

Crowdfonds: Fondsmanagement 4.0



ML- basiertes Dialogmarketing in der Finanzbranche –
Einsatzmöglichkeiten innovativer Sprachsteuerungs-
technologien für einen nutzeroptimierten Service

Inhalt

Management Summary.....	1
1. Digitale Zukunft des Wertpapiergeschäfts	1
2. Trends in der Finanzbranche.....	2
3. Smartes Fondsmanagement der Zukunft	2
4. Potenziale und Vorteile des Crowdfonds	5
5. Erfolgskritische Faktoren der Markteinführung	5
Quellen	6

Stichwörter: Crowdfonds, Fondsmanagement der Zukunft, Sprachsteuerung, künstliche Intelligenz, maschinelles Lernen

Über die Autorin



Jacqueline Alterauge ist Masterstudentin des Studiengangs Dialogmarketing und E-Commerce an der Hochschule Offenburg.

Management Summary

Der **Crowdfonds** ist ein „Robo-Advice-Investmentfonds“, der durch die Schwarmintelligenz der Anleger – die Crowd – einen zeitlichen und qualitativen Informationsvorsprung am Kapitalmarkt hat. Durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz, maschinellem Lernen und Sprachsteuerung ist er die Antwort auf die wandelnden Kundenanforderungen und aktuellen Trends in der Finanzbranche im Segment der Wertpapiere. Der **Crowdfonds** reduziert sowohl die Komplexität als auch den Zeitaufwand für den Anleger. Er nutzt die Potenziale, die die Echtzeit-Auswertung der enormen Datenmengen der Finanzmärkte und seinen Akteuren mit sich bringt.

1. Digitale Zukunft des Wertpapiergeschäfts

Die Themen künstliche Intelligenz, maschinelles Lernen und Sprachsteuerung nehmen vermehrt Einfluss auf unser Leben und haben auch in die Finanzbranche bereits Einzug erhalten. Immer mehr Bankkunden wünschen sich ein komplett digitalisiertes und auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnittenes Angebot.¹ Für die Unterstützung von Bankgeschäften würden zudem bereits 10 % der Befragten gerne digitale Sprachassistenten verwenden.²

Laut einer Eurogroup Consulting-Studie aus dem Jahr 2017 gewinnen Wertpapiere – besonders Investmentfonds – an Attraktivität.³ Dies ist der aktuellen Niedrigzinsphase und den damit teilweise einhergehenden Strafzinsen auf Guthaben

sowie den steigenden Kursen von Wertpapieren geschuldet.⁴ Vor allem bei jungen und risikobereiten Sparern, die über wenig Zeit und Kenntnisse verfügen, besteht ein erhöhtes Interesse an Wertpapieren.⁵ Daher wünschen sich immer mehr Kunden eine gezielte Ansprache.⁶

Derzeit stehen weder individuelle noch innovative Bankprodukte im Segment der Wertpapiere im Vordergrund, sondern der Vertrieb von Standardprodukten. Dabei drängen immer mehr Wettbewerber mit innovativen, auf neue Technologien und aktuellen Trends gestützten Angeboten auf den Markt – die sogenannten Fin-Techs.⁷ Den genannten Technologien wird daher eine immer größere Bedeutung für verschiedenste Anwendungsbe- reiche zugesprochen.

¹ Vgl. PwC (2016), S. 9.

² Vgl. PwC (2017), S. 5.

³ Vgl. Online: Eurogroup Consulting (2017).

⁴ Vgl. ZEW (2017), S. 11.

⁵ Vgl. ebd., S. 13.

⁶ Vgl. Online: Eurogroup Consulting (2017).

⁷ Vgl. Dorfleitner et al. (2016).

Hier liegt auch die spannende digitale Zukunft des Wertpapiergeschäfts. Bislang bleiben die Potenziale, die die Echtzeit-Auswertung der enormen Datenmengen der Finanzmärkte und seinen Akteuren mit sich bringt, ungenutzt. Die Daten werden noch nicht für die Entwicklung bestmöglich zugeschnittener Produkte auf den Kunden genutzt. An dieser Stelle kann ein innovatives, weniger komplexes Finanzprodukt im Segment der Wertpapiere ansetzen, um die genannten Kundenbedürfnisse zu erfüllen.

