

Positionspapier

des Bankenverbandes zu Robo-Advice

20. März 2017



Kidsada Manchinda / Getty Images

Bundesverband deutscher Banken e. V.
Burgstraße 28
10178 Berlin
Telefon: +49 30 1663-0
Telefax: +49 30 1663-1399
www.bankenverband.de
USt.-IdNr. DE201591882

Robo-Advice – Standortbestimmung des Kommunikationsforums Digital Banking des Bankenverbandes

Der Bankenverband hat das Kommunikationsforum Digital Banking ins Leben gerufen, um die Zusammenarbeit und den Austausch von privaten Banken und Unternehmen, die neue Technologien im Finanzsektor entwickeln und anbieten (nachfolgend „FinTechs“), zu fördern. Die AG Anlagegeschäft wurde gegründet, um gemeinsam Fragestellungen rund um digitale Dienstleistungen für Kunden im Wertpapiergeschäft zu erörtern. Insbesondere hat sich diese AG das Ziel gesetzt, ein gemeinsames Verständnis über den verbreiteten Begriff „Robo-Advice“ und die davon betroffenen Dienstleistungen zu schaffen sowie die Chancen und Herausforderungen in diesem Zusammenhang zu diskutieren. Was diese neuen digitalen Finanzdienstleistungen verbindet, ist ein Algorithmen-basiertes Empfehlungs-Management für die Anlageberatung. Entwickelt haben sie zumeist FinTechs, aber auch Banken bieten zunehmend solche Online-Tools und Apps an. Häufig kommt es auch zu Kooperationen.

Dieses Positionspapier fasst das Ergebnis der Erörterungen in der AG Anlagegeschäft des Kommunikationsforums Digital Banking zusammen und formuliert grundsätzliche Anforderungen an einen regulatorischen Rahmen für Robo-Advice. Kurz gesagt, kommt die AG zu folgender Standortbestimmung Robo-Advice:

- Robo-Advice bietet Kunden und Anbietern neue Möglichkeiten und Chancen.
- Zahlreiche Banken und FinTechs haben RoboAdvisor an den Markt gebracht oder arbeiten daran – auch gemeinsam.
- Der Umfang der betreuten Gelder ist im Verhältnis zu den klassischen Wertpapierdienstleistungen noch gering. Das Wachstumspotential ist aber groß.
- Mit steigender Bedeutung wird das Thema bei Aufsicht und Regulierung weiter nach oben auf der Agenda rücken. Auch wenn das geltende Recht nicht grundlegend reformiert werden muss, sind Anpassungen und Flexibilisierungen, die den neuen digitalen Geschäftsmodellen gerecht werden, wünschenswert.

Robo-Advice – was ist das eigentlich?

Der Begriff „Robo-Advice“ ist - auch mangels einer Legaldefinition – ungenau. Nach unserem Verständnis fallen hierunter jedenfalls alle computergestützten Tätigkeiten, die

- der Anlageberatung (§ 1 Abs. 1a Nr. 1a Kreditwesengesetz -KWG),
- der Anlagevermittlung (§ 1 Abs. 1a Nr. 1 KWG) sowie
- der Finanzportfolioverwaltung (§ 1 Abs. 1a Nr. 3 KWG) zuzurechnen sind.

Wir gehen aber im Folgenden davon aus, dass auch weitere Tätigkeiten unter den Begriff Robo-Advice gefasst werden können, die weder vom Kreditwesengesetz, noch vom Wertpapierhandelsgesetz erfasst werden.

Wo liegen die Chancen und Herausforderungen von Robo-Advice?

Kundensicht

Kostensenkung

Robo-Advice dürfte für den Kunden in aller Regel günstiger sein, als die Inanspruchnahme von herkömmlichen Wertpapierdienstleistungen. Die Dienstleistungen werden zum einen weitgehend durch Algorithmen erbracht und Personaleinsatz ist somit kaum erforderlich. Die Anleger werden aber zum anderen auch bei den anfänglichen und laufenden Kosten der von Robo-Advice-Anbietern typischerweise vertriebenen Produkte (z.B. ETF) sparen können.

Abbau von Barrieren / Leichter Zugang

Robo-Advice senkt für Kunden die Hemmschwelle, in die Wertpapierwelt einzusteigen. Viele Robo-Advice-Angebote sprechen durch ihre Gestaltung auch wenig erfahrene Anleger an.

