

∞ PAIR Finance

Neue Maßstäbe mit KI.
Europas fortschrittlichstes Inkasso.



EINE PUBLIKATION VON SMART MEDIA

SMART.

Future of Finance



September '25

Eric Demuth


Der Gründer von Bitpanda spricht im Interview über die europäische Finanzwelt und wie sie in Zukunft wieder oben mitspielen kann.

Premium Partner

Klarna

Weitere Informationen auf Seite 3

Lesen Sie mehr auf **fokus.swiss**



Ebury

Finanzen im Spitzensport:

Über die Kunst des Risikomanagements im globalen Spiel.

Florian Toncar

Willkommen bei Smart Future of Finance

Liebe Leserinnen und Leser, vor einem knappen Jahr habe ich das Global Fintech Fest in Mumbai besucht – als einer von über 80 000 Teilnehmenden aus der ganzen Welt. Nun sind solche Events ja überall auf dem Globus grundsätzlich optimistische Treffen mit vielen technikaffinen jungen Menschen, die für ihre Idee brennen oder sich für die Idee eines anderen begeistern. Dennoch haben mich die Euphorie und der Optimismus in Indien besonders beeindruckt. Gründer, die wie Popstars gefeiert werden, riesige Mengen, die sich durch endlose Hallen schieben, der indische Premierminister, der das Festival persönlich besucht, eine Gesellschaft, die trotz großer Probleme in der Gegenwart an ihre Zukunft glaubt.

Von dieser Einstellung brauchen wir auch in Europa mehr. Denn es ist ja nicht so, dass es uns an Ideen, technologischen Fähigkeiten oder vielversprechenden Unternehmen mangeln würde. Allerdings müssen wir unsere Tech-Unternehmen endlich so behandeln, wie sie es verdienen, und ihnen den politischen und rechtlichen Rahmen geben, den sie brauchen, um weltweit in der Spitzengruppe mitspielen zu können.

Die Wirtschaft in Deutschland und Europa steht bekanntlich vor massiven Veränderungen. Digitalisierung, Dekarbonisierung, Handelskonflikte und wirtschaftliche Fragmentierung, Kampf um Technologieführerschaft und Rohstoffe, Stärkung von Resilienz und Verteidigungsfähigkeit – all das sind Trends, auf die Europa eine Antwort finden muss.

Ich bin überzeugt davon, dass diese Antwort nicht darin bestehen kann, alte Industrien und Geschäftsmodelle abzuschirmen, zu schützen, zu subventionieren. Vielmehr müssen wir für alle Geschäftsideen und alle Unternehmen – alte wie neue – faire Rahmenbedingungen schaffen. Wir sollten unsere bisherigen Schlüsselbranchen nicht ohne Not aufgeben. Im Zweifel sollten wir aber den wirtschaftlichen Wandel als Chance auf Verbesserung begreifen und fördern. Gerade der digitale Finanzmarkt spielt hier eine wichtige Rolle. Hier kann jede und jeder einzelne leicht erkennen, wie Digitalisierung unser Alltagsleben



verbessert, weil hungrige Newcomer die traditionellen Unternehmen herausfordern.

Die beste Rezeptur für eine zukunftsgerichtete Wirtschaftspolitik ist daher Zurückhaltung des Staates bei Markteingriffen und Regulierungsdichte. Regulierung macht nahezu immer jungen Unternehmen mit neuen Ideen und Produkten größere Probleme als den etablierten, lobbystarken, häufig großen Playern. In besonderer Weise gilt das für dicht regulierte und beaufsichtigte Branchen wie das Finanzwesen, weil junge Unternehmen hier regelmäßig nicht nur Kunden, sondern auch Aufsichtsbehörden von ihrer Idee überzeugen müssen. Und das Zweite ist nicht selten schwieriger als das Erste. Das schafft naturgemäß Verzögerungen bei der Einführung neuer, innovativer Produkte.

Daher sollte der Staat lieber eine verlässliche Infrastruktur für neue Ideen und unternehmerisches Handeln schaffen: Unser Angebot an Kinderbetreuung ist erst dann gut genug, wenn wirklich alle Mütter und Väter in der Lage sind, ihrem Beruf ohne Nachteile für das eigene Fortkommen nachzugehen. Unsere Schulen und Hochschulen müssen selbstständiges Denken und eigenständiges Problemlösen in den Vordergrund stellen. Wir müssen Naturwissenschaften, Informatik und Ingenieurwissenschaften, Handwerk und technische Berufe stärken. Wir brauchen mehr Zuwanderung in den Arbeitsmarkt und weniger in die sozialen Sicherungssysteme.

Gründen aus der Universität oder dem Beruf heraus muss einfacher werden, von der Gewerbeanmeldung über das Arbeitsrecht bis hin

zum Umgang mit geistigen Eigentumsrechten aus eigener Forschung. Für die Finanzierung von Start-ups in allen Phasen brauchen wir starke europäische Akteure am Kapitalmarkt und eine andere Anlegerkultur; das wäre übrigens auch die wirksamste Maßnahme für Vermögensaufbau und Altersvorsorge für die Breite unserer Gesellschaft. Die Finanzaufsicht muss offen sein für Innovationen und ganz allgemein schnellere Entscheidungen treffen. Sie sollte neben der Stabilität und Integrität des Finanzmarkts auch die Attraktivität des Finanzplatzes im Auge behalten, damit die Verbraucherinnen und Verbraucher in Europa erstklassige Finanzdienstleistungen auch von europäischen Anbietern beziehen können.

Unsere Energiepolitik braucht – gerade auch wegen der für die Anwendung künstlicher Intelligenz erforderlichen riesigen Rechenzentren – eine komplette Neuausrichtung. Alle Möglichkeiten, klimafreundliche Energie zu erzeugen, müssen dabei eine Rolle spielen – ausdrücklich auch moderne Kernkraftwerkstypen wie »Small Modular Reactors« oder Gaskraftwerke in Verbindung mit CO₂-Abscheidung und -Einspeicherung (CCS). Der europäische Finanzbinnenmarkt muss weiter zusammengeführt werden, indem etwa Datenrecht, Geldwäschereaufsicht und steuerliche Regelungen für Anleger harmonisiert werden.

Am wichtigsten ist jedoch eine grundlegende Veränderung in unseren Köpfen. Ganz nach dem Motto des US-amerikanischen Bestsellerautors Rory Vaden: »Erfolg besitzt man nicht, man mietet ihn – und die Miete ist tagtäglich fällig.« Wir Europäerinnen und Europäer haben trotz der vielen Umbrüche unserer Zeit und einem schwierigen globalen Umfeld unseren Erfolg ganz wesentlich selbst in der Hand. Wenn wir ihn wollen, müssen wir allerdings konsequenter handeln als zuletzt. Mumbai wartet nämlich auf niemanden, ganz sicher aber nicht auf Europa.

Ich danke allen Beteiligten an der Sonderkampagne »Future of Finance« für ihr Engagement für diese wichtige Sache und wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen.

Text Florian Toncar

Lesen Sie mehr.

- 06 Wirtschaftliche Lage in Deutschland
- 10 Interview: Eric Demuth
- 12 Risikomanagement
- 16 KI in Finanzen
- 20 Impact Investing
- 24 Sport & Finance
- 26 Digitale Inkassoplattform

Smart Future of Finance.

Verlag und Herausgeber



Smart Media Agency AG,
Gerbergasse 5, 8003 Zürich,
Schweiz

Redaktion (Verantwortlich)

Nicolas Brütisch

Smart Media Agency AG,
Gerbergasse 5, CH – 8001 Zürich
Tel +41 44 258 86 00

Layout (Verantwortlich)

Mathias Manner

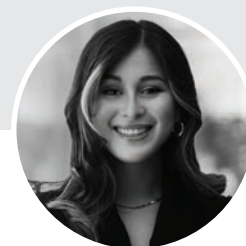
Smart Media Agency AG,
Gerbergasse 5, CH – 8001 Zürich
Tel +41 44 258 86 00

Anzeigen (Verantwortlich)

Morena Rönna

Smart Media Agency AG,
Gerbergasse 5, CH – 8001 Zürich
Tel +41 44 258 86 10

Druckerei

Handelsblatt Media Group GmbH

Viel Spaß beim Lesen!
Morena Rönna
Project Manager

Brandreport • Fintool

»Die Leute sollten *Finanzesisch* lernen. Es ist nicht so schwierig, wie es gerne gemacht wird«



Erwin W. Heri
Professor für Finanztheorie

Zu wenig Finanzthemen in der Schule, kaum Sparzinsen, drohende Altersarmut. Erwin W. Heri, Professor für Finanztheorie an der Universität Basel und am Swiss Finance Institute in Zürich, will mit der nicht gewinnorientierten Bildungsplattform *fintool.ch* eine Kehrtwende bei der Planung der eigenen Finanzen einleiten.

