

«Der Gewinner ist auf jeden Fall der Konsument»

Robo-Advisors boomen in den USA; in der Schweiz konnten sie sich bisher nicht durchsetzen. Weshalb Robo-Advisors trotzdem auch hierzulande Potenzial haben, verrät uns Daniel Peter, Mitgründer und CEO von Viac. Interview: Colin Wallace

Warum finden Robo-Advisors in der Schweiz weniger Anklang als etwa in den USA? Woher rührt die Skepsis der Schweizer für Robo-Advisors?

Daniel Peter: Eine grundsätzliche Skepsis gegenüber Robo-Advisors ist in unseren Augen in der Schweiz nicht vorhanden. Vielmehr ist es wohl so, dass die USA eines der aktienaffinsten Länder sind und entsprechend die Verbreitung von Robo-Advisors auch höher ausfällt. Zudem sind in den USA mit der Trading-Plattform Robinhood bereits «Zero-Cost»-Lösungen am Markt, die eine zusätzliche Attraktivität ausstrahlen. Weitere Unterschiede zwischen Lösungen in den USA und Angeboten auf dem Schweizer Markt sind etwa die tieferen Eintrittsschwellen oder Angebote, bei denen die ersten 10 000 US-Dollar kostenlos verwaltet werden. So beträgt in den USA die Eintrittsschwelle meist nur 500 US-Dollar oder weniger. Demgegenüber liegt in der Schweiz dieser Schwellenwert meist bei 5000 Franken oder mehr. Viac bildet hier eine klare Ausnahme

im Vergleich zum restlichen Schweizer Markt: Die Eintrittsschwelle liegt bei lediglich 1 Franken, und über die Weiterempfehlung der Lösung kann man bis zu 2000 Franken kostenlos verwalten lassen. Mit bereits rund 15 000 aktiven Kunden nach weniger als zwei Jahren kann also nicht von einer grundsätzlichen Skepsis der Schweizer gegenüber digitalen Anlageplattformen gesprochen werden.

Wie kann Robo-Advisory in der Schweiz gegen die ausländische Konkurrenz bestehen?

Vielfach wird der Preis als Differenzierungsfaktor erwähnt – dies allein reicht jedoch nicht aus. Auch eine gute Customer Journey wird mittlerweile im Smartphone-Zeitalter als selbstverständlich erachtet. Eine Differenzierung kann man in unseren Augen zum Beispiel durch einen sehr guten Kundenservice erreichen. Schnelle und einfache Erreichbarkeit in einer Landessprache sind hier zentral. Dies wird von den Kunden sehr geschätzt. Bei den Rahmenbedingungen gibt es Vor-, aber auch Nachteile. Positiv sind etwa die politische Stabilität und die Rechtssicherheit in der Schweiz. Nachteilig wirken sich zum Beispiel der nicht vorhandene europäische Marktzugang oder die mangelnde Schnittstellenharmonisierung aus.

Wie geht es für Viac nun weiter?

Die vor mehr als zwei Jahren gesetzten Ziele wurden bereits weit übertroffen. Dies nimmt uns einen gewissen Druck von den Schultern und lässt uns mehr Freiraum für neue innovative Ideen. Im Moment fokussieren wir uns primär auf den Vorsorgemarkt, doch bald soll aus Viac mehr werden als eine reine Vorsorgeplattform. Wir sind an mehreren spannenden Ideen dran – wollen aber noch nicht zu viel verraten.

Wie sieht die Zukunft für Robo-Advisory in der Schweiz aus?

Wir gehen davon aus, dass diverse Start-ups wieder vom Markt verschwinden werden, da sich der Erfolg nicht genügend schnell einstellt und der Fintech-Investment-Boom wohl aktuell einen Höhepunkt erreicht hat. Irgendwann muss man Geld verdienen. Der Druck wird von den etablierten Banken kommen – hat doch gerade jüngst die Credit Suisse eine digitale Plattform angekündigt. Der Gewinner ist auf jeden Fall der Konsument: er profitiert von günstigeren und digital ansprechenden Produkten.



Daniel Peter,
Co-Founder &
CEO, Viac.