RoboAdvisor bieten häufig eigens für Neueinsteiger und interessierte Kunden aufbereitete Informationen und/oder Recherchemöglichkeiten an. Somit erhält der Anleger die Möglichkeit, sich fortlaufend und flexibel über Anlagemöglichkeiten zu informieren.

Hinzu kommt, dass im Gegensatz zu herkömmlichen Wertpapierdienstleistungen die Kunden Robo-Advice unabhängig von Öffnungs- oder Telefonzeiten „rund-um-die-Uhr“ in Anspruch nehmen können. Diese ständige Verfügbarkeit erleichtert die Integration in den Kunden-Alltag.

Vergleichbarkeit

Da Robo-Advice regelmäßig über das Internet angeboten wird, ist es für Kunden relativ leicht, die verschiedenen Anbieter und Dienstleistungen miteinander zu vergleichen, auch über Internetportale.

Ausschluss subjektiver Beratungsfehler

Aufgrund digitalisierter Prozesse und eines hohen Grades an Standardisierung kommt Robo-Advice ohne Eingriffe menschlicher Anlageberater aus. Hierdurch können subjektive Beratungsfehler durch Anlageberater ausgeschlossen werden. Robo-Advice kann damit ein konstantes Qualitätsniveau bieten.

Medienbrüche vermeiden

Robo-Advice muss als Online-Dienstleistung möglichst ohne Medienbrüche auskommen. So könnte beispielsweise eine Pflicht, sich als Kunde in einer Filiale zu identifizieren, vom Kunden als unkomfortabel empfunden werden. Es erscheint daher sinnvoll, Prozesse soweit wie möglich so zu gestalten, dass der Kunde seine Mitwirkung digital (e-mail, online-banking, App..) erbringen kann.

Dienstleistung aus einer Hand

Auch wenn es beim Robo-Advice zu Kooperationen zwischen verschiedenen Anbietern kommt, werden die Kunden in der Regel erwarten, dass die Dienstleistung aus einer Hand erbracht wird.

Datensicherheit

Je nach Ausgestaltung des Robo-Advice-Angebots werden Kunden mehr oder weniger sensible Daten mit dem Unternehmen teilen. Sie müssen davon ausgehen können, dass diese Daten angemessen gesichert werden, so dass kein unbefugter Dritter Zugang erlangt. Je mehr Dienstleister in einer Kette in die Erbringung des Robo-Advice eingebunden sind, umso größer dürfte die Herausforderung sein, den Datenschutz zu gewährleisten.

Einfache Darstellung

Der Trend zu mobilen Endgeräten und die Möglichkeit, Robo-Advice überall zu nutzen, werden auch dazu führen, dass viele Anleger erwarten, dass Robo-Advice-Dienstleistungen einfach strukturiert sind und leicht verständlich dargestellt werden („Convenience“). Lange Fließtexte auf Webseiten sind erfahrungsgemäß nur mühsam zu erfassen. Die Herausforderung wird sein, die für den Kunden wichtigen Informationen kompakt aufzubereiten.

Interaktion mit dem Anbieter

Wie bei allen Dienstleistungen über elektronische Medien wird es seitens der Kunden die Erwartung geben, dass eine möglichst einfache und kurzfristige Kommunikation mit dem Anbieter möglich ist. Anbieter sollten daher über entsprechende Kommunikationskanäle verfügen.

Individuelle Angebote

Es wird anspruchsvolle Kunden geben, die individuell auf ihre Bedürfnisse angepasste Produkte, Dienstleistungen und Funktionalitäten nachfragen (z.B. echtes Kundenprofiling auf Basis gesamter Vermögens-Situation, Ermittlung tatsächlicher Risiko-Tragfähigkeit, Risiko-Analyse-Funktionalitäten sowie edukative Elemente). Um die Bedürfnisse dieser Kundengruppe zu befriedigen, werden Anbieter aufwendigere Systeme einrichten müssen.

Anbietersicht

Kostensenkung

Durch die Digitalisierung und die damit einhergehende Standardisierung können die Kosten für die Erbringung von Wertpapierdienstleistungen langfristig signifikant gesenkt werden. Zwar entstehen zunächst in der Regel zu Beginn hohe Einführungskosten für die Entwicklung neuer Systeme. Wir gehen jedoch davon aus, dass über kurz oder lang das Einsparpotential bei den laufenden Kosten überwiegen kann.