Herr Heri, mit Ihrer Plattform *fintool.ch* wollen Sie das Wissen und Planen

von Finanzen endlich breiter streuen. Wo hakt es denn am meisten?

Die meisten Leute haben einerseits wenig Ahnung von Geld, Finanz und Anlagen – woher sollten sie sie auch haben – und andererseits schlicht Angst vor der vermeintlichen Komplexität der Themen. Das ist schade, denn die Sachen sind nicht so kompliziert, wie sie gerne gemacht werden. Dabei dürfen wir nicht vergessen, dass es viele Unternehmen gibt, die von dieser vermeintlichen Komplexität gut leben. Die also eigentlich gar kein Interesse haben, dass die Leute zu viel verstehen.

Was hat dieses Nichtwissen und dann auch Nichtstun denn für Auswirkungen?

Einerseits verpasste Opportunitäten, aber viel wichtiger: Immer wieder katastrophale Reinfälle, weil man sich von irgendwelchen Scharlatanen über den Tisch ziehen lässt. Nichtwissen kann teuer sein, weil man sich gut verkauften Illusionen hingibt.

Ihre Plattform soll speziell auch die Finanzierung im Alter erleichtern?

Wenn man versteht, wie Geld und Anlagen funktionieren und welche Opportunitäten sich daraus langfristig ergeben, wird man sich finanziell automatisch besser auf den dritten Lebensabschnitt vorbereiten.

Wie lassen sich denn mit mehr fundiertem und vor allem auch neutralem Wissen bessere Anlageentscheidungen treffen?

Einfaches Basiswissen hilft, die richtigen Fragen zu stellen. Sich beispielsweise auch bewusst zu sein, dass viele Anlageberater – auch wenn sie sich noch so unabhängig und neutral geben – letztlich Produktverkäufer sind, die von den Umsätzen leben, und zunächst einmal ihren eigenen Geldbeutel im Fokus haben. Gutes Basiswissen hilft auch, sich vor allerlei Träumen zu schützen. »There is no such thing as a

free lunch« – und ja, es gibt sie, die Glückspilze, die irgendwann einmal auf das richtige Pferd gesetzt haben. Es gibt ja schließlich auch die Lottomillionäre. Diese würden Sie aber auch nicht zu den nächsten Zahlen befragen. Wissenschaftlich bestätigtes, seriöses Basiswissen hilft, mit seinem Geld vernünftige reale Erträge zu erwirtschaften und sich nicht irgendwelchen Illusionen hinzugeben, die dazu führen, dass andere am Schluss mit Ihrem Geld mehr verdienen als Sie selbst. Das ist das, was wir uns bei Fintool auf die Fahnen geschrieben haben.

Weitere Informationen unter:
fintool.ch



»Banking ist Vertrauen – und das nehmen wir ernst«

Banking lebt von Vertrauen: Sicherheit, klare Regeln und echte Kontrolle entscheiden darüber, ob Menschen neuen Angeboten trauen. Nicole Defren ist Head of Europe bei Klarna, einer Bank aus Stockholm, die Bezahlen, Sparen und die Klarna Card in einer App bündelt – mit Echtzeitbenachrichtigungen und einem neuen Debit-Flex-Angebot, das zusätzliche Kontrolle im Zahlungsalltag ermöglicht. Sie spricht im Interview über Klarnas europäische Wurzeln, regulatorische Verantwortung und die Zukunft des Bezahlsens.



Nicole Defren
Head of Europe

Frau Defren, Klarna war lange vor allem als Check-out-Button bekannt. Heute positionieren Sie sich als umfassende Finanzplattform. Was steckt hinter diesem Wandel – und welche Rolle spielt Sicherheit dabei?

Klarna hat sich als europäische Bank mit Sitz in Stockholm von einer reinen Zahlungsfunktion am Ende des Online-Einkaufs hin zu einer digitalen Finanzassistentin entwickelt, die Menschen im Alltag unterstützt. Im Zentrum stehen Transparenz, Kontrolle und Sicherheit. Kund:innen erwarten heute nachvollziehbare Konditionen, klare Kosten und Schutz vor Missbrauch. Genau darauf richten wir unsere Produkte aus – mit dem Anspruch, Komplexität zu reduzieren und volle Kontrolle zu geben. Ein wichtiges Beispiel, wie wir diese Prinzipien umsetzen, ist die Klarna Card.

Lassen Sie uns gerne kurz bei Ihrem Beispiel bleiben: Worin unterscheidet sich denn die Klarna Card von klassischen Bankkarten – und wie trägt sie dazu bei, Vertrauen und Sicherheit zu stärken?

Die Klarna Card steht für unsere Debit-first-Strategie. Kund:innen können ihre Einkäufe sofort oder innerhalb von bis zu 30 Tagen begleichen – und zwar mit ihrem eigenen Geld. Das fördert finanzielle Kontrolle. Unsere Nutzer:innen haben im Schnitt deutlich geringere offene Beträge als klassische Kreditkartenkund:innen – ein Zeichen dafür, dass das Modell gesünder ist. Ergänzend sorgen Echtzeit-Benachrichtigungen und volle Kostentransparenz dafür, dass Ausgaben jederzeit im Blick bleiben. So verbinden wir Flexibilität mit Verantwortung.

Deutschland gilt als besonders sensibler Markt in Sachen Regulierung und Sicherheit. Wie begegnen Sie diesen Anforderungen?

Als voll lizenzierte europäische Bank unterliegen wir strengen Aufsichts- und Compliance-Vorgaben. Das gibt unseren Kund:innen Sicherheit – und es entspricht unserem Selbstverständnis. Ich möchte, dass Klarna Maßstäbe für verantwortungsvolle Finanzinnovation setzt – und genau deshalb haben wir von Beginn an Transparenz und Verbraucherschutz betont. Dazu gehören klare Konditionen, der Verzicht auf versteckte Gebühren und ein

Unsere Nutzer:innen haben im Schnitt deutlich geringere offene Beträge als klassische Kreditkartenkund:innen.

– Nicole Defren,
Head of Europe

konsequentes Fraud-Prevention-System, das Transaktionen in Echtzeit überwacht. Vertrauen ist die Grundlage für jedes Finanzgeschäft – deshalb investieren wir hier besonders stark.

Welche Rolle spielt Regulierung für Sie als international tätiges Fintech?

Eine sehr wichtige. Wir begrüßen, dass die EU mit der »Consumer Credit Directive« klare Regeln für »Buy now, pay later« einführt. Einheitliche Standards schaffen Vertrauen und gleiche Wettbewerbsbedingungen. Entscheidend ist dabei, dass Regulierung die Interessen der Verbraucher:innen schützt und gleichzeitig Innovation ermöglicht. Nur so profitieren am Ende die Kund:innen – und genau dafür setzen wir uns ein. Regulierung schafft den Rahmen – Vertrauen entsteht aber erst im Alltag.

Klarna will mehr sein als Fintech, ein vertrauensvoller Finanzpartner. Wie gewinnen Sie dieses Vertrauen in Deutschland?

Vertrauen ist kein Versprechen, sondern etwas, das man jeden Tag neu beweisen muss. Vertrauen entsteht durch klare Regeln, wie sie Kund:innen

in Deutschland besonders schätzen, verlässliche Prozesse und tägliche Beweise im Produkt. Als europäische Bank mit Sitz in Stockholm arbeiten wir unter strengen Aufsichtsvorgaben, investieren in Prävention und verschlüsseln sensible Daten nach hohen Standards. Ich sehe in meinen Märkten – gerade in Deutschland – sehr deutlich, dass Kund:innen heute mehr Transparenz und Kontrolle erwarten. Diese Erfahrungen fließen direkt in unsere Produktgestaltung ein. Aber Vertrauen bedeutet auch Nähe im Alltag. Deshalb engagieren wir uns dort, wo Menschen uns erleben – ein Beispiel ist unsere Partnerschaft mit dem Deutschen Fußball-Bund. Fußball steht für Gemeinschaft und Verlässlichkeit. Diese Präsenz zeigt: Klarna ist hier zu Hause und ein Partner, auf den man sich verlassen kann.

Sie beschreiben Klarna gern als europäische Alternative zu US-Konzernen. Warum ist dieser Unterschied so relevant?

Klarna ist in Stockholm gegründet worden und in Europa gewachsen. Diese Herkunft prägt uns. Bei uns ist Datenschutz kein Add-on, sondern kulturell verankert: Wir denken

europäisch, was Verbraucherschutz, Datenschutz und Regulierung betrifft. Gleichzeitig sind wir global erfolgreich – heute nutzen mehr als 111 Millionen Menschen weltweit unsere Services. Diese Kombination aus europäischer Verwurzelung und internationaler Skalierung macht uns einzigartig.

Künstliche Intelligenz gilt als Treiber Ihrer Transformation. Was ist für Kund:innen in Deutschland schon heute sichtbar?

