

banken magazin

AUS LIECHTENSTEIN | Ausgabe 37/2016

Die Keynote-Speakers
des 9. Liechtensteinischen
Bankentages im Interview:

THE THIRD WAVE OF INNOVATION
Alastair Lukies

THE FUTURE OF FINANCE
Sony Kapoor

4. LGT PRIVATE BANKING REPORT
Nachhaltige Anlagen und FinTech im Vormarsch



LIECHTENSTEINISCHER
BANKENVERBAND

Liechtenstein als global ausgerichteter Finanzplatz im Herzen Europas will Orientierung geben. Die Roadmap 2020 des LBV soll dazu einen wesentlichen Beitrag schaffen und Wegweiser sein. Orientierung ist das Thema, dem sich deshalb auch diese Ausgabe widmet.



© cmfotoworks - Fotolia.com

Impressum

Das BANKENMAGAZIN ist eine Publikation des Liechtensteinischen Bankenverbandes.
V.f.d.I. Simon Tribelhorn, Geschäftsführer
Liechtensteinischer Bankenverband
Austrasse 46, 9490 Vaduz, Fürstentum Liechtenstein
T: +423 230 13 23, F: +423 230 13 24
info@bankenverband.li, www.bankenverband.li



Orientierung geben und Wegweiser sein



Liebe Leserinnen und Leser

In unsicheren Zeiten wie diesen suchen viele Kunden Orientierung und Stabilität. Liechtenstein als global ausgerichteter Finanzplatz will seiner internationalen Kundschaft diese Orientierung geben. Die Roadmap 2020 des Bankenverbandes soll hierfür ein Wegweiser sein. Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind Teil dieser Strategie.

Nachhaltigkeit fängt beim LBV im wahrsten Sinne des Wortes ganz klein an (Seite 16). LBV-Präsident Adolf E. Real orientiert im Interview über bisher Erreichtes, die Erfolge der Roadmap 2015 und neue Herausforderungen (Seite 18). Dass Nachhaltigkeit voll im Trend liegt und auch FinTech als hybrides Modell Zukunft hat, zeigt eine jüngste Studie der LGT (Seiten 24 und 26). Wie die Banken im Rahmen der LIFE Klimastiftung Liechtenstein den Worten bereits Taten folgen lassen, schreibt Steffen Klatt ab Seite 30.

Die zwei international renommierten Top-Referenten des 9. Liechtensteinischen Bankentages Alastair Lukies (Seite 32) und Sony Kapoor (Seite 36) geben Auskunft darüber, wie Finanzsysteme der Zukunft aussehen, welche Innovationen im Bankensektor nötig sind und warum Liechtenstein als Finanzplatz gute Voraussetzungen bietet. Die scheidende Botschafterin in den USA, Claudia Fritsche, erklärt, woran sich ein Kleinstaat orientieren sollte, will er im globalen Geschehen gehört werden (Seite 42).

Dass neben Nachhaltigkeit und Digitalisierung auch das Kundenerlebnis künftig Wachstumstreiber sein wird, zeigt der EY Global Wealth Management Report (Seite 46). Wie stabil der europäische Bankensektor nach der BRRD-Umsetzung sein wird, erklären unsere Experten vom LBV und der EBF (Seite 48). NEUE BANK-Kreditspezialist Cajus Knupp gibt Karrieretipps für die nächste Generation (Seite 52) und Raiffeisen-CEO Alexander Putzer erzählt im Interview, woran er sich in seiner neuen Funktion orientiert. (Seite 54).

Wir wünschen eine vergnügliche Sommerlektüre und freuen uns auf ein Wiedersehen anlässlich des 9. Bankentages im September in Vaduz.