Ein konkretes Beispiel ist das Einsparpotenzial bei der Historisierung von Daten. Rund um das Wertpapiergeschäft müssen Anbieter eine Vielzahl von Daten erheben und verwalten (z.B. Kundenexploration, Orderdaten). Diese müssen z.B. auf Anfragen von Kunden oder der Aufsicht kurzfristig verfügbar archiviert werden. Beim Robo-Advice dürften alle relevanten Daten von vornherein elektronisch erfasst werden. Die analoge Datenerfassung, z.B. über Schriftstücke, dürfte die Ausnahme bilden.

Neue Kundengruppen erschließen

Durch Robo-Advice können neue Kundengruppen erschlossen werden, die bislang aus verschiedenen Gründen keine Wertpapierdienstleistungen nachgefragt haben. Die niedrighwelligen, digitalen Angebote setzen gerade für die junge, online-affine Generation einen hohen Nachfrageanreiz und sind geeignet, das Interesse dieser Zielgruppe an Finanzanlageprodukten zu wecken.

Schnellere Produktlebenszyklen

Da Robo-Advice-Dienstleistungen in erster Linie auf Algorithmen beruhen und daher grundsätzlich nur wenig Personalaufwand für Einführung und Aufrechterhaltung erforderlich ist, können neue Dienstleistungsangebote wesentlich schneller entwickelt werden, als herkömmliche Dienstleistungsangebote. Denn diese erfordern z.B. die Schulung und Überwachung aller betroffenen Vertriebsmitarbeiter.

Internationalisierung

Mittels Robo-Advice dürfte es für die Anbieter leichter sein, ihre Dienstleistungen grenzüberschreitend zu erbringen. Da Anleger über zentralisierte Systeme die Angebote abrufen können, dürfte der Aufbau eines Vertriebsnetzes regelmäßig entfallen bzw. deutlich weniger kosten. Die Erschließung neuer Märkte im Ausland ist daher viel günstiger als bei herkömmlichen Inlandsdienstleistungen.

Klassische Anlageberatung unterstützen

Robo-Advice kann auch mit klassischer Anlageberatung kombiniert werden – möglicherweise eine „Win-Winsituation“. So ist vorstellbar, dass die Qualität der Beratung in der Fläche verbessert bzw. mit geringerem Aufwand sichergestellt werden kann: Anlageberater können mit zusätzlichen Funktionalitäten entlastet und effizienter werden, z.B. mittels Kunden-Profilung, unterstützenden Beratungs-Logiken oder auch standardisierten, automatisierten Anlagevorschlägen.

Vernetzung von Filialgeschäft und digitaler Welt

Robo-Advice ermöglicht eine Vernetzung von Filialgeschäft und digitaler Welt. So könnten bspw. Kunden, die eine persönliche Betreuung bevorzugen, in der Filiale an neue digitale Angebote herangeführt werden. Damit würde sich auch für Filialkunden die Angebotspalette um „digitale Alternativen“ erweitern. Die sich hieraus ggf. ergebenden unmittelbaren Interaktions- und Abschlussmöglichkeiten könnten das Filialgeschäft stärken.

Auswirkungen auf herkömmliche Geschäftsmodelle

Die Digitalisierungsprozesse im Wertpapiergeschäft werden spätestens mittelfristig auch Einfluss auf die klassischen Geschäftsmodelle von Finanzdienstleistern haben. So werden z.B. beim Robo-Advice die Kosten für den Kunden voraussichtlich niedriger ausfallen als im herkömmlichen Beratungsgeschäft (siehe oben). Solch ein Kostendruck wird auch am klassischen Beratungsgeschäft nicht vorbeigehen.

Wieviel Regulierung ist nötig für Robo-Advice?

Anforderungen an einen rechtlichen Rahmen für digitale Wertpapiergeschäfte

Das geltende Finanzmarktrecht wurde geschaffen, um die klassischen, nicht-digitalisierten Geschäftsmodelle im Wertpapiergeschäft (z.B. persönliche Anlageberatung) zu regeln. Spezielle Vorgaben für Robo-Advice-Dienstleistungen gibt es bisher nicht, auch weil unklar ist, welche Beratungsleistungen und Tätigkeiten überhaupt unter diesen Begriff fallen und wie sie rechtlich einzuordnen sind.