Sehr viel. Unser KI-Assistent beantwortet bereits zwei Drittel aller Kund:innenanfragen weltweit – schnell, präzise und rund um die Uhr. Für Kund:innen in Deutschland heißt das: weniger Wartezeit, mehr Transparenz und gleichzeitig die Sicherheit, dass komplexere Fälle von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bearbeitet werden. Mein Ziel ist es, dass wir KI nicht nur effizient einsetzen, sondern sie so gestalten, dass sie für Kund:innen in Europa Sicherheit und Kontrolle im Alltag spürbar erhöht. Zum Beispiel analysiert KI in der App das Ausgabeverhalten und hilft so, den Überblick zu behalten. Es geht uns nicht um Technologie um ihrer selbst willen, sondern um spürbaren Mehrwert im Alltag.

Wo sehen Sie Klarna in zehn Jahren?

Unsere Vision ist klar: Klarna wird Europas digitale Bank der Zukunft – transparent, sicher, nah am Alltag der Menschen. Wir definieren, wie Banking in Europa in zehn Jahren aussehen wird. Ich möchte, dass Klarna weiterhin Vorreiter für verantwortungsvolle Finanzinnovation ist – und dass wir dieses Modell nach ganz Europa tragen. Wir wollen die bevorzugte Plattform für Shopping und Geldmanagement werden. Dafür kombinieren wir die Alltagsrelevanz des Einkaufens mit der Verlässlichkeit einer Bank. Mit unserer Debit-first-Strategie, KI-gestützten Services und neuen Angeboten – von Sparprodukten bis hin zu Abomodellen – schaffen wir eine robuste Infrastruktur für die digitale Finanzwelt der Zukunft. Immer mit einem Ziel: Menschen mehr Kontrolle, Transparenz und Sicherheit im Umgang mit ihrem Geld zu geben.

Weitere Informationen unter:
klarna.com



Klarna



Buy now, pay later: Warum B2B eigene Regeln braucht

Digitale Zahlungslösungen, allen voran Buy now, pay later (BNPL), sind auch im Business-to-Business-Handel (B2B) angekommen. Doch geht es um Transaktionen zwischen Unternehmen und Geschäftskunden, unterscheiden sich die Anforderungen an Zahlungslösungen für Geschäftskunden stark von denen der Privatkundschaft. Worauf es ankommt, erklärt Dr. Christian Grobe im Interview.



Dr. Christian Grobe
Mitgründer und Geschäftsführer

Dr. Grobe, Sie kennen die Branche. Welche Herausforderungen begegnen Ihnen, wenn Sie mit Unternehmen sprechen?

Viele Firmen wissen, dass B2B-Kunden online ein ähnliches Käuferlebnis wie die Privatkundschaft erwarten. Sie greifen dann aber oft zu eigenen oder B2C-Zahlungslösungen – und scheitern. Denn die Herausforderungen im B2B sind komplett andere.

Worüber sprechen wir da konkret?

Erstens die Limits: Warenkörbe im B2B-Handel sind oft fünfmal so hoch wie im B2C und erreichen schnell mehrere tausend Euro. Das können Standardlösungen nicht abbilden. Zweitens die Zahlungsziele: Statt

14 oder 30 Tagen erwarten Geschäftskunden oft 90 oder sogar 120 Tage.

Stellt der Händler eigene BNPL-Angebote, muss er selbst in Vorleistung gehen und auch das entsprechende Kreditrisiko tragen. Mit und ohne Zahlungsausfall belastet das die Liquidität des Händlers enorm.

Zudem sind die Identifikation und Kreditprüfung viel komplexer. Wer kauft ein? Ist die Person für das Unternehmen kaufberechtigt? Wie steht es um die Bonität? Anders als eine simple Schufa-Abfrage bei Privatkundschaft erfordert die Prüfung von Firmen spezialisierte Anbieter, die in Echtzeit diverse Daten zur Zahlungsfreigabe bündeln können.

Apropos »Identifikation und Zahlungsausfall« – wie verhält es sich im B2B mit BNPL und Betrug?

Identitätsbetrug ist eine der größten Hürden und macht rund 80 Prozent der gemeldeten Verluste aus. Das größte Risiko sind dabei Neukunden oder Gast-Check-outs. Da die Methoden, auch KI-gestützt, immer raffinierter werden, braucht es Profis.

Als spezialisierter Anbieter nutzen wir ein eigenes, KI-gestütztes Risikomodell. Mittlerweile arbeiten wir mit rund 6000 Händlern europaweit zusammen und »sehen« täglich mehrere tausend unterschiedliche Firmenkunden. Das hilft, unser Modell stetig zu verbessern und anzupassen. So erkennen wir Betrugsversuche präzise und schützen unsere Händler, während ehrliche Kunden die nötige Zahlungsflexibilität erhalten.

Wir sprachen über Risiken. Drehen wir es mal um: Welche konkreten Vorteile und Chancen ergeben sich für Unternehmen, die einen spezialisierten B2B-BNPL-Anbieter integrieren?

Der größte Vorteil ist die sofortige Umsatzsteigerung. Unsere Partner erzielen im Schnitt 20 Prozent höhere Warenkörbe und eine deutlich bessere Conversion-Rate. Ein reibungsloser Check-out minimiert Kaufabbrüche.

Zudem werden flexible Zahlungen zu einem entscheidenden Service- und Loyalitätsfaktor.

Und drittens: Der administrative Aufwand entfällt. Anstatt sich selbst um

Rechnungsstellung, Mahnwesen und das Ausfallrisiko zu kümmern, können sich Firmen voll aufs Kerngeschäft konzentrieren. Es geht also nicht nur um Risikominimierung, sondern um handfestes Wachstum.

Zu guter Letzt: Gibt es Szenarien, in denen Unternehmen auf ihre eigene BNPL-Lösung setzen können?

Ja, für Firmen mit unter 100 sehr engen Bestandskunden und homogenen Ansprüchen, die monatlich fünfstelligen Beträge umsetzen, kann eine eigene Lösung sinnvoll sein. Allen anderen empfehle ich klar einen Spezialisten.

Weitere Informationen unter:
billie.io



Billie

Brandreport • Pliant GmbH

So zahlen Unternehmen heute – einfach, sicher und zukunftsfähig

Eine optimale Bezahlösung ist für Unternehmen aller Branchen und Größen essenziell. Genau diese bietet Pliant. Das Fintech aus Berlin ist mit seiner smarten B2B-Plattform mittlerweile auch zum bewährten Partner von Finanzinstituten geworden – und steht nun vor dem nächsten Expansionschritt.



Malte Rau
Co-Founder und CEO

Wer ein Unternehmen aufbaut und führt, muss Tausende Aspekte bedenken. Ein zentrales Thema, das im Geschäftsalltag eher selten oberste Priorität genießt, ist die Frage der optimalen Bezahlösung. »Das ist an sich verwunderlich, bildet doch genau diese Lösung quasi die finanzielle Lebensader eines jeden Unternehmens«, erklärt Malte Rau, Mitbegründer und CEO von Pliant. Bei dem 2020 in Berlin gegründeten Unternehmen handelt es sich um ein innovatives Fintech, das sich auf B2B-Zahlungslösungen spezialisiert hat. »Und von Tag eins war es unsere erklärte Mission, Unternehmen zu Wachstum zu befähigen, indem wir ihnen eine intelligente Zahlungsmöglichkeit zur Seite stellen, die mit ihrem Geschäft mitwächst.«

Der Schlüssel dazu liegt in den praktischen App- und API-basierten Anwendungen, mit denen Pliant Firmen sämtlicher Branchen und Größen dazu befähigt, physische und virtuelle

»

Von Tag eins war es unsere erklärte Mission, Unternehmen zu Wachstum zu befähigen, indem wir ihnen eine intelligente Zahlungsmöglichkeit zur Seite stellen, die mit ihrem Geschäft mitwächst.