Simon Tribelhorn
Geschäftsführer

4 News und Hintergründe

16 «Villa Wirbelwind»

Baubeginn an Banken-Kindertagesstätte

18 Wettbewerb der Nationen

LBV-Präsident Adolf E. Real
im Interview

24 4. LGT Private Banking Report

Nachhaltige Anlagen gewinnen
an Bedeutung

26 Fintech als hybrides Modell

Special zum LGT-Report

30 Klimaschutz

Chance für den Finanzplatz
Liechtenstein

32 The third wave of innovation

Interview with Alastair Lukies

36 The future of finance

Interview with Sony Kapoor

42 Respekt für Liechtenstein

Botschafterin Claudia Fritsche
zieht Bilanz

46 Wachstumstreiber «Kundenerlebnis»

EY Global Wealth Management
Report 2016

48 BRRD - How stable are European Banks

Experts talk about the Directive

52 Vielfalt, Teamarbeit und Kundenkontakt

Das Arbeitsleben eines
Kreditspezialisten

54 Stillstand wäre unverzeihlich

Alexander Putzer, CEO Raiffeisen
Privatbank im Gespräch

LGT Private Banking Report 2016

Vierte länderübergreifende Anlegerstudie

Im Auftrag der LGT erstellte die Abteilung für Asset Management der Johannes Kepler Universität Linz unter der Leitung von Prof. Dr. Teodoro D. Cocca die vierte umfassende Studie zum Anlageverhalten von Private Banking-Kunden in der Schweiz, in Österreich und in Deutschland. Dazu wurde im Frühjahr 2016 eine repräsentative Anzahl vermögender Anleger befragt. Neben dem Anlageverhalten beschäftigt sich der diesjährige Report mit der zunehmenden Digitalisierung in der Finanzbranche, dem Einsatz nachhaltiger Anlagen sowie aktuellen Einschätzungen zu Steuer- und Finanzthemen.

von Karin Brigl

Gemäss der Befragung denken nur 10 Prozent der vermögenden Schweizer Anleger, dass die Zinsen in diesem Jahr steigen werden. 40 Prozent der befragten Schweizer sagen, dass sie angesichts tiefer Zinsen und der Unsicherheit an den Börsen nicht mehr wissen, wie sie ihr Geld anlegen sollen. Zwar sind 37 Prozent der Schweizer Studienteilnehmer der Ansicht, dass es in der gegenwärtigen Marktsituation keine Alternativen zu Aktien gibt, ihre Aktienquote haben sie in den vergangenen zwei Jahren aber nicht angehoben – sie liegt durchschnittlich bei 44 Prozent und ist damit im Vergleich zu 2014 unverändert geblieben, wie nahezu die gesamte Asset Allocation der Schweizer Befragten. Für 25 Prozent der Befragten sind Aktien zurzeit zu hoch bewertet. Noch grösser ist der Anteil derer, die Immobilien in der Schweiz aktuell für zu hoch bewertet halten (52 Prozent). Durchschnittlich erzielten die befragten Schweizer Anleger im Jahr 2015 eine Performance von 2.1 Prozent, in Deutschland waren es 5.3 Prozent, in Österreich 3.1 Prozent. Zufrieden mit der Performance waren 30 Prozent der Schweizer Befragten (Deutschland: 65 Prozent, Österreich: 19 Prozent).