Anbieter digitaler Dienstleistungen müssen sich also an den allgemeinen rechtlichen Vorgaben nach dem Kreditwesengesetz (KWG) und dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) orientieren, obwohl Robo-Advice-Dienstleistungen in Funktionsweise und Erscheinungsform mit herkömmlichen Wertpapierdienstleistungen manchmal nicht viel zu tun haben.

Brauchen wir also ein eigenes regulatorisches Rahmenwerk für neue, auf Digitalisierung beruhende Dienstleistungen? Und wenn ja - welche Anforderungen muss ein solches Regelwerk erfüllen?

Klar ist: um gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen, sollten für die klassische Anlageberatung und digitale Angebote in diesem Bereich einheitliche Anforderungen gelten. Auch Anbieter von neuen Geschäftsmodellen wollen keine „Regulierung light“ für sich in Anspruch nehmen. Eine gute Regulierung ist ein Qualitätsmerkmal und kann Kundenvertrauen in neue Geschäftsmodelle schaffen. Umgekehrt wäre es fatal, wenn durch neue Geschäftsmodelle ein bereits bestehendes Anlegerschutzniveau unterlaufen werden könnte.

Die Regulierung muss aber andererseits auch zu den neuen Geschäftsmodellen passen und darf diese nicht ohne Grund behindern.

Im Kundeninteresse müssen die zum Teil komplexen Angebote verständlich und klar geregelt werden. Wichtig ist eine saubere rechtliche Abgrenzung von Sachverhalten, die unterschiedliche Rechtsfolgen auslösen. So sollte z.B. Klarheit bestehen, wann die Schwelle von Informationsangeboten (Entscheidungshilfetools, Produktvergleiche) zur Anlageberatung überschritten ist.

Diese Überlegungen führen nicht zwingend zu dem Schluss, dass ein neues Regelwerk für das digitale Wertpapiergeschäft geschaffen werden muss. Es sollte aber geprüft werden, ob das geltende Recht erneuert werden muss, um den neuen Geschäftsmodellen gerecht zu werden. Folgende Beispiele zeigen, wie die derzeitigen rechtlichen Rahmenbedingungen Robo-Advice beschränken können:

- Transaktionsbezogene Informationspflichten (z.B. ex-ante-Kostenausweis unter MiFID II) können die Handlungsgeschwindigkeit des Kunden verlangsamen. Beim Ausführen von

Wertpapierordern nach Ordererteilung könnte sich der Kunde ausgebremst fühlen. Hier zählen bereits wenige Sekunden.

- Das Beratungsprotokoll in seiner aktuellen Form (z.B. Freitextfelder) hemmt die Einführung einer digitalen Anlageberatung. Die Geeignetheitserklärung, die nach dem 2. FiMaNoG das Beratungsprotokoll ersetzen soll, kann daher eine Möglichkeit sein, um die digitale Anlageberatung zu stärken. Um Kooperationen zwischen Banken und FinTechs zu erleichtern, sollte geprüft werden, inwieweit identische rechtliche Vorgaben von allen beteiligten Unternehmen wiederholt geprüft werden müssen (siehe unten „Vermeidung von Redundanzen bei Prüfung rechtlicher Vorgaben“).

Finanzaufsicht schafft Rahmenbedingungen

Das Thema Robo-Advice stellt auch die Aufsichtsbehörden vor neue Herausforderungen. Diese haben sich bislang im Wertpapiergeschäft vorwiegend mit den klassischen, nicht-digitalisierten Geschäftsmodellen befasst.

Eine kompetente und durchsetzungsstarke Aufsicht für digitale Dienstleistungen kann als ein Qualitätsmerkmal angesehen werden und dadurch auch Kundenvertrauen in digitalisierte Dienstleistungen schaffen.

Die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) ist aufgrund ihrer umfangreichen Erfahrungen und Ressourcen besonders gut für die Beaufsichtigung digitaler Dienstleistungen im Wertpapierbereich geeignet. Es ist daher erfreulich, dass die BaFin – unter anderem in gemeinsamen Workshops und Veranstaltungen – bereits zu erkennen gegeben hat, dass sie den neuen Geschäftsmodellen aufgeschlossen gegenübersteht und geeignete Rahmenbedingungen dafür schaffen will. So hat die BaFin bereits erste Angebote für neue Geschäftsmodelle im Wertpapierbereich entwickelt (z.B. Veranstaltungen wie die BaFin-Tech, spezielles Informationsangebot auf der Website¹). Diese Aktivitäten gehen eindeutig in die richtige Richtung, können aber noch optimiert werden. Die Schaffung eines Kompetenz-Centers könnte hilfreich sein, um bereits vorhandenes Knowhow zu bündeln und eine Anlaufstelle mit kompetenten Ansprechpartnern aufzubauen. Vorgaben der BaFin wie Rundschreiben, Auslegungshinweise und FAQ-Listen sollten zeitnah an neue Marktgegebenheiten und Geschäftsmodelle angepasst werden.