– Malte Rau,
Co-Founder und CEO

Kreditkarten auszustellen, ihre Ausgaben zu verfolgen und sämtliche Daten nahtlos in ihr bestehendes Finanzsystem zu integrieren. Pliant ist auch via API vollständig integrierbar und unterstützt damit insbesondere Unternehmen mit komplexen Workflows. »Einfach, sicher und zukunftsfähig sind dabei die Qualitätsmerkmale, auf die wir bei unseren Produkten und Services besonderen Wert legen«, betont Rau. Diese Vorzüge haben sich herumgesprochen: Heute unterstützt Pliant über 3500 Firmenkunden sowie mehr als 20 Finanzpartner weltweit. Und

diesen April konnte das Fintech im Rahmen einer Series-B-Finanzierungsrunde Investorengelder im Wert von 40 Millionen Dollar aufnehmen. Mit diesem frischen Kapital treibt man nun die Expansion in die USA voran. Tom Filip Lesche, Partner der Investmentgesellschaft Speedinvest, fasste die Gründe für seine finanzielle Unterstützung von Pliant folgendermaßen zusammen: »Das Fintech erarbeitet nicht nur eine zehnfach bessere Kreditkartenlösung, sondern kreiert auch die Basis für die Zukunft des unternehmerischen Bezahls.«

Bewährter Bankenpartner

Die Expertise von Pliant richtet sich dementsprechend nicht nur an Unternehmen, die ihre Bezahlprozesse vereinfachen und absichern möchten: Als lizenziertes E-Geld-Institut (EMI) gibt Pliant Visa-Karten in elf Währungen in über 30 Ländern aus und hat sich zum bewährten Partner von Finanzsoftware- und ERP-Anbietern sowie Banken entwickelt. Finanzinstitute wie die Commerzbank integrieren die innovativen Embedded-Finance- und White-Label-Lösungen von Pliant direkt in ihre Infrastruktur. »Dies ermöglicht es ihnen, ihre eigenen Kundenbeziehungen zu stärken und ihre Einnahmen nachhaltig zu diversifizieren«, führt Malte Rau aus. Innerhalb von nur drei Monaten konnte die Commerzbank ein vollständig digitales Kartenprodukt auf den Markt bringen.

Weitere Informationen unter:
getpliant.com



pliant



Innovation im B2B-Zahlungsverkehr: Europas am schnellsten wachsender BNPL-Anbieter setzt neue Maßstäbe

Philipp Povel über Mondus Produktinnovationen und wie sie die digitale Transformation des B2B-Handels vorantreiben.



Philipp Povel
Co-Founder und Co-CEO

Der B2B-Handel erlebt den tiefgreifendsten Wandel seit Jahrzehnten. Allein in Deutschland wird das B2B-E-Commerce-Volumen 2025 voraussichtlich rund 450 Milliarden Euro betragen. In Europa beläuft es sich sogar auf etwa 1,5 Billionen Euro – mit stark steigender Tendenz, da Käufe von Unternehmen vermehrt online abgewickelt und Beschaffungsprozesse zunehmend digitalisiert werden.

Unter anderem treibt eine neue Käufergeneration diesen Wandel voran: Gut zwei Drittel der Einkäufer:innen in Unternehmen bevorzugen heute bereits Self-Service-Lösungen und absolvieren durchschnittlich 70 Prozent ihrer Customer-Journey online, bevor sie – wenn überhaupt – Kontakt zu den Anbietern aufnehmen.

B2B-Unternehmen stehen heute vor einer komplexen Herausforderung: Wie können sie einerseits das Potenzial der Digitalisierung des B2B-Handels nutzen und gleichzeitig die operativen Komplexitäten und inhärenten Risiken bewältigen? Das Thema Zahlungsabwicklung ist dabei zentral. Typische Zahlungsangebote wie Vorkasse und interne Zahlungslösungen werden den Anforderungen der Digitalisierung meist nicht gerecht. Käufer erwarten die Zahlungsflexibilität, die sie aus dem privaten Onlineshopping kennen. Händler müssen oft zwischen Wachstum und Risiko wählen – flexible Zahlungsbedingungen steigern die Kaufabschlussrate, bringen aber eventuell Ausfallrisiken und zusätzliche operative Belastungen mit sich. Spezialisierte Zahlungsanbieter bieten hier maßgeschneiderte Lösungen – flexible Zahlungsoptionen werden so vom Stolperstein zum Wachstumstreiber.

Herr Povel, im B2C-E-Commerce haben sich neue Zahlungslösungen bereits als Wachstumstreiber etabliert und die Art, wie Verbrauchende einkaufen, grundlegend verändert. Was ist im B2B-Segment anders? Und warum hat es so lange gedauert, bis moderne Zahlungsoptionen auch hier Fuß fassen?

Im B2B gehört der Kauf auf Rechnung mit klaren Zahlungsbedingungen seit jeher dazu – Unternehmen verhandeln Zahlungsziele und Handelskredite als festen Bestandteil ihrer Geschäftsbeziehungen. Daher überrascht es nicht, dass sich in Deutschland 95 Prozent der Unternehmen flexible Zahlungsbedingungen für Online-Einkäufe wünschen, doch nur 45 Prozent der B2B-Webshops bieten diese auch an. Diese Lücke entsteht, weil selbst angebotene Onlinezahlungsoptionen die genannten Komplexitäten und Risiken mit sich bringen, die Händler oft nicht allein stemmen können – oder wollen.



Mit Mondu möchten wir B2B-Unternehmen dabei unterstützen, ihr Zahlungsangebot so zu gestalten, dass sie in der neuen, digitalen Welt ihren Kunden die beliebtesten Zahlarten und flexibelsten Optionen anbieten können.

– Philipp Povel,
Co-Founder und Co-CEO

Innovationen brauchen im B2B-Kontext grundsätzlich mehr Zeit, da die Zahlungsprozesse hier generell komplexer sind als im B2C. Sie gehen weit über reine Transaktionsabwicklung hinaus – sie betreffen eine Vielzahl von Arbeitsabläufen in den Beschaffungs- und Finanzabteilungen und sind meist tief in bestehende Systeme integriert.

Mit Mondu möchten wir B2B-Unternehmen dabei unterstützen, ihr Zahlungsangebot so zu gestalten, dass sie in der neuen, digitalen Welt ihren Kunden die beliebtesten Zahlarten und flexibelsten Optionen anbieten können. Das soll sie in die Lage versetzen, das enorme Potenzial der B2B-Commerce-Digitalisierung zu erschließen.

Wie löst Mondu diese zentralen Herausforderungen konkret?

Wir schaffen eine B2C-ähnliche Zahlungserfahrung ohne die finanzielle und operative Belastung für Händler. Mit unserem umfassenden Produktportfolio – Rechnungsbau, Ratenkauf, Sammelabrechnung (Digital Trade Account) und Echtzeitüberweisung – ermöglichen wir Händlern, die Zahlungsarten anzubieten, die B2B-Käufer wollen.

Dabei bieten wir Händlern eine umfassende finanzielle Absicherung: Wir übernehmen

das komplette Ausfallrisiko des Käufers und zahlen Händler sofort aus. Unsere internen KI-gestützten Risikoanalysen ermöglichen Bonitätsprüfungen in Echtzeit und erzielen Genehmigungsquoten von über 90 Prozent – ohne zeitaufwendige manuelle Prozesse.

Gleichzeitig nehmen wir den Händlern die operative Last nach der Bestellung ab: von der sofortigen Auszahlung und dem vereinfachten Abgleich in der Buchhaltung über die Zahlungsabwicklung mit den Käufern bis hin zum Mahnwesen und wenn nötig Inkasso.

Das Ergebnis: ein schneller, reibungsloser Prozess, der das Einkaufserlebnis deutlich verbessert und die Abschlussquoten erhöht. Kunden wie Notebookbilliger, WirMachenDruck oder Autodoc verzeichnen so bis zu 70 Prozent größere Warenkörbe; mit unserem Digital Trade Account steigt zudem die Bestellfrequenz bis auf das Dreifache.

Kürzlich haben wir zudem MonduFlex gestartet – ein Produkt, das das Working-Capital auf beiden Seiten der Lieferkette optimiert: Unternehmen bezahlen Lieferanten wahlweise frühzeitig (Skonto nutzbar) oder pünktlich über Mondu; sie erhalten ein verlängertes Zahlungsziel und zahlen später an Mondu zurück.



Bis 2030 werden wir Mondu zu einer umfassenden Plattform für die gesamte Bandbreite an B2B-Zahlungs- und Finanzdienstleistungen weiterentwickeln – als Wegbereiter für schnelles, sicheres Wachstum.

– Philipp Povel,
Co-Founder und Co-CEO

Mondu arbeitet mit einer eigenen E-Geld-Lizenz. Welche strategischen Vorteile bringt das mit sich?

Als einziger europäischer B2B-BNPL-Anbieter, der eine eigene E-Geld-Lizenz erhalten hat, können wir unsere Dienstleistungen in allen EU-Märkten anbieten, ohne auf Partner angewiesen zu sein. Diese regulatorische Grundlage gibt uns nicht nur mehr Flexibilität, sondern schafft auch das Vertrauen, das für B2B-Transaktionen mit hohen Summen und wichtigen Kundenbeziehungen essenziell ist. Darüber hinaus ist unsere Lizenz das Fundament für zukünftige Services wie beispielsweise Firmenkreditkarten – so können wir unseren Kunden eine umfassende, regulatorisch konforme B2B-Zahlungsinfrastruktur aus einer Hand anbieten.

B2B-Transaktionen können Millionenhöhe erreichen. Wie können Sie solche Summen unterstützen und das Risiko richtig bewerten?