Zufrieden mit nationaler Politik und Wirtschaft

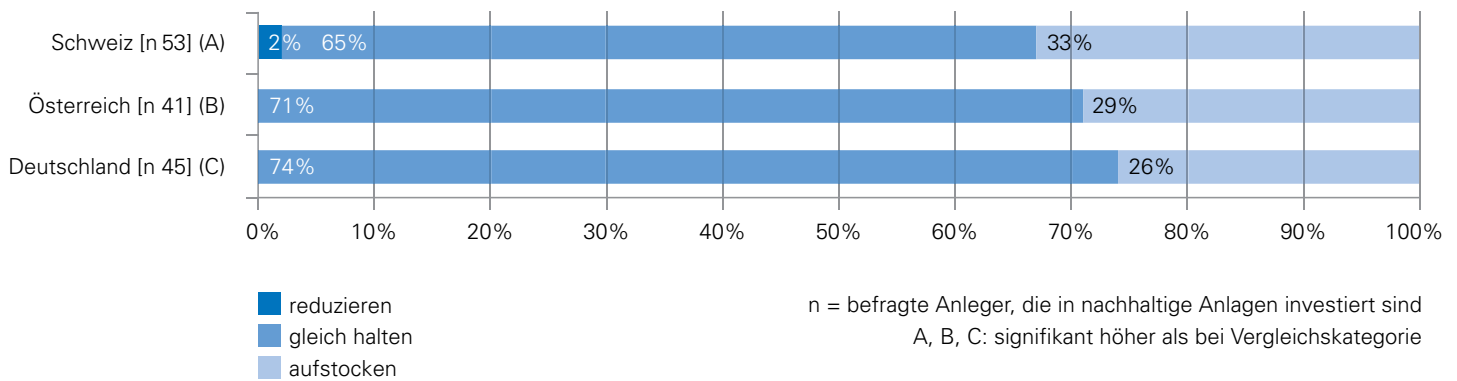
Mehrheitlich zufrieden sind die Schweizer Befragten mit ihrer nationalen Steuerpolitik. Hohe 58 Prozent sind froh, in der Schweiz Steuern zahlen zu dürfen, und 38 Prozent sind zufrieden damit, wie die Steuergelder verwendet werden. Die Österreicher sind hier wesentlich skeptischer: Nur 27 Prozent

sind froh darüber, dass sie in Österreich Steuern zahlen (Deutschland: 35 Prozent), und lediglich 7 Prozent der befragten Österreicher sind mit der Verwendung der Steuergelder zufrieden (Deutschland: 21 Prozent). Mittelwerte von 6.7 bzw. 7.0 auf einer 10er-Skala zeigen, dass die Befragten aus der Schweiz ihrer nationalen Politik bzw. ihrer Wirtschaft durchaus Vertrauen entgegenbringen. Geringer fällt ihr Vertrauen gegenüber der Bankenaufsicht und den Banken generell aus (Mittelwert 5.3 bzw. 5.0). Noch wesentlich kritischer eingestellt sind die Schweizer Befragten gegenüber der Europäischen Zentralbank (3.8), der Weltwirtschaft (4.0) und dem globalen Finanzsystem (3.4). Die befragten Schweizer Anleger sind nicht der Ansicht, dass die Akteure aus der Schulden- und Eurokrise gelernt haben. Nur 12 Prozent haben das Gefühl, dass man Lehren aus der Vergangenheit gezogen hat. Mit einem Auseinanderbrechen der Eurozone rechnen aber nur 24 Prozent.

Nachhaltigkeit und Rendite vereinbar

An Bedeutung gewonnen haben in den vergangenen Jahren nachhaltige Anlagen. Kunden möchten ihre Gelder zunehmend in ökologisch, sozial und ethisch unbedenkliche Anlagen investieren. 38 Prozent der Befragten aus der Schweiz berücksichtigen bereits jetzt konkret ethische Aspekte bei ihren Anlageentscheidungen. 33 Prozent möchten ihren Anteil an nachhaltigen Anlagen in nächster Zeit aufstocken. 49 Prozent

Veränderung des Anteils nachhaltiger Anlagen (Ländervergleich)



Quelle: LGT

der Schweizer Studienteilnehmer würden für Nachhaltigkeit sogar auf Rendite verzichten. Dabei geht fast die Hälfte, nämlich 48 Prozent, aber ohnehin davon aus, dass die Rendite von nachhaltigen Anlagen in etwa gleich ist wie die traditioneller Anlagen.