2. Trends in der Finanzbranche

Im Segment der Geldanlage und Vermögensverwaltung werden derzeit sogenannte Robo-Advisor mit steigendem Interesse beobachtet. Von Robo-Advice ist die Rede, wenn die Geldanlageberatung und Vermögensverwaltung automatisiert unter dem Einsatz von Software, welche durch Algorithmen, künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen (ML) sowohl die Online-Befragung des Anlegers (Anlagebetrag, Anlagedauer, Risikobereitschaft, etc.), die Anlageempfehlung als auch die Portfolioerstellung und -verwaltung übernimmt, betrieben wird.⁸

KI ist die Eigenschaft eines IT-Systems durch ML, menschenähnliche intelligente Fähigkeiten und Verhaltensweisen

zu zeigen. ML bezeichnet Verfahren, bei denen selbstlernende Algorithmen Daten intelligent auswerten und miteinander verknüpfen, um Zusammenhänge und Muster zu erkennen, aus denen beispielsweise Vorhersagen und Handlungsoptionen getroffen werden. IT-Systeme sind durch ML und KI in der Lage selbst Probleme zu lösen und Entscheidungen zu treffen.⁹

Die Sharing Economy („Ökonomie des Teilens“) ist ein weiterer Trend mit zunehmender Bedeutung für die Finanzbranche. Dabei geht es um die gemeinschaftliche Nutzung von Ressourcen (Gegenstände, Räume, Wissen, etc.).¹⁰ In der Finanzbranche haben sich vor allem Crowdfunding-Geschäftsmodelle bislang etabliert. Crowdfunding bezeichnet die Finanzierung eines Projekts durch eine Vielzahl von Unterstützern.¹¹

3. Smartes Fondsmanagement der Zukunft

Der **Crowdfonds**, dargestellt in Abbildung 1, basiert auf dem Prinzip des Crowdsourcing – ebenfalls ein Teilsegment der Sharing Economy. Darunter wird die Wissensgenerierung und Problemlösung mit Hilfe einer Vielzahl an Personen (die sogenannte Crowd) verstanden. Das Nutzen von Informationen,

⁸ Vgl. Fischer (2017), S. 184.

⁹ Vgl. Bitkom e.V. und DFKI GmbH (2017), S. 27f.

¹⁰ Vgl. Pick und Haase (2015), S. 9f.

¹¹ Vgl. Gruber und Seidel (2017), S. 112.

die durch eine Crowd zusammengetragen werden, wird als Schwarmintelligenz bezeichnet.¹² Innerhalb der Finanzbranche entspricht dieser Trend dem Grundgedanken der Genossenschaftsbanken „Was einer alleine nicht schafft, das schaffen viele“.¹³

Die beteiligten Akteure sind der Anleger (Crowd-Mitglied), der digitale Sprachassistent des Anlegers und der auf dem

Sprachassistenten installierte intelligente Skill (Fondsmanager des **Crowdfonds**).

Der Dialog findet zwischen dem Anleger und dem digitalen Sprachassistenten statt. Beispielsweise wird der Anleger beim Kauf von **Crowdfonds**-Anteilen nach seinem gewünschten Anlagebetrag, seiner Risikobereitschaft, seinen Kenntnissen sowie seinen Interessen in Bezug auf Unternehmen und Branchen durch den digitalen Sprachassistenten befragt.