Wir haben unsere Risikokompetenz intern mit über 20 Expert:innen aufgebaut, geleitet von unserem Chief Risk Officer mit langjähriger Erfahrung bei ABN-AMRO. Unsere Entscheidungsplattform kombiniert Geschäftskreditdaten (u. a. von Creditreform, Experian) mit KI-gestützten Modellen für Bonitätsprüfungen in Echtzeit und erzielt Genehmigungsquoten von über 90 Prozent. Für höhere Beträge arbeiten wir mit Kreditversicherern wie Atradius zusammen. So können wir Transaktionen in Millionenhöhe sicher akzeptieren und in der Regel innerhalb eines Arbeitstages freigeben. Diese Kombination ermöglicht die verlässliche Unterstützung von B2B-Transaktionen in nahezu beliebiger Höhe – bei stets schnellen Entscheidungen.

Wo sehen Sie Mondu und den B2B-Zahlungsverkehr 2030? Welche Trends wird die Branche prägen?

Aus unserer Sicht weisen drei Trends den Weg: Embedded Payment macht Zahlungen zum nahtlosen Bestandteil von Geschäftsplattformen, KI hebt Risikobeurteilung und Prozesse auf ein neues Niveau, und Finanzdienstleistungen werden für Firmen jeder Größe breit zugänglich. Bis 2030 werden wir Mondu zu einer umfassenden Plattform für die gesamte Bandbreite an B2B-Zahlungs- und Finanzdienstleistungen weiterentwickeln – als Wegbereiter für schnelles, sicheres Wachstum, insbesondere bei kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU), über alle Kanäle und Märkte.

Weitere Informationen unter:
mondu.ai



mondu

Wirtschaft 2025 – Deutschlands Stillstand braucht mutige Strategien

Bild iStockphoto/Wirestock

Im Jahr 2025 steht die deutsche Wirtschaft vor großen Herausforderungen. Das Wachstum stagniert: Laut dem ifo-Institut wird das Bruttoinlandsprodukt (BIP) voraussichtlich kaum steigen – zwischen 0,0 und 0,4 Prozent. Diese fast ausgebliebene Entwicklung zeigt, wie fragil die Situation ist. Viele Faktoren bremsen die Wirtschaft, sowohl aus dem Inland als auch aus dem Ausland.

Schwierige Rahmenbedingungen

Die Zahl der Insolvenzen nimmt zu, weil Banken vorsichtiger bei der Kreditvergabe sind. Gerade kleine und mittelständische Unternehmen haben dadurch oft Probleme, neue Kredite für Investitionen zu bekommen. Dazu kommen außenwirtschaftliche Belastungen: US-Zölle verteuern deutsche Produkte im Ausland und erschweren den Export. Außerdem sorgen unterbrochene Lieferketten immer noch für Verzögerungen in der Produktion und steigende Kosten. Trotz abkühlender Wirtschaft bleibt die Inflation spürbar hoch. Das schwächt die Kaufkraft der Verbraucher:innen und macht Investitionen weniger attraktiv.

Ein Wandel ist dringend nötig

In dieser schwierigen Lage zeigt sich deutlich: Deutschland muss sich wirtschaftlich verändern. Digitalisierung und künstliche Intelligenz (KI) sind wichtige Schlüssel, um effizienter zu werden und wettbewerbsfähig zu bleiben. Neue



Politik, Wirtschaft und Finanzbranche müssen zusammenarbeiten, um die richtigen Weichen zu stellen.

digitale Plattformen können Unternehmen helfen, schneller und flexibler zu arbeiten.

Auch Nachhaltigkeit spielt eine immer größere Rolle. Die EU hat strenge Regeln für Umweltschutz und soziale Verantwortung aufgestellt – die ESG-Kriterien. Für viele Unternehmen sind diese Vorgaben eine Herausforderung, aber auch eine Chance, durch Innovationen neue Märkte zu erschließen. Der Fachkräftemangel und der demografische Wandel verschärfen die Lage zusätzlich. Es fehlen qualifizierte Arbeitskräfte und die Bevölkerung wird immer älter. Das macht es noch wichtiger, neue Technologien und flexible Arbeitsmodelle zu fördern.

Der Finanzsektor als wichtige Stütze

In dieser Situation kommt dem Finanzsektor eine entscheidende Rolle zu. Banken, Vermögensverwalter und andere Finanzdienstleister sorgen dafür, dass

Unternehmen stabil bleiben und sich neu aufstellen können. Gerade bei Restrukturierungen sind ihre Beratungen wichtig.

Auch die Finanzierung von Innovationen gewinnt an Bedeutung. Gerade der Mittelstand braucht Zugang zu Kapital, um in Digitalisierung, Nachhaltigkeit und neue Technologien zu investieren. So wird der Finanzsektor zum Hebel, mit dem Deutschlands Wirtschaft die Strukturbrüche bewältigen kann.

Immer mehr Kapital wird auch gezielt für nachhaltige und innovative Projekte bereitgestellt. ESG-Investments und Förderprogramme für Zukunftstechnologien helfen dabei, den Wandel zu finanzieren.

Tempo als Wettbewerbsfaktor

Ein zentraler Erfolgsfaktor wird die Geschwindigkeit sein, mit der Entscheidungen getroffen

und umgesetzt werden. In einer globalen Wirtschaft, die sich rasant verändert, können lange Abstimmungsprozesse und zögerliche Investitionen zu Wettbewerbsnachteilen führen. Unternehmen, die heute in neue Technologien, nachhaltige Produktionsmethoden und digitale Geschäftsmodelle investieren, sichern sich nicht nur Marktanteile, sondern auch die nötige Resilienz gegenüber künftigen Krisen. Gleichzeitig müssen staatliche Rahmenbedingungen Innovation fördern, Bürokratie abbauen und den Zugang zu Kapital erleichtern. Die kommenden Monate werden zeigen, ob Deutschland die Chancen des Wandels aktiv ergreift – oder ob es Gefahr läuft, im internationalen Wettbewerb weiter zurückzufallen.

2025: Ein Jahr der Entscheidungen

Das Jahr 2025 ist ein wichtiger Wendepunkt. Es geht nicht darum, in Panik zu verfallen, sondern die Herausforderungen klar zu erkennen und gezielt anzugehen. Politik, Wirtschaft und Finanzbranche müssen zusammenarbeiten, um die richtigen Weichen zu stellen.

Investitionen in neue Technologien und nachhaltige Geschäftsmodelle sind der Schlüssel, um wieder Wachstum und Stabilität zu erreichen. Nur wenn alle Akteure aktiv werden, kann Deutschland die Zukunft erfolgreich gestalten.

Text Aaliyah Daidi

Brandreport • b1.ai GmbH

»Wir machen den Vertrieb von Banken präziser, effizienter und hochgradig personalisiert«

Mit seiner Predictive-Analytics-Software revolutioniert Banking One seit 2017 den KI-unterstützten Vertrieb in Banken. CEO Arne Horn über KI im Bankenwesen und die erfolgreiche Individualisierung von Marketingmaßnahmen.

Herr Horn, wie genau krempeln Sie den Vertrieb mit Ihrer Banking-One-KI um?

Wir machen den Vertrieb von Banken präziser, effizienter und hochgradig personalisiert. Im Detail: Mit Banking One setzen wir KI ein, um aus Millionen von anonymisierten Bankdaten Muster zu erkennen und Prognosen abzuleiten. Das bedeutet: Wir sagen voraus, welcher Kunde in welchem Moment welches Produkt mit hoher Wahrscheinlichkeit nachfragt – sei es ein Kredit, eine Anlage oder eine Versicherung.

Steht denn die »bedarfsgerechte Kundenberatung« zu wenig im Fokus der traditionellen Banken?

In vielen Banken steckt die bedarfsgerechte Beratung noch zu sehr im Bauchgefühl oder in standardisierten Segmenten. Wer viel verdient und im A-Segment einsortiert ist, wird automatisch häufig beraten. Wer aber im C-Segment landet, bekommt oft kaum Angebote – auch wenn genau dort gerade ein akuter Bedarf besteht. Das entspricht nicht den tatsächlichen Bedürfnissen der Kundschaft. Wir machen aus reinen Daten echte Kundeneinblicke.

Ihr Ansatzpunkt ist im Grunde die Analyse von Datensätzen, die Sie mit einem anonymisierten, bankenübergreifenden Datenpool abgleichen?

Unser Ansatz basiert auf der Analyse von Bankdaten, die vollständig anonymisiert und tokenisiert

an uns übermittelt werden. Das Besondere: Wir gleichen diese Daten nicht nur innerhalb einer Bank, sondern mit einem großen, bankenübergreifenden Datenpool ab – und zwar auch international. Monatlich fließen Millionen neuer Datensätze aus verschiedenen Instituten und Regionen ein. So lernen unsere Modelle kontinuierlich dazu und liefern immer präzisere Prognosen.

Die bessere, zielgerichtete Ansprache kommt dabei Kundinnen, Kunden und Beratenden gleichermaßen entgegen?