Technologien werden verstärkt genutzt, persönlicher Kontakt bleibt aber wichtig

Immer wichtiger werden auch in der Finanzbranche neue technologische Möglichkeiten: Lediglich 15 Prozent der Befragten in der Schweiz, Österreich und Deutschland bezeichnen sich noch als «Digital Deniers», die Online-Banking in keinerlei Weise nutzen. Mehr als die Hälfte der Schweizer Befragten nutzen im Alltag gerne die Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten des Internets (64 Prozent). Für 50 Prozent der Schweizer ist es wichtig, dass die eigene Bank innovative Online-Dienstleistungen anbietet. Rund 46 Prozent können sich sogar vorstellen, Finanzgeschäfte und Anlagetransaktionen mit der eigenen Bank vor allem online zu tätigen, 29 Prozent sind nicht abgeneigt, vom eigenen Kundenberater vor allem online beraten zu werden. Besonders wichtig ist es den Kunden, von zu Hause aus Zugang zum Depot zu haben, Informationen abzufragen und Aufträge zu übermitteln (Schweiz: 71 Prozent). Der mobile Zugriff auf das Bankdepot ist insbesondere für Schweizer Anleger wesentlich weniger relevant (Schweiz: 22 Prozent, Österreich: 47 Prozent, Deutschland: 32 Prozent). Die in den

vergangenen Jahren noch festgestellte Alterslücke bei der Nutzung neuer Technologien schwindet zusehends. Trotzdem bleibt im Private Banking die persönliche Beziehung wichtig – mehr als die Hälfte der Befragten aus der Schweiz möchte nach wie vor im persönlichen Kontakt mit dem Berater Anlegeoptionen diskutieren und Aufträge erteilen (60 Prozent).

Zufriedenheit mit der eigenen Bank steigt

Erfreulich für die Banken: Die Zufriedenheit Schweizer Bankkunden ist in den letzten zwei Jahren nochmals gestiegen. Hohe 83 Prozent erklären sich zufrieden oder sehr zufrieden mit ihrer Hauptbank (2014: 81 Prozent), 60 Prozent sind sogar begeistert (2014: 57 Prozent). Die meisten zufriedenen Kunden haben Onlinebanken (96 Prozent), gefolgt von Privatbanken (90 Prozent). Der tiefste Wert resultierte bei Grossbanken (78 Prozent). Wichtigstes Beratungsbedürfnis bleibt das Erzielen einer besseren Anlagerendite, gefolgt von einer Beratung, die Diskretion gewährleistet sowie einer transparenten und nachvollziehbaren Beratung. Seit Jahren ist ersteres eines der wichtigsten Ziele der Kundenberatung, das ebenfalls seit Jahren – unabhängig von den Marktentwicklungen – ungenügend erfüllt wird.

Über die konkreten Ergebnisse der Befragung zur zunehmenden Digitalisierung der Finanzbranche geht Prof. Dr. Teodoro Cocca im Beitrag auf den folgenden Seiten ein.

LGT Private Banking Report 2016: Special Digitalisierung

Fintech: Hybrides Modell hat Zukunft

Die Studie im Auftrag der LGT macht deutlich: Private Banking-Kunden haben eine hohe Technologieaffinität und sie erwarten entsprechende Dienstleistungen von ihrer Bank. Wichtig bleibt jedoch nach wie vor der persönliche Kontakt. Die Studie stellt zudem fest: Je risikofreudiger die Kunden, desto höher die Technologieaffinität. Und auch der Generationen-Gap scheint zu schwinden.

von Prof. Dr. Teodoro D. Cocca

Die Auswertung der Befragungsergebnisse erlaubt neben der Vertiefung zahlreicher anderer Themen einen Beitrag zur Diskussion rund um das Veränderungspotenzial von «Fintechs» für das Private Banking. Im Gegensatz zu vielen Beiträgen zu dieser Thematik, welche sich in teilweise atemberaubenden Fintech-Zukunftsvisionen überbieten, lässt sich anhand dieser Daten die aktuelle Faktenlage zur Einstellung vermöglicher Kunden darstellen.

