoren und anderen Akteuren der Finanzbranche. Ausgetauscht hat man sich im Einzelnen über die Personalisierung der Produktangebote, die Trends der Finanztechnologien sowie die Herausforderungen, die sich trotz Investitionsbereitschaft bei Kooperationsverhandlungen ergeben.

Rund 4.000 Besucher ließen sich das Megaevent nicht entgehen. Ihnen wurden 19 Fachvorträge, 110 Firmenpräsentationen, 74 Pitches von Startups und 2 Paneldiskussionen geboten. „Die Dynamik der Entwicklung ist ungebrochen“, sagt Kirill Babich von der TME AG, einer der führenden Unternehmensberatungen für Digital Banking. Im Finanzsektor führe derzeit die Digitalisierung zu disruptiven Veränderungen, an der neben den neuen Playern zunehmend auch die Old Economy beteiligt ist. Statt miteinander zu konkurrieren, arbeiten laut Babich traditionelle Finanzdienstleister und Newcomer mittlerweile in verschiedener Form erfolgreich zusammen. Das aktuellste Beispiel ist die strategische Beteiligung von BlackRock an Scalable Capital. „Beide Seiten profitieren davon. Die einen vom Innovationspotenzial der FinTechs, die anderen vom breiten Kundenstamm und den finanziellen Ressourcen der Großen.“ Jedoch ist der Weg zu einer solchen Kooperation oft langwierig, mit vielen Herausforderungen verbunden und wird oftmals von beiden Seiten unterschätzt. Die Prüfung der Risiken, andauernde Due Diligence Prozesse sowie die Auswahl des richtigen Kooperationspartners sorgen nicht selten für Verzögerungen bei Verhandlungen und erschweren den Weg zur langersehnten Zusammenarbeit. Die Investitionsbereitschaft etablierter Unternehmen und der Risikokapitalgeber zeigt sich u. a. am Beispiel von Check24. Diese haben einen Investment Fond in Höhe von 60 Millionen Euro aufgelegt, der sich vor allem auf FinTech-Investitionen fokussieren soll. Die NOAH sei in jedem Fall eine optimale Möglichkeit gemeinsame Kooperationsmodelle auszuloten.

Haupt-Nutznieser sei der Kunde, betont Babich. Zum einen dürfe er auf seine Bedürfnisse passende Angebote erwarten, wie dies z. B. bereits bei Investify, das dem Kunden maßgeschneiderte Anlagestrategien anbietet, zu sehen ist. Dafür nutzen die Unternehmen zunehmend viele neue Technologien. Insbesondere wird heute das Verhalten der Kunden mit Hilfe maschinellen Lernens effizient ausgewertet und die Anwendung künstlicher Intelligenz optimiert viele Prozesse. Zum anderen wachsen die so genannten digitalen Ökosysteme. „Das sind die Beziehungsgeflechte zwischen Kunden, Banken und Drittanbietern, die dank der Kooperationen entstehen“, erläutert Babich. Auch hier gilt: Vorteil Kunde! Denn dieser wünscht sich häufig, all seine Wünsche in puncto Finanzen mit nur einem Ansprechpartner erfüllen zu können.

Inhaltlich lag der Fokus auf der NOAH vor allem auf FinTechs und Payments mit den bereits etablierten Anbietern wie u. a. Adyen, Stripe, N26 und SumUp. Letzteres Unternehmen hat zum ersten Mal den Break-Even erreicht und wird bis auf Weiteres (zumindest bis 2019) kein zusätzliches Fremdkapital aufnehmen. Weitere Kernthemen waren Business-to-Business-Lösungen und Software as a Service (SaaS) als Teilbereich des Cloud Computing. In diesem Bereich haben u. a. Cloudflare und Zendesk ihren Service auf der NOAH präsentiert. Blockchain hat an Fahrt aufgenommen, werde aber noch zu wenig verstanden, resümiert Babich den Grundtenor auf der Noah. Bitcoins seien noch nicht wirklich verbreitet, während Chatbots, also textbasierte Dialogsysteme, sowohl bei FinTechs als auch bei Banken im Trend liegen. Mit ihnen wollen einige Anbieter einen Teil der Kundenanfragen automatisiert erledigen lassen. Aktuell entstehen zudem einige Startups, die es dem Kunden ermöglichen werden, seine Stimme für Transaktionen, Überweisungen oder den Nachweis seiner Identität zu verwenden. Babich sieht einen großen Enthusiasmus in der Szene: „Die Zukunft ist digital und deswegen ist nur der erfolgreich, der sich in der digitalen Welt ständig weiterbewegt.“

Über die TME AG

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

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