Ganz genau. Kunden profitieren, weil sie nicht mit unpassenden Angeboten überhäuft werden, sondern im richtigen Moment die richtige Beratung bekommen. Ich erinnere mich an einen Termin, in dem mir ein Berater sagte: »Ein Immobilienkauf ist ja der Traum von jedem« – da war der Ofen aus. Mein Traum war das nicht. Ich hatte mich gerade selbstständig gemacht,

kam frisch aus dem Studium – und mich hätte interessiert, welche Finanzprodukte andere Menschen in einer ähnlichen Situation abgeschlossen haben. Genau das ist es, was unsere KI berechnet. Beratende profitieren ebenso: Sie sparen Zeit, weil sie ihre Energie auf die Kunden konzentrieren können, bei denen tatsächlich ein Bedarf besteht. Das führt zu mehr Relevanz im Gespräch, zu einer höheren Abschlussquote und letztlich zu zufriedeneren Kunden wie auch zu zufriedeneren Mitarbeitenden im Vertrieb.

Weitere Informationen unter: banking-one.com

b1

Im Rausch der Tiefe

KI blickt tief in die Datenwelt und verändert damit die Bewertung von Unternehmen und Transaktionen. Aber lassen sich Unternehmenswerte und finanzielle Unwägbarkeiten nun tatsächlich besser ermitteln? Die weltweit größte Strategie- und Transaktionsberatung EY Parthenon sieht beim Einsatz von KI viele Chancen, um Geschäftsmodelle, M&A-Prozesse und die menschliche Urteilsfähigkeit positiv zu beeinflussen.

Dass Unternehmen die Integration von KI in M&A-Transaktionen überwiegend als positiv wahrnehmen, ist kein Geheimnis. Man hofft auf mehr Genauigkeit und Geschwindigkeit während des gesamten Transaktionsprozesses – und sogar auf Vorschläge, wie ein Unternehmen in Zukunft besser wirtschaften oder neue Märkte erschließen kann. »KI verstärkt den Trend, während einer Transaktion permanent und neben den strukturierten auch die unstrukturierten Daten in die Analysen einzubeziehen«, sagt Konrad Meyer, Transactions & Valuation Partner. »Mit den Entwicklungen rund um KI können zudem Kapitalmarktdaten im Echtzeitmodus mit zunehmendem Automatisierungsgrad in die daraus folgenden Analysen einfließen. Dies wird den Unternehmen und Beratern große Potenziale ermöglichen.«

»Die Geschwindigkeit der Analyse nimmt zu«, bestätigt Dr. Sven Schieszl, Transactions & Valuation Partner. »Das macht die Beratung allerdings nicht obsolet. Jede Bewertung eines Unternehmens oder einer geplanten Transaktion ist und bleibt individuell. Allerdings werden durch KI die Grundlagen der Bewertung besser und Prozesse effizienter. KI gibt den Beteiligten dabei mehr Tiefe für die Planung und deren Bewertung.« »Auch für Assets«, so Arno Hahn, Leiter Fixed Assets Valuations, »wird aufgrund der Möglichkeit besserer Datenanalysen passgenauere Beratung erwartet«. Die Markt- und Datenanalyse werde durch KI eine zusätzliche Tiefe erfahren, die Bewertung und die technisch-fachliche Einschätzung verblieben jedoch weitestgehend beim Menschen.

Mehr Simulationen, mehr Synergien

Dass sich Beratungen intensiver denn je mit technischen Neuerungen auseinandersetzen, ist letztlich im Sinne der Kunden, die externe, neutrale Einschätzungen für den Kaufpreis und für Steuerbehörden und Banken benötigen. Die anwachsende Datenmenge will vielleicht selbsterklärend sein, ist es im Hinblick auf real zu treffende Entscheidungen aber nicht: »Ja, Unternehmen blicken durch die höhere Transparenz, die KI bietet, nun grundsätzlich breiter auf den Markt und müssen deshalb auch schneller filtern, ob ein potenzielles Zielunternehmen infrage kommt«, so Dr. Georg Beckmann, Leiter Buy & Integrate. »Kommt es infrage, wollen sie die Analyse tiefer legen – und da bieten KI-gestützte Lösungen die nötige Voraussetzung, um eine Detailanalyse in kürzerer Zeit durchzuführen.«

Auch bei der Due Diligence lasse sich leichter auf mögliche Synergien blicken. Man könne z. B. Patent- und Zolldatenbanken genauer betrachten und Akquisitionen besser hinsichtlich zu erwartender Umsatzsynergien bewerten. »KI sorgt dafür, dass längerfristige Entwicklungen mithilfe von zusätzlichen Informationen simuliert werden können, indem sie beispielsweise F&E-Projekte miteinander vergleicht, Kundendatenbanken nach Umsatzsynergien durchleuchtet, Businesspläne verbindet und diese sogar nach Regionen oder Märkten herunterbricht, um Synergiepotenziale zu errechnen«, so Beckmann. Im Moment sei zu konstatieren, dass sich »in der Pre-Deal-Phase viele Toolanbieter positionieren und in der anschließenden Post-Merger-Integration-Phase (PMI) tendenziell weniger Tools zum Einsatz kommen«. Dennoch: Auch für die PMI-Phase könnten Simulationen, beispielsweise bei der Detailplanung von Synergien, attraktiv werden. Wo Vorstände oder das Topmanagement



Im Vergleich zu früher sind heutige Datenanalysen ohne KI oder Software-Tools gar nicht mehr sinnvoll.

– Arno Hahn,
Leiter Fixed Assets Valuations

bis zum Schluss rätseln, welche Strukturen sich konkret wie zusammenführen lassen, können KI und KI-Agenten mithilfe Digitaler Zwillinge schon erste Lösungen anbieten und zukünftig sogar teilweise deren Umsetzung übernehmen. Dies könnte den Mitarbeitenden entgegenkommen, die bei Verzögerungen einer Transaktion oftmals unsicher werden, ob sie im Unternehmen verbleiben können oder wollen.

Wirklich interessant, so Dr. Sven Schieszl, sei jedoch »wie sich KI auf die Geschäftsmodelle auswirkt«. Viele Geschäftsmodelle werden sich mit diesem nächsten Schritt der Digitalisierung grundlegend ändern. Auch die Auswahl potenzieller Partner oder Zulieferer wird sich danach richten, wie sehr diese Partner bereits das Verwerten oder Liefern von Daten ins neue Zeitalter gebracht haben oder sogar bereits KI-Agenten in ihren Prozessen implementiert haben. Die geforderten und längst nicht zu Ende geplanten Regulierungen in den Bereichen KI und Datenverwertung werden diese Entwicklung noch beschleunigen.

Die Kunst des Datenabgleichs

Spannend wird es, wenn die öffentlich zugänglichen Daten mit unternehmensinternen Daten angereichert oder abgeglichen werden. Womöglich, so Dr. Georg Beckmann, könne es in Zukunft auch darum gehen, sich zu fragen: Welche Daten sind echt, welche sind hinzugegedichtet? »Für eine Plausibilisierung, wie eine KI zu einer bestimmten Lösung oder Zahl gekommen ist, braucht es auch weiterhin menschliche Beraterinnen und Berater oder individualisierte technische Lösungen. Einfacher gestaltet es

sich bei öffentlich notierten Unternehmen, bei denen ein Großteil der Daten frei verfügbar ist.« »Allerdings«, so Schieszl, »dreht es sich beim weit überwiegenden Anteil aller Transaktionen lediglich um Teile eines Unternehmens oder kleinere, nicht börsennotierte Unternehmen. Bei dieser überwiegenden Mehrheit ist Spezialwissen gefragt, das sich in der Tat oftmals nur aus schwer zugänglichen Daten oder Teildaten generieren lässt.« »Wir helfen Unternehmen, Datentransparenz herzustellen – auch KI-gestützt«, ergänzt Konrad Meyer. »Das beinhaltet beispielsweise den sehr wichtigen Blick auf die Art der Umsätze. Zeigen die zu betrachtenden Daten eher wiederkehrende oder Einmalumsätze?«

Sich im Besitz von mehr oder besseren Daten zu wägen, hatte immer schon einen psychologischen Effekt. »Letztlich«, so Meyer, »werden die Analysen zur Einschätzung eines Kaufpreises von Informationsunterschieden zwischen dem Verkäufer und Interessenten bzw. Käufer beeinflusst.« So besteht die Gefahr, dass mögliche Übernahmekandidaten durch KI zu schnell und oberflächlich aussortiert werden, während die einzelnen M&A-Phasen dafür immer datenreicher und komplizierter werden. Dass viele Unternehmen weiterhin ohne eigene Datenanalysten oder entsprechende KI-Lösungen auskommen, macht die Sache nicht einfacher. »Wir würden uns das bei unseren Mandanten wünschen, denn dann ließen sich viele Fragestellungen schneller beantworten«, sagt Beckmann. »So müssen wir selbst dafür sorgen, dass auch aus unstrukturierten Datensätzen eine saubere Datenbasis entsteht, aber auch hier greifen wir auf KI-Lösungen zurück.«