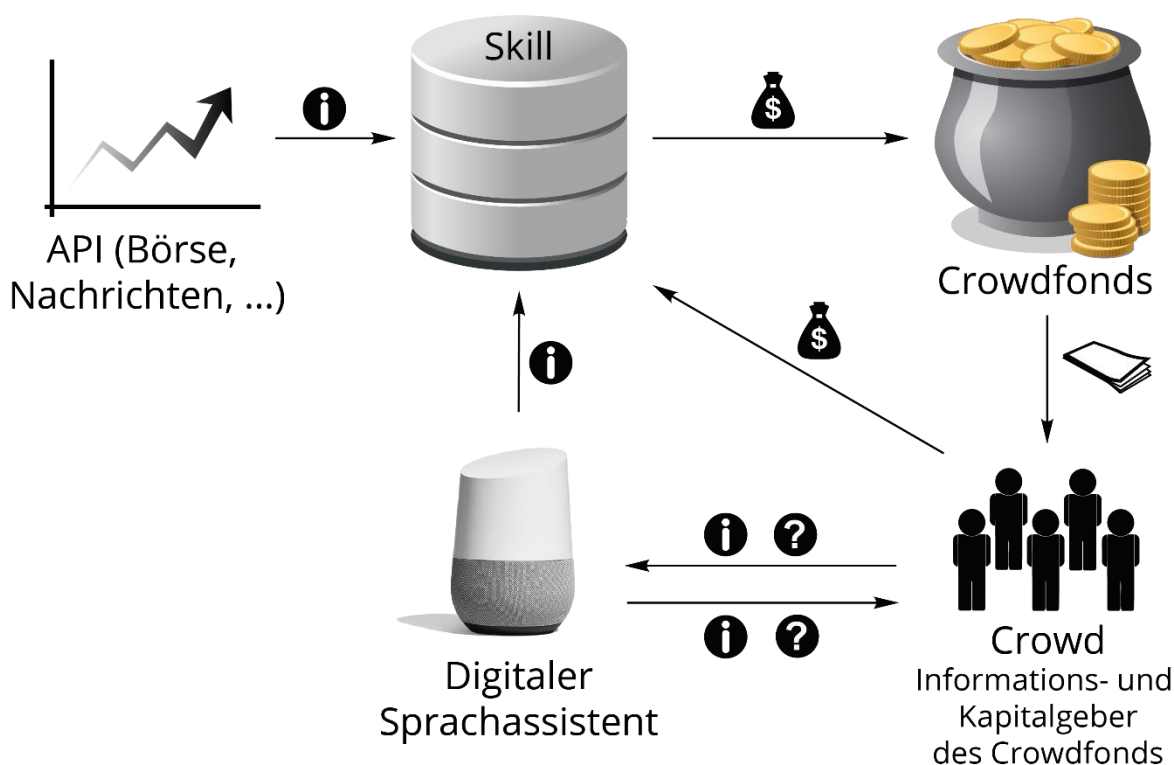


Abbildung 1: Funktionsweise des Crowdfonds¹⁴

Anders als bei derzeitigen „Robo-Advice-Investmentfonds“, bei denen Anlageentscheidungen durch die KI auf Basis von

zugänglichen Finanzmarktdaten getroffen werden, hat der **Crowdfonds** einen zeitlichen und qualitativen Informationsvorsprung am Kapitalmarkt.

¹² Vgl. Gruber und Seidel (2017), S. 111f.

¹³ Vgl. Online: Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V. (2018).

¹⁴ Eigene Darstellung.

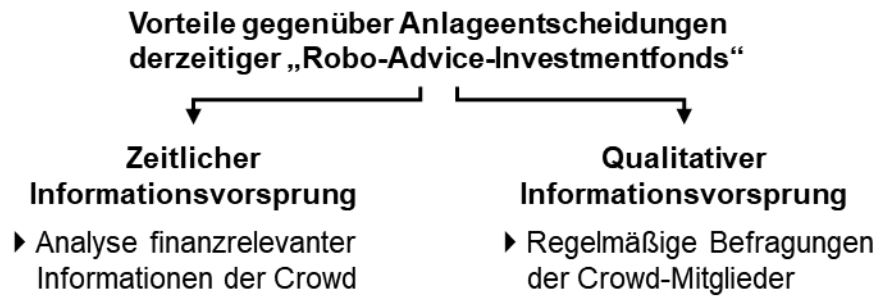


Abbildung 2: Informationsvorsprung des Crowdfonds¹⁵

Abbildung 2 zeigt, dass der intelligente Skill des **Crowdfonds** zum einen Zugriff auf alle finanzrelevanten Informationen der Crowd (z. B. Kontoumsätze) in Echtzeit hat. Der Anleger – das Crowd-Mitglied – ist nicht nur Kapitalgeber, sondern auch Informationsgeber. Zum anderen hat der Skill durch die Sprachsteuerungstechnologie die Möglichkeit regelmäßige Befragungen innerhalb der Crowd durchzuführen. Dabei wird von der Schwarmintelligenz der Crowd profitiert. Zusätzlich basieren die Anlageentscheidungen des Skills auf den Informationen aus diversen Schnittstellen (sogenannten APIs) – beispielsweise Börse, Nachrichten, etc.

Erkennt der intelligente Skill beispielsweise, dass die Crowd-Mitglieder in den letzten Stunden besonders stark bei Unternehmen A eingekauft haben, statt bei Unternehmen B, so ist Unternehmen A ein potenzieller Kandidat für die Aufnahme in den **Crowdfonds**. Ein Kauf der

A-Aktie lohnt sich, da die positive Entwicklung der letzten Stunden in den Aktienkurs noch nicht „eingepreist“ ist.

