

Special Online Finanzdienstleistungen

INHALT

Es begann mit dem Telefon

1994 startete mit Züritel der erste Schweizer Direktversicherer. Der Name war Programm. Damals war das Telefon noch die Hauptvertriebschiene der Zurich-Tochter. Heute setzt das Unternehmen unter dem Namen Zurich Connect voll auf die Online-Schiene. Aber im Schadenservice dominiert weiterhin das Telefon. Seite 42

«Hierzulande fehlt der Leidensdruck»

Next Finance Generation Invest sucht Beteiligungen an Finanzfirmen mit innovativen Geschäftsmodellen. Bislang ist das Unternehmen hierzulande nicht fündig geworden. Investmentmanager Marc P. Bernegger erklärt die Gründe. Seite 43

Künftig soll der Kunde mitentscheiden

Die Finanzkrise hat die Kundenbedürfnisse verändert: Viele Kunden wollen heute bei den Anlageprozessen und der Produktgestaltung verstärkt mitreden. Das interaktive Internet macht diese Demokratisierung möglich. Seite 44

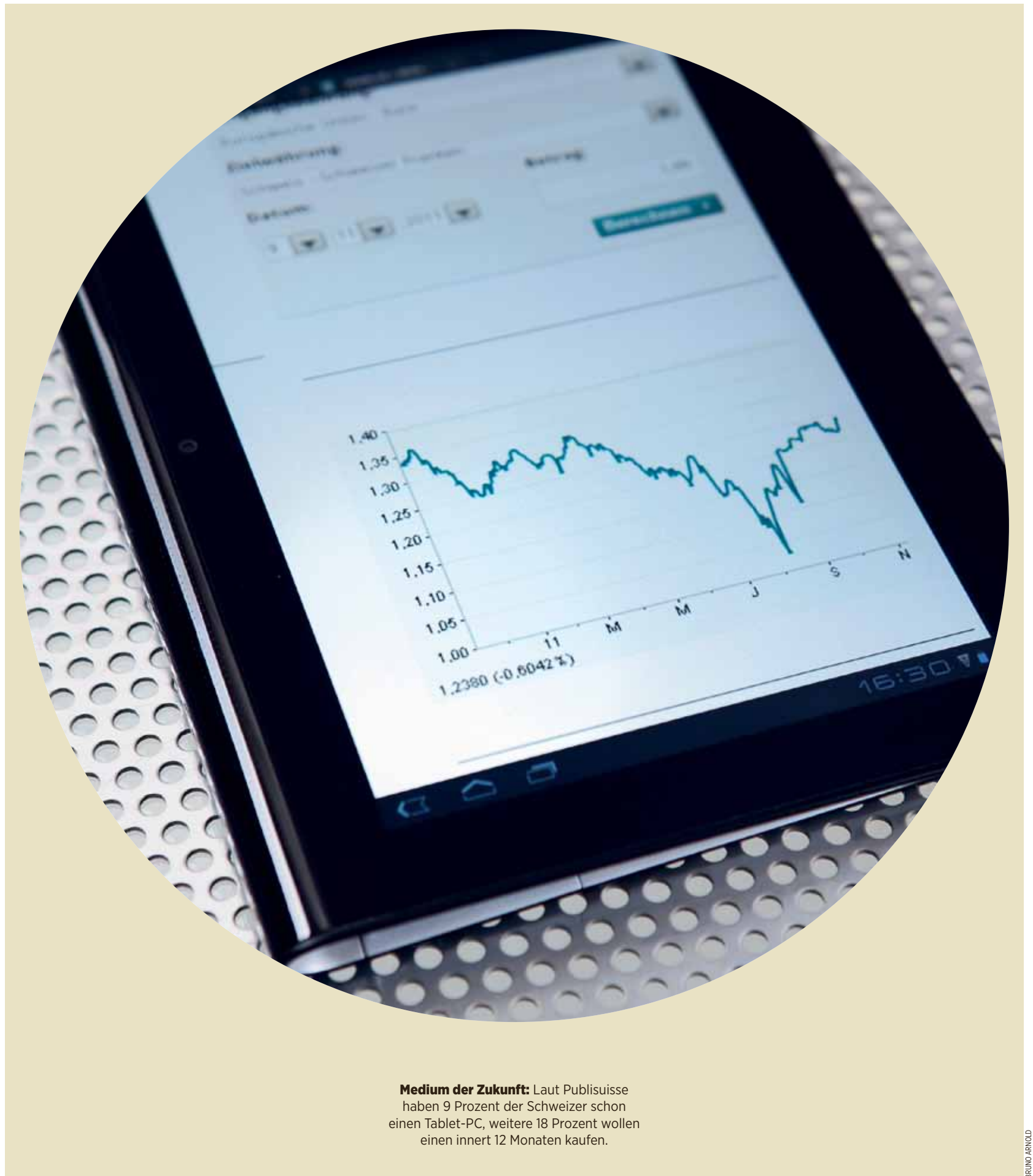
Kaum geklickt, schon bezahlt

Der Normalfall ist heute noch, dass der Kunde eine ausgedruckte Rechnung erhält und diese dann online bezahlt. Immerhin 10 Prozent der Rechnungen in der Schweiz werden vollelektronisch abgewickelt – mit steigender Tendenz. Seite 45