Eine bessere Datenintegration

Arno Hahn weist darauf hin, dass die zunehmenden Daten auch mit der Größe der Unternehmen zu tun haben, die am Markt agieren. »Im Vergleich zu früher sind heutige Datenanalysen ohne KI oder Software-Tools gar nicht mehr sinnvoll.« Dennoch liege die Verantwortung, »was wir aus den Daten folgern, weiterhin bei uns«. Branchenübergreifend werde gelten: »Menschen ohne KI werden durch Menschen mit KI ersetzt. Ich muss als Mensch lernen, mich darauf einzulassen und damit umzugehen.«

Für die Zukunft erwartet Dr. Georg Beckmann integrierte Tools, die die aktuellen Insellösungen zusammenführen und mithilfe von Agents KI-gestützte Aufgaben erfüllen. Besonders interessant werde es, so Dr. Sven Schieszl, wenn es um Schnittstellen gehe, die interne und externe Informationen verarbeiten. Aspekte wie Cybersecurity oder Regulierungsbestimmungen könnten allerdings dazu führen, dass mehr und mehr Daten besonders geschützt werden müssten. Die Steuerung, wie KI da zwischen Sicherheit und Transparenz den Weg zu einem aussagekräftigen, kompletten Bild findet, sei letztlich Sache der Menschen.

Ob der Wunsch, schnell einmal in die interne und externe Datentiefe zu tauchen, um dann sofort die richtige Lösung parat zu haben, in Zukunft erfüllt wird, kann auch KI nicht beantworten. Natürlich, so Beckmann, gehe es nicht nur um den berühmten Knopfdruck, der dann ein Ergebnis ausspucke, das dann nicht mehr zu hinterfragen sei. »Wir müssen uns stark um Nachwuchs kümmern, der sich die alte Frage stellen wird: Wie kann ich das, was ich da vor mir sehe, bewerten?«

Weitere Informationen unter:
ey.com



Sicher investieren, smart profitieren: Diversifikation machts möglich

In herausfordernden Zeiten suchen Anlegerinnen und Anleger nach Halt und Orientierung. Sie suchen nach jemandem, der ihr Vermögen nicht nur bewahrt, sondern auch den Weg in die Zukunft weist. Nach jemandem, der weiter blickt als andere, genauer nachforscht, besser zuhört. Feri steht für genau diesen Anspruch. Das Unternehmen aus Bad Homburg zählt zu den führenden Multi-Asset-Managern im deutschsprachigen Raum und betreut heute mehr als 60 Milliarden Euro Assets under Management.



Marcel Renné
Vorsitzender des Vorstandes
Chief Executive Officer

Was 1987 nach einer Ballonfahrt der Gründer über Düsseldorf als »Financial-Economic-Research-Institut« (später »International«) begann, hat sich zu einem Asset-Manager für ganzheitliches Investment entwickelt. Feri verbindet fundierte Perspektiven und schafft Mehrwert: Multi-Asset, Multi-Perspektiven – und vor allem: mehr Diversifikation.

Damals betrat Feri Neuland: Als erstes Multi-Family-Office Deutschlands öffnete das Unternehmen ein exklusives Konzept der Vermögensverwaltung für mehrere Familien und Institutionen – transparent, professionell und frei von Interessenkonflikten. Das war ein Bruch mit alten Traditionen, ein mutiger Schritt in einem Markt, in dem Diskretion, Stabilität und Vertrauen oberstes Gebot sind.

Fast vier Jahrzehnte später ist aus dieser Pionieridee ein führender Multi-Asset-Manager im deutschsprachigen Raum geworden. Heute betreut Feri mehr als 60 Milliarden Euro Assets under Management. Doch entscheidend für den zweitgrößten unabhängigen Asset-Manager in Deutschland ist etwas anderes: die Philosophie, die Feri seit 1987 prägt. Es ist der Anspruch, Vermögen nicht in einzelnen Silos zu denken, sondern ganzheitlich, immer im Zusammenspiel aller relevanten Anlageklassen. Dabei legt Feri auch immer mehr den Fokus auf die Entwicklung dezidierter Investmentlösungen in den einzelnen Asset-Klassen als ein effektives Bindeglied zwischen den einzelnen Vermögensbestandteilen.

Bis zu neun Anlageklassen werden bedient

Während andere Häuser lange an traditionellen Asset-Kategorien wie Aktien und Anleihen festhielten, hat Feri schon früh den Blick geweitet. Wer Vermögen langfristig sichern will, so die Überzeugung, braucht mehr als die üblichen zwei Standbeine. Heute reicht das Spektrum von Aktien und Renten über Rohstoffe, Immobilien und Private Equity bis hin zu Hedgefonds, Volatilitätsstrategien und auch digitalen Assets – ein aus Feri-Sicht absolutes Muss in der Neuzeit. Bis zu neun Anlageklassen fließen in den Multi-Asset-Ansatz ein. Flexibel und aktiv werden sie stets genau auf die individuellen Bedürfnisse der Kundschaft zugeschnitten. Das reduziert Risiken und erhöht Chancen – für Familien genauso wie für institutionelle Investoren und Stiftungen. Eine Besonderheit daran ist die Haltung: Durch das hauseigene Feri SDG Office hat sich Feri eine eigene Nachhaltigkeitsrichtlinie erarbeitet, die maßgeblich fünf der 17 Nachhaltigkeitsziele der UN fokussiert. Für Feri ist Nachhaltigkeit weder eine lästige Regulierung noch eine separate Asset-Klasse, sondern eine bedeutsame Grundlage für zukunftsfähiges Investieren allgemein.



Es geht darum, Risiken breit zu streuen und Chancen dort zu ergreifen, wo sie entstehen: Unabhängig davon, ob in traditionellen Märkten oder in alternativen Segmenten.

Visualisiert wird dieser Ansatz durch den Feri Multi-Asset-Würfel. Was aussieht wie die bunte Oberfläche des Rubik's Cube, ist gleichsam ein originelles wie kluges Symbol für systematische Diversifikation und flexible Portfoliostruktur. Der Feri Multi-Asset-Würfel ist Ausdruck der Überzeugung: Stabilität entsteht nicht durch Stillstand, sondern durch Bewegung in vielen Dimensionen. Denn auf der Rückseite können Dinge ganz anders aussehen als auf den ersten, offensichtlichen Blick.

Diversifikation ist der entscheidende Schlüssel

Feri setzt auf breite Diversifikation, um Chancen in allen Marktphasen zu nutzen. Aktien bilden das Fundament jeder langfristigen Strategie, während der Geldmarkt in volatilen Phasen Stabilität und Liquidität sichert. Den entscheidenden Mehrwert schaffen jedoch Alternativen: Volatilitätsstrategien stabilisieren Portfolios und nutzen

Marktbewegungen, Hedgefonds eröffnen seit über 25 Jahren renditestarke Nischen, Private Markets ermöglichen Investitionen in Private Equity, Infrastruktur und andere illiquide, wachstumsstarke Assets und tragen so wesentlich zu langfristigem Kapitalaufbau bei, und Digital Assets bieten neue Chancen über blockchain-basierte Anwendungen.

Mit fundiertem Research und eigener Analyseplattform gestaltet Feri so maßgeschneiderte Portfolios – exakt abgestimmt auf das Rendite-Risiko-Profil der Anlegerinnen und Anleger.

Weiter blicken, genau hinhören

Doch Feri will nicht nur das Hier und Heute managen. Ein entscheidender Teil der DNA ist der Blick nach vorn. Um diesen Anspruch systematisch zu verankern, gründete das Unternehmen 2016 das Feri Cognitive Finance Institute (FCFI), ein Thinktank, der über klassische Marktanalysen hinausgeht. Hier untersuchen Expertinnen und Experten

interdisziplinär die großen tektonischen Verschiebungen unserer Zeit: Klimawandel, geopolitische Spannungen, demografische Trends, technologische Disruptionen oder gesellschaftliche Transformationen. Wer komplexe Zusammenhänge erkennt, bevor sie an den Märkten sichtbar werden, kann Risiken meiden und Chancen nutzen.

Vertrauen seit Jahrzehnten

Feri ist nicht nur Asset-Manager, sondern gleichermaßen auch Sparringspartner und Berater für große Vermögen. Institutionelle Investoren, Stiftungen und vermögende Familien vertrauen auf die strategische Expertise des Hauses. Dazu gehören neben der Asset-Allocation ebenso die Managerauswahl, Risikoanalysen oder Nachhaltigkeitsstrategien. Traditionell im Family-Office-Bereich spielt Feri seine Stärke aus: individuelle Lösungen, die über Generationen Bestand haben. Feri unterstützt und berät ebenfalls mit viel Fingerspitzengefühl bei allen Fragen des sehr sensiblen Themas der Nachfolgeplanung und weiß um alle Regularien erfolgreichen Stiftungsmanagements.