Weisen beispielsweise sowohl die C-Aktie als auch die D-Aktie zweier Unternehmen einer aufsteigenden Branche gleiche Kursentwicklungen und -chancen auf und geben auch die finanzrelevanten Informationen der Crowd keinen weiteren Aufschluss, führt der digitale Sprachassistent eine Befragung der Crowd-Mitglieder durch.

Die Zielgruppe des **Crowdfonds** ist der „typische“ Sharing Economy Nutzer. Laut einer empirischen Analyse ist er durchschnittlich 31 Jahre alt, zu 56 % männlich, verfügt über einen Hochschulabschluss, sein Nettohaushaltseinkommen beträgt zwischen 1.501 und 2.500 EUR monatlich, wohnt in einer mittelgroßen Stadt und ist in einer Beziehung.¹⁶

¹⁵ Eigene Darstellung.

¹⁶ Vgl. Vatanparast und Kaufmann (2017), S. 102.

4. Potenziale und Vorteile des Crowdfonds

Studienergebnisse sowie zwei Experteninterviews mit einer Vermögensberaterin und einem IT-Unternehmensberater von SAP bestätigen das mögliche Potenzial des **Crowdfonds**.

Die Nutzung von Sharing Economy-Angeboten in der Finanzbranche wird in den nächsten Jahren immer weiter ansteigen. Bereits 2015 gaben 20 % der Befragten einer PwC-Studie an, dass sie in den letzten zwei Jahren solche Finanzangebote genutzt haben. 33 % gaben an, die Nutzung in den nächsten zwei Jahren zu planen.¹⁷ Hier zeigt sich ein enormes Potenzial für den **Crowdfonds**.

Aufgrund der Tatsache, dass das Interesse an „Robo-Advice-Investmentfonds“ wächst und bislang lediglich 4 % einen Robo-Advice-Service in Anspruch genommen haben, bergen derartige Finanzprodukte wie der **Crowdfonds** auch hier großes Potenzial.¹⁸

Auch das trotz der Niedrigzinsphase steigende Sparvolumen und die somit steigenden Geldvermögen der privaten Haushalte bieten ausreichend Potenzial für die Investition in den **Crowdfonds**.¹⁹

Die Vorteile für die genannte Zielgruppe sieht die Vermögensberaterin insbesondere in der Reduzierung des Zeitaufwands, der Eliminierung der subjektiven Fondsmanagerentscheidung, der Reduzierung der Komplexität und Erhöhung der Benutzerfreundlichkeit durch den Einsatz der Sprachsteuerung, der Verringerung der Gebühren und in der Ausschöpfung von Renditen durch den Vorsprung am Kapitalmarkt.

5. Erfolgskritische Faktoren der Markteinführung

Wichtig für eine erfolgreiche Markteinführung ist das Vertrauen in den intelligenten Skill als Fondsmanager. Eine PwC-Studie aus dem Jahr 2016 hat ergeben, dass jeder dritte Bankkunde Robo-Advice mehr Vertrauen schenkt als menschlichen Beratern. Grund hierfür sind die auf Algorithmen basierenden Berechnungen im Gegensatz zu den möglicherweise subjektiven Entscheidungen des Anlageberaters.²⁰

Wesentlich für den **Crowdfonds** ist außerdem die Bereitschaft der potenziellen Anleger zur Informationsweitergabe und Datenanalyse für einen individuellen Service. Hier zeigen die Ergebnisse der PwC-Studie aus dem Jahr 2016, dass knapp 60 % der Befragten mit einer Analyse ihrer persönlichen Daten für diesen

¹⁷ Vgl. PwC (2015), S. 6.

¹⁸ Vgl. PwC (2016), S. 14f.

¹⁹ Vgl. Brandmeir und Holzhausen (2017), S. 7ff.

²⁰ Vgl. PwC (2016), S. 14f.

Zweck einverstanden sind. Rund ein Drittel sind zudem bereit auch nicht-finanzielle Daten, etwa über die berufliche Situation, persönliche Ziele oder Interessen, zur Verfügung zu stellen.²¹ Denn vor allem bei der Datensicherheit genießen Banken das Vertrauen der Kunden und verfügen somit über einen Vorsprung, wenn es um die Implementierung neuer Technologien geht.²²

Quellen

Berger, Roland; Wege, Egbert; Flemming, Jan, Bloching, Ottmar; Hoffmann, Michael (2015):

Digitale Revolution im Retail-Banking. Chancen in der neuen Multikanal-Welt aus Kundensicht. Hg. v. Roland Berger Strategy Consultants und Visa Europe Services. Online verfügbar unter https://www.mynewsdesk.com/material/document/43377/download?resource_type=resource_document, zuletzt geprüft am 02.01.2018.