Die ausgewerteten Kundendaten belegen eine unabhängig von Bankdienstleistungen allgemein hohe Technologieaffinität von Private Banking-Kunden. Rund zwei Drittel der Befragten nutzen im Alltag gerne neue Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten, die das Internet bietet, und es ist ihnen wichtig, dass die eigene Bank innovative Online-Dienstleistungen anbietet. Das alleine bedeutet aber nicht automatisch, dass auch explizit Online-Dienstleistungen rund um die Vermögensverwaltung und Anlageberatung nachgefragt werden. Es zeichnet sich vielmehr ein differenzierteres Bild als das in digitalen Revolutions-szenarien zurzeit verbreitete. Rund zwei Drittel der befragten Schweizer Private Banking-Kunden zeigen sich dabei gegenüber der Nutzung von Online-Finanzdienstleistungen aufgeschlossen, allerdings ist ihnen der persönliche Kontakt zu ihrem Kundenberater ebenso wichtig (vgl. Abbildung 1).

Für die klare Mehrheit der Kunden ist die Nutzung eines reinen Online-Dienstleistungsangebotes – unabhängig von der eigenen Bank – kein Thema. Aber: Rund 30 Prozent können sich das sehr wohl vorstellen. Insbesondere bei jüngeren Private Ban-

king-Kunden (jung heisst in diesem Zusammenhang die unter 60-jährigen) steigt der Anteil auf rund 45 Prozent. Auch hier bedeutet das eine aber nicht gleich zwingend auch das andere. Der Umstand, dass sich 45 Prozent der Kunden im Rahmen einer Befragung etwas vorstellen können, darf nicht so interpretiert werden, dass dies dann auch tatsächlich beansprucht und langfristig genutzt würde.

„Der persönliche Kontakt zum Kundenberater bleibt wichtig.“

Nicht unerwartet ist ferner der zu beobachtende Generation-Gap (Jüngere sind technologieaffiner als Ältere). Dabei zeigt sich, dass für jüngere Private Banking-Kunden Online-Finanzdienstleistungen inzwischen sogar wichtiger geworden sind als der persönliche Kontakt, wobei letzterer trotzdem noch bedeutungsvoll ist. Was eher überrascht ist der Umstand, dass sich der Generation-Gap schneller schliesst als gemeinhin erwartet. Vergleicht man die Umfrageergebnisse früherer Befragungen, zeigt sich, dass in manchen Bereichen die älteren Kundengruppen (über 70-Jährige) inzwischen in Sachen Technologieaffinität die jüngeren weitgehend eingeholt haben.

Bisher kaum erkannt ist ein weiteres Resultat der Analyse: Technologieaffinität im Private Banking ist sehr stark geschlechterab-