Sicherheit ist ein heikler Balanceakt

Sicherheit und Kundenfreundlichkeit stehen im Widerstreit. Der Anteil der Schweizer, die wegen Sicherheitsbedenken auf E-Banking verzichten, sank von 2010 auf 2011 von 30 auf 19 Prozent. Umgekehrt, so eine Umfrage der Hochschule Luzern, Infosurance und Coopzeitung, verdoppelte sich der Anteil jener, die E-Banking zu kompliziert finden, auf 12 Prozent. Seite 46

VERANTWORTLICH FÜR DIESEN SPECIAL:
URS AEBERLI



Medium der Zukunft: Laut Publisuisse haben 9 Prozent der Schweizer schon einen Tablet-PC, weitere 18 Prozent wollen einen innert 12 Monaten kaufen.

BRUNO ARNOLD

FOTO-SERIE

Die Verkäufe von iPads und anderen Tablet-PCs zeigen steil nach oben. Das Fotokonzert dieser Beilage widmet sich diesen Geräten, denn erste Trendsetter wie Citibank bieten neben Online- und Mobile-Banking bereits spezielle Apps für Tablet-Banking.

Fotos: Bruno Arnold



Gefahren der Demokratie

Finance 2.0 Das interaktive Web bietet Raum für kreative Finanzdienstleistungen. Bei aller Euphorie fürs Neue sollten Kunden aber altbekannte Probleme nicht vergessen: Anlegerschutz und Herdenverhalten.

URS AEBERLI

Das Frühjahr lässt auch im virtuellen Raum neue Blüten spriessen. So starten in diesem Frühjahr zwei Schweizer Online-Banken: eny Finance in Windisch, und das Joint Venture der Bank Zwiplus und des Ringier-Finanzportals Cash (siehe Seite 44).

Die Initianten verfolgen dabei konsequent die Philosophie des interaktiven Web 2.0. Demzufolge ist das Internet nicht einfach eine schnelle und kostengünstige Vertriebschiene mit Einbahnverkehr, sondern eine Plattform für echten Kundendialog. Bei eny Finance soll das bis hin zur gemeinsamen Entwicklung neuer Produkte reichen. In

diesem Zusammenhang macht daher das Schlagwort von Internetdemokratie die Runde. Wobei auch etwas anarchische Ideen mitschwingen: Durch direktes soziales Interagieren der Kunden soll sich die Allmacht der Banken brechen lassen. Social Banking statt Investment Banking gewissermassen.

Ein Beispiel liefert die deutsche Internetfirma Ayondo. Auf ihrer Plattform können Private den Anlagestrategien anderer, erfolgreicher privater Trader folgen. Schon Kleinanleger sollen damit an Strategien partizipieren, die die Banken sonst nur millionenschweren Private-Banking-Kunden bieten. Allerdings liegen solche Geschäftsmodelle quer zum regulatorischen Trend. Als Reaktion auf

die Finanzkrise werden nämlich in Europa Anlageberatung und -gefässe immer enger beaufsichtigt. Bei Ayondo dagegen vertraut der Kunde sein Geld einer Privatperson an, die keiner Finanzmarktaufsicht unterstellt ist und die er auch nicht persönlich kennt. Dazu meint Marc P. Bernegger, der als Schweizer Investor an Ayondo beteiligt ist: «Demokratisierung hat mit Masse zu tun, und die Regulierung läuft zwangsläufig ein Stück weit der Demokratie entgegen, weil sie die Masse an Anlagemöglichkeiten einschränkt.»

Statt auf Behörden und Regulatoren vertraut die Internetdemokratie lieber auf das kollektive Wissen ihrer User – man spricht von Schwarmintelligenz.

Zum Beispiel Wikirating.org: Dort kann jedermann eine Bonitätseinschätzung zu Staaten und Firmen abgeben. Die Ergebnisse sollen besser sein als jene der traditionellen Rating-Agenturen S&P, Moody's oder Fitch. Selbst Hedgefonds setzen auf Schwarmintelligenz: Um schneller als die Konkurrenz zu erfahren, was den Markt bewegt, wertet Derwent Capital Social-Media-Kanäle aus.

Web 2.0 und sein Pendant Finance 2.0 bieten viel Raum für kreative Ideen. Anleger sollten aber in diesen Freiräumen den Anlegerschutz nicht vergessen und ihre Intelligenz nicht überschätzen. Schwarmintelligenz kann schnell in dummes Herdenverhalten umschlagen.