Bitkom e.V.; DFKI GmbH (Hg.) (2017): Entscheidungsunterstützung mit Künstlicher Intelligenz. Wirtschaftliche Bedeutung, gesellschaftliche Herausforderungen, menschliche Verantwortung. Online verfügbar unter <https://www.bitkom.org/noindex/Publicationen/2017/Sonstiges/KI-Positionspapier/171012-KI-Gipfelpapier-online.pdf>, zuletzt geprüft am 02.01.2018.

Brandmeir, Kathrin; Holzhausen, Arne (2017): Economic Research Working Paper Nr. 211. Private Vermögensrenditen in ausgewählten Euroländern. Hg. v. Allianz. Online verfügbar unter https://www.allianz.com/v_1512384026000/media/economic_research/publications/working_papers/de/WPVermoegen04122017.pdf, zuletzt geprüft am 02.01.2018.

Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V. (Hg.) (2018): Genossenschaftsbank - Volksbanken Raiffeisenbanken. Die Idee der Genossenschaftsbanken. Volksbanken Raiffeisenbanken. Online verfügbar unter <https://www.vr.de/privatkunden/was-wir-anders-machen/genossenschaftsbank.html>, zuletzt geprüft am 04.01.2018.

Dorfleitner, Gregor; Hornuf, Lars; Schmitt, Matthias; Weber, Martina (2016): FinTech-Markt in Deutschland. Online verfügbar unter <http://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Standardartikel/Themen/International>

²¹ Vgl. PwC (2016), S. 12.

²² Vgl. Berger et al. (2015), S. 18f.

les_Finanzmarkt/2016-11-21-Gutachten-Langfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=1, zuletzt geprüft am 04.01.2018.

Eurogroup Consulting (Hg.) (2017): Kundenbankstudie 2017: Mehr als jeder zehnte Deutsche will nächstes Jahr seine Bank wechseln - Eurogroup Consulting Deutschland. Online verfügbar unter <http://www.eurogroupconsulting.de/blog/2017/06/28/kundenbankstudie-2017-mehr-als-jeder-zehnte-deutsche-will-naechstes-jahr-seine-bank-wechseln/>, zuletzt geprüft am 02.01.2018.

Fischer, Matthias (2017): Robo Advisory und automatisierte Vermögensverwaltung. In: *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen* 67 (3), S. 183–193.

Gruber, Stefan; Seidel, Marcel (2017): Herausforderungen für Finanzinstitute im Bereich des Crowdfundings. In: Marcel Seidel (Hg.): *Banking & Innovation 2017. Ideen und Erfolgskonzepte von Experten für die Praxis*. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 109–124.

Pick, Doreén; Haase, Michaela (2015): Gründe der Mitwirkung in der kommerziellen Sharing Economy. In: *Marketing Review St. Gallen* 32 (4), S. 7–15. DOI: 10.1007/s11621-015-0554-0.

PwC (Hg.) (2015): Share Economy. Repräsentative Bevölkerungsbefragung. Online verfügbar unter <https://www.pwc.de/de/digitale-transformation/assets/pwc-bevoelkerungsbefragung-share-economy.pdf>, zuletzt geprüft am 04.01.2018.

PwC (Hg.) (2016): Privatkundengeschäft der Zukunft. Online verfügbar unter <https://www.pwc.de/de/finanzdienstleistungen/banken/assets/pwc-befragung-privatkundengeschaeft-der%20-zukunft.pdf>, zuletzt geprüft am 03.01.2018.

PwC (Hg.) (2017): Digitale Assistenten Bevölkerungsbefragung. Online verfügbar unter <https://www.pwc.de/de/consulting/management-consulting/pwc-befragung-digitale-assistenten-2017.pdf>, zuletzt geprüft am 03.01.2018.

Vatanparast, Farid; Kaufmann, Jan (2017):

Share Economy: Ein Business-Gedanke mit Zukunft? In: Marcel Seidel (Hg.): *Banking & Innovation 2017. Ideen und Erfolgskonzepte von Experten für die Praxis*. Wiesbaden: Springer Gabler, 91-.

ZEW (Hg.) (2017): Wie reagieren Sparer in Deutschland auf das Niedrigzinsumfeld? Online verfügbar unter <https://www.ing-diba.de/pdf/ueberuns/presse/publikationen/zew-umfrage2017.pdf>, zuletzt geprüft am 04.01.2018.