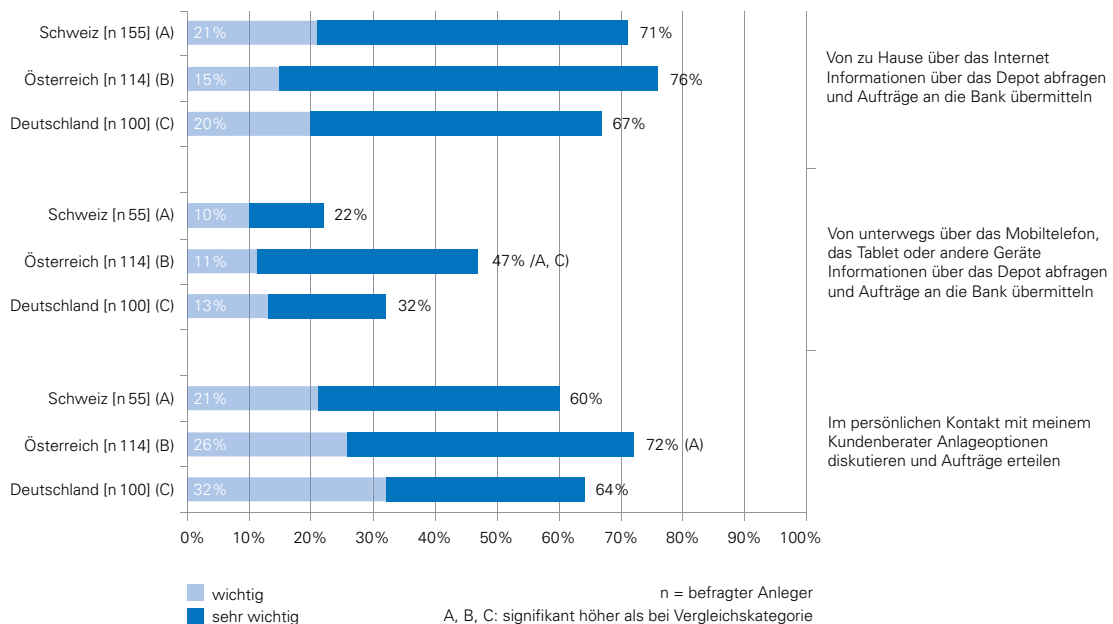


© Weissblick - Fotolia.com

hängig. Männliche Private Banking-Kunden weisen dabei gegenüber weiblichen Kunden eine deutlich höhere Technologieaffinität auf. Das heisst nicht, dass Frauen keine Technologieaffinität aufweisen, nur ist dieser Anteil bei den Männern signifikant höher. Ein Umstand, der bei der Konzeption von Online-Finanzdienstleistungen vermehrt Beachtung finden könnte.

Ebenfalls zeigt sich, dass die Selbsteinstufung der persönlichen Risikoneigung einen signifikanten Zusammenhang zur Technologieaffinität aufweist (je risikofreudiger die Kunden, desto höher die Technologieaffinität und umgekehrt). Technologieaffinität im Private Banking scheint somit im Zusammenhang mit dem Alter (allerdings abnehmend), dem Geschlecht und der

Abbildung 1: Relevanz des Technikeinsatzes (Ländervergleich)