Hinter all dem steht eine klare Wertebasis. »Haltung entscheidet«, lautet ein gewichtiges Motto des Hauses. Gemeint ist damit: Integrität, Authentizität, Exzellenz und Verantwortung. Diese Haltung zieht sich durch alle Bereiche und reicht vom Investmentprozess über die Kundenbetreuung bis hin zur Unternehmenskultur. Rund 280 Mitarbeitende an acht Standorten in Deutschland, Luxemburg, Österreich und der Schweiz tragen diese Philosophie Tag für Tag weiter und geben alles dafür, ihre Kundinnen und Kunden bestmöglich beim Aufbau und Erhalt ihres Vermögens zu unterstützen.

Höchster Anspruch und beste Unterstützung

Sie alle arbeiten mit höchstem Anspruch. Ihr Ansporn ist es, große Vermögen nicht nur zu bewahren, sondern sie aktiv weiterzuentwickeln – in einer Welt, die immer komplexer, vernetzter und dynamischer wird.

So ist Feri mehr als ein Vermögensverwalter. Feri ist Multi-Asset-Manager, innovativer Thinktank und strategischer Berater in einem. Die Kombination aus wissenschaftlicher Tiefe, gelebter Diversifikation und unternehmerischer Verantwortung macht das Unternehmen einzigartig. Wer hier investiert, erhält keine Standardlösungen, sondern maßgeschneiderte Strategien.

Weitere Informationen unter:
feri.de



Zukunft seit 113 Jahren – Maßgeschneiderte Beratung aus der Privatbank

Ellwanger & Geiger ist die älteste noch bestehende Stuttgarter Privatbank und berät ihre Kunden seit 1912. 2018 wurde die Immobiliensparte verkauft, seither fungiert Ellwanger & Geiger ausschließlich als Privatbank. Vorstand Philipp Stodtmeister führt das Haus seit 2024. Der gebürtige Hamburger ist davon überzeugt, dass auch eine traditionsreiche Privatbank modern sein kann und einen Mehrwert für junge Generationen bietet.



Philipp Stodtmeister
Vorstand

Herr Stodtmeister, wozu braucht es im Jahr 2025 noch eine Privatbank?

Als letzte unabhängige Privatbank Stuttgarts und sogar Baden-Württembergs sind wir nach wie vor ausschließlich unseren Kunden verpflichtet. Viele andere Privatbanken haben sich mittlerweile internationalen Bankkonsortien angeschlossen, daher sind wir auf unsere Unabhängigkeit besonders stolz. Unser Fokus liegt klar auf der Betreuung von wohlhabenden Privatkunden, wobei wir nah am Kunden von Stuttgart aus agieren. Diese Nähe reicht oft über Generationen hinweg. Es gibt bei uns Familien, in denen Großeltern, Eltern und Kinder von derselben Beraterin begleitet wurden – wir schätzen dieses uns entgegengebrachte Vertrauen sehr.

Die Wirtschaft in Deutschland bewegt sich momentan in herausfordernden Zeiten. Was bedeutet dies für Ihre Kunden und Ihre Arbeit?

Ellwanger & Geiger berät Privatkunden, die in den meisten Fällen ihr Vermögen durch unternehmerische Tätigkeit erarbeitet haben. Momentan ist die wirtschaftliche Situation in Deutschland angespannt. Hier stellt sich dann oft schnell die Frage nach der Eigenkapital-sicherheit in der Firma. Für Unternehmer ist es gerade jetzt wichtig, das Privatvermögen zu stabilisieren. Einerseits, um den Lebensunterhalt zu sichern und andererseits, um eventuell das Unternehmen zu stützen. Für uns bedeutet das, dass wir die Rendite des Privatvermögens mindestens stabil halten oder sogar steigern. Damit sorgen wir für Sicherheit und finanzielle Spielräume. Wir übernehmen sozusagen die Rolle des privaten Finanzvorstands.

Wie stellen Sie den Erfolg dieser Strategie sicher?

Das gelingt uns, weil unser Beratungsteam kumuliert über 380 Jahre Investment-erfahrung verfügt und wir ausschließ-lich in Unternehmen, Anleihen und

Rohstoffe investieren. Wir verkaufen weder Zertifikate noch eigene Produkte. Uns liegt ein handwerklich exzellentes Portfoliomanagement sehr am Herzen.

Ist das der einzige Schwerpunkt von Ellwanger & Geiger?

Wir begleiten unsere Kunden in sämtlichen Lebenssituationen. Das fängt bei der Vermögensverwaltung und gezielten Steueroptimierungen an. Dann folgt die Ruhestands- und Nachfolgeplanung und schlussendlich begleiten wir auch familiäre Übergänge. Das passiert bei uns alles im Rahmen einer generationenübergreifenden Beratung nach Open-Architecture-Ansatz. Hier geben wir unseren Kunden unter anderem auch Zugang zu Anlageklassen wie Private Equity, Venture-Capital und Krypto. Was viele nicht wissen, ist, dass wir deutschlandweit einer der wichtigsten Finanzierer im selbst genutzten Immobilienankauf sind.

Wie stellen Sie Ellwanger & Geiger zukunftsfähig auf?

Wir sind dabei, unser Team konsequent zu verjüngen, um auch für jüngere

Generationen ein adäquater Ansprechpartner zu sein. Und das trägt bereits Früchte. Wir bemerken einen deutlichen Zuwachs in dieser Zielgruppe. Ein echter Vorteil ist, dass die Hälfte unseres Beratungsteams aus Frauen besteht. Denn unsere Kundinnen fühlen sich dadurch besonders gut abgeholt. Kurz formuliert ist unsere Zukunftsstrategie, jünger, weiblicher und digitaler zu werden – und gleichzeitig die von unseren Kunden sehr geschätzte persönliche Erreichbarkeit beizubehalten.

Weitere Informationen unter:
privatbank.de



ELLWANGER.GEIGER
PRIVATBANK SEIT 1912

ANZEIGE



BISON

powered by
**Boerse
Stuttgart
Group**

Bitcoin und Krypto zuverlässig handeln.

Einfach, sicher, aus Deutschland.



Einfach:

Lege mit Krypto los – ganz ohne technische Hürden und mit dem Demo-Modus zum Ausprobieren.



Sicher:

Sicherheit »made in Germany« mit allen Lizenzen, ISO-Zertifizierung und mehrstufigem Sicherheitskonzept.



Zuverlässig:

BISON ist powered by Boerse Stuttgart Group mit mehr als 160 Jahren Erfahrung und Expertise.

bisonapp.com



Jetzt kostenlos
anmelden:



Eric Demuth

»Es ist Zeit für Mut statt Bedenkenträgerei«

Eric Demuth, Gründer der Handelsplattform Bitpanda und Ex-Schiffsmechaniker, hat sich in kurzer Zeit vom Maschinenraum in die Welt der digitalen Finanzen katapultiert. Im Gespräch blickt er auf seine ungewöhnliche Laufbahn, die Mängel der deutschen Wirtschaft, die Chancen von Blockchain und Krypto – und erklärt, warum Druck von außen manchmal hilfreich ist. Einfach ist das nicht – aber machbar!

Interview Thomas Soltau Bild zVg

Herr Demuth, Sie sind kein Mann für halbe Sachen: vom Maschinenraum aufs Gründerparkett, vom Seegang in die Volatilität der Kryptomärkte. Sie waren früher Schiffsmechaniker – wie hat Sie diese Zeit geprägt?

In der Maschinenhalle lernt man schnelle Entscheidungen und klare Worte. Es gibt keinen Feierabend, wenn das Schiff mitten im Indischen Ozean unterwegs ist. Man improvisiert, baut sich zur Not Werkzeuge selbst und arbeitet im Team, wo jeder weiß: Probleme lösen wir jetzt, nicht später. Dieses Denken hat mir im Unternehmertum geholfen. In einem Unternehmen kann man nicht darauf warten, dass jemand anderes das Problem löst; man muss es selbst tun. Ich habe dort gelernt, auch ohne Anleitung zu handeln und zu improvisieren. Das prägt und motiviert mich bis heute täglich.

Sie haben Bitpanda in Wien gegründet. Warum ausgerechnet Wien und nicht Berlin?

Die Entscheidung war pragmatisch. Als Student hatte ich wenig Geld, und Wien bot eine funktionierende Infrastruktur: Flughafen, öffentlicher Nahverkehr, Sicherheit. Berlin ist cool, aber oft chaotisch. Als Unternehmer schätzt man Orte, an denen Dinge funktionieren, und Wien funktioniert. Außerdem war Österreich damals regulatorisch klarer, was für