¹ https://www.bafin.de/DE/Aufsicht/FinTech/fintech_node.html

Kooperationen zwischen Banken und FinTechs

Die Einführung neuer Technologien wie Robo-Advice werden zu verstärkten Kooperationen und einer Arbeitsteilung zwischen Banken und FinTechs führen. Banken werden vermutlich zunehmend Prozesse auslagern, so dass die „Fertigungstiefe“ innerhalb der Häuser abnehmen wird.

Rechtliche Anforderungen im Allgemeinen

Mit vermehrten Kooperationen zwischen Banken und FinTechs wird ein Geflecht aus (zunehmend stärker) vernetzten Dienstleistungen entstehen. So ist zum Beispiel folgendes Szenario denkbar: Der Kunde einer Bank nutzt den Service eines FinTechs, das wiederum für den erbrachten Service eine Lizenz einer anderen Bank nutzt. Grundsätzlich wird zu prüfen sein, wie solche Kooperationsvernetzungen rechtlich zu gestalten sind.

Kommt es im Rahmen solcher Kooperationen zu Auslagerungen, müssen die jeweiligen rechtlichen Anforderungen geprüft und erfüllt werden. Dies kann z.B. für den Datenschutz bei der Weitergabe von Kundendaten an Dienstleister gelten.

Redundanzen bei Prüfung rechtlicher Vorgaben vermeiden

Der aktuelle aufsichtliche Rechtsrahmen führt dazu, dass rechtliche Anforderungen von allen Beteiligten einer Kooperation erfüllt werden müssen. Dies erschwert die Kooperationen zwischen Dienstleistern erheblich, da ein und dieselben Prozesse (z.B. Erhebung der Kundenangaben nach § 31 Abs. 4 WpHG, Legitimationsdaten, Beratungsprotokoll) immer wieder von allen beteiligten Parteien wiederholt werden müssen. Die hierdurch entstehenden Kosten werden über die Dienstleistungsentgelte an die Kunden weitergegeben. Um dies zu vermeiden, könnte geregelt werden, dass bestimmte rechtliche Anforderungen nur von einem der beteiligten Kooperationspartner erfüllt werden müssen. Selbstverständlich wäre hier darauf zu achten, dass das Anlegerschutzniveau nicht beeinträchtigt wird.

Zuständigkeiten und Verantwortung abgrenzen

Generell gilt, dass Zuständigkeiten und Verantwortung – auch aus Kundensicht - eindeutig und rechtssicher geregelt sein müssen. Im Mittelpunkt steht dabei der Kunde, das heißt: Dies gilt unabhängig davon, ob der Kunde über das FinTech oder über die Bank den Service bzw. das Produkt nutzt.

Datenschutzrechtliche Anforderungen

Im Fall einer Kooperation wird u.a. das Speichern, Teilen und Aktualisieren von Kundendaten ein zentraler Punkt sein. Gerade im regulierten Anlagegeschäft müssen viele Kundendaten abgefragt werden. Sie dienen zur Absicherung des Geschäfts und der Kunden. Dabei wird besonders auf die Einhaltung von Datenschutzbestimmungen zu achten sein.

Bei dem Umgang mit Kundendaten stellen sich zahlreiche praktische und juristische Fragen, die im Rahmen einer Kooperation geklärt werden sollten, z.B.:

- Weitergabe von Daten zur Kundenidentifizierung an Dienstleister,
- Beachtung von Geldwäschevorgaben,
- Einhaltung von Datenschutzvorschriften,
- künftige Kundenidentifikation nach MiFID II bei Wertpapierordern,
- Verwendung von Blockchain / der Distributed Ledger Technology,
- Umgang mit bzw. Verwendung von Kundendaten („smart data“, „big data“).

Qualitätsstandards

Soweit ein Anbieter für sich bestimmte Qualitätsstandards definiert hat, muss sichergestellt werden, dass diese auch im Rahmen einer Kooperation von jedem Glied in der Kette erfüllt werden.