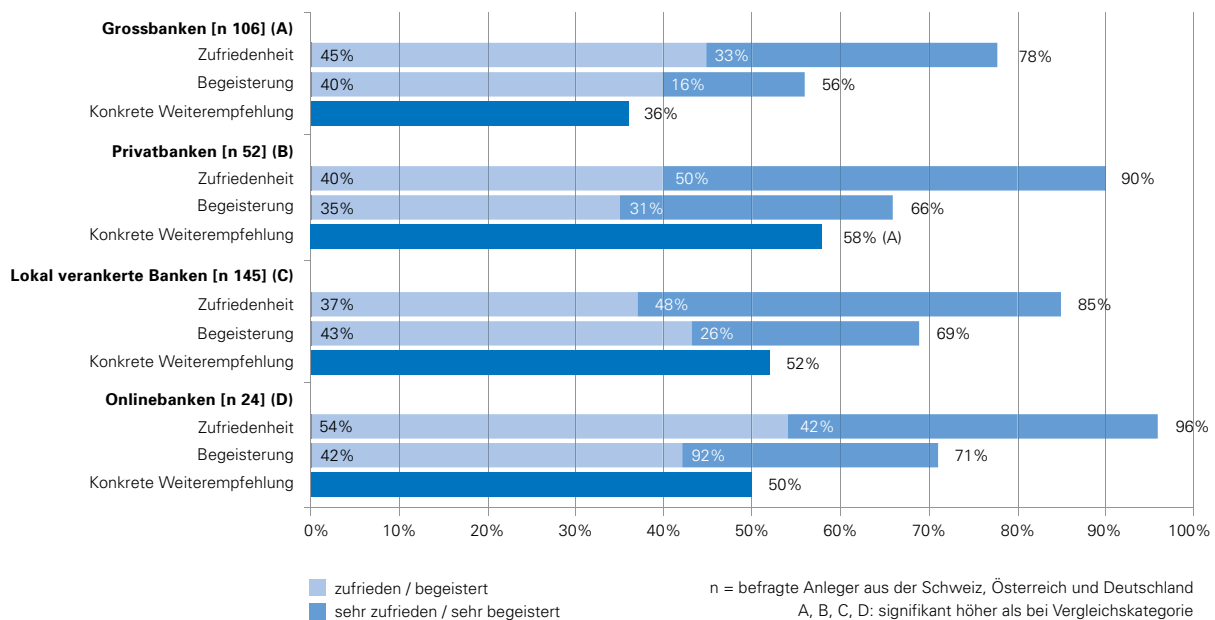
Fortsetzung von Seite 27

Risikoneigung zu stehen. Auffällig ist zudem der Umstand, dass inzwischen reine Onlinebanken zum ersten Mal höhere Zufriedenheits- und Begeisterungswerte aufweisen als die klassische Konkurrenz der Grossbanken und Privatbanken (vgl. Abbildung 2).

Die Nutzung neuer technologischer Möglichkeiten gewinnt so-

mit zweifelsohne im Private Banking zunehmend an Bedeutung. Zur Frage, inwieweit bei Private Banking-Kunden der altersbedingte Konservatismus die Technologieaffinität in jungen Jahren überlagert, scheint sich eine Antwort heraus zu kristallisieren. Die in der Vergangenheit beobachtete Alterslücke bei der Nutzung neuer technologischer Möglichkeiten im Private Ban-

Abbildung 2: Zufriedenheit und Begeisterung (nach Bankengruppen)



LGT Private Banking Report 2016

Im Auftrag der LGT führte die Abteilung für Asset Management der Johannes Kepler Universität Linz im Januar 2016 zum vierten Mal eine Befragung zum Anlageverhalten von Private Banking-Kunden in der Schweiz, in Österreich und in Deutschland durch. Insgesamt wurden 369 Personen befragt. Zentrales Kriterium für die Teilnahme an der

Befragung war das frei verfügbare Anlagevermögen: in Deutschland und Österreich mehr als EUR 500.000 und in der Schweiz mehr als CHF 900.000. Die Studie steht kostenlos unter www.jku.at/ibfw oder unter www.lgt.com/de/private-banking zum Download bereit.

king schwindet zusehends, da inzwischen auch die ältere Kundengeneration signifikant technologieaffiner geworden ist. Es gibt also immer weniger einen Generationen-Gap bei der Nutzung neuer Technologien.

Trotz verstärkter Nutzung technologischer Möglichkeiten bleibt aber der persönliche Kontakt mit dem Kundenberater für die Mehrheit der Befragten wichtig oder sehr wichtig, womit einem hybriden bankzentrierten Modell das grösste Zukunftspotenzial zugesprochen werden kann.

„Hybrides Geschäftsmodell hat das grösste Zukunftspotenzial.“

Private Banking-Anbieter stehen somit vor der Herausforderung beziehungsweise Chance, bestehende Geschäftsmodelle durch Integration innovativer Lösungen aus dem «Fintech»-Bereich weiterzuentwickeln. Das Antwortverhalten der Befragten scheint auf jeden Fall das Szenario zu bestätigen, dass die etablierten Private Banking-Anbieter es grundsätzlich selber in der Hand haben, die digitalen Bedürfnisse ihrer zunehmend technologieaffinen Kundschaft zu befriedigen.

Falls aber durch selbstverursachte Vernachlässigung des digitalen Angebotes strategische Angriffsflächen geboten werden,

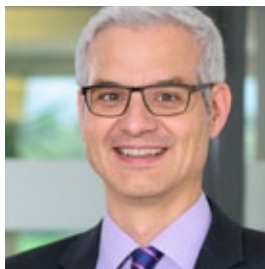
könnte sich das latente Potenzial für Angebote Dritter als Gefahr herausstellen. Die Beurteilung der Fintech-Thematik ist folglich nicht so einseitig wie manche Analyse dieser Tage vermuten lässt. Eine differenzierte Betrachtung des Kundenverhaltens ist für jeden Strategiefindungsprozess aber unerlässlich, selbst wenn es nur eine Momentaufnahme sein kann.

REDAKTION

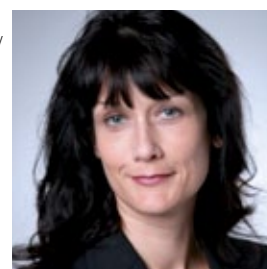
Simon Tribelhorn,
Geschäftsführer,
Liechtensteinischer
Bankenverband



Rafik Yezza,
stellvertretender
Geschäftsführer,
Liechtensteinischer
Bankenverband



Anita Hardegger,
Personalentwicklung/
-strategie,
Liechtensteinischer
Bankenverband



Esther Eggenber-
ger, Assistentin der
Geschäftsleitung,
Liechtensteinischer
Bankenverband



GASTAUTOREN DIESER AUSGABE

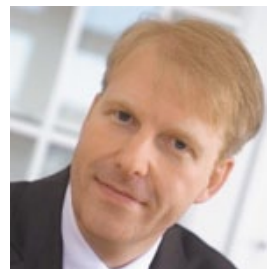
Steffen Klatt,
Geschäftsführer,
Textagentur
Café Europe



Bruno Patusi, Partner
bei EY Financial
Services und Survey
Leader für die
Schweiz



Olaf Töpfer, Partner
und Banking Leader
bei EY Financial
Services Switzerland



Teodoro D. Cocca,
ordentlicher Profes-
sor für Wealth und
Asset Management
an der Johannes
Kepler Universität
Linz und Adjunct
Professor am Swiss
Finance Institute



Karin Brigl, LGT
Group Foundation,
Group Marketing &
Communications



Orientierung

Zitiert

Nicht der Wind, sondern das Segel bestimmt die Richtung.

aus China

Ist ein Wegweiser unglaublich, nur weil er selbst nicht in die Richtung geht, in die er zeigt?

Peter Hohl

Erzählt

An jenem gewissen Tag lagen auf dem Frühstückstafel, das der Kellner jeden Morgen brachte, nicht die üblichen sechs, sondern sieben Brote für seine Marmeladentoasts. Das wäre ihm nicht weiter aufgefallen, wenn nicht die Busfahrkarte, die er eingesteckt hatte, als er aus dem Haus gegangen war, die Nummer 07070707 getragen hätte. Für Senor Pérez war das nun mehr als blosser Zufall. Es war ein Zeichen. Ein sonderbares Zeichen, zumal ihm sein Gedächtnis leichthin die Information zuspielte, dass er an einem 7. Juli geboren worden war. Wie um solche merkwürdigen Ideen zu verscheuchen, schlug er willkürlich die Tageszeitung auf, es war kein Zufall: Seite 7. Auf der Mitte der Seite prangte ihm das Foto eines Pferdes entgegen, das auf den Namen „Glück“ hörte und mit der Startnummer 7 im siebten Rennen am morgigen Tag, einem Siebten, laufen würde. Am nächsten Tag ging er zur Bank, hob seine gesamten Ersparnisse ab und bestieg ein Taxi, dessen Nummernschild, freilich, auf sieben endete. Er trat auf der Pferderennbahn ein und setzte – am Wettsschalter

Nummer sieben – sein ganzes Geld auf das Pferd mit der Nummer 7 im siebten Rennen. Als das siebte Rennen gestartet, setzte sich das Pferd mit der Startnummer 7 gleich nach dem Start an die Spitze und ritt unter Hufgeklapper, wirbelnden Staubwolken und dem Geschrei der Menge vor den anderen an der Tribüne vorbei. Das Rennen endete Punkt sieben Uhr und das Pferd mit der Startnummer 7 im siebten Rennen lief – alles hatte darauf hingedeutet – als siebtes ein.

(Quelle: Jorge Bucay: Zähl auf mich / gekürzte Fassung)

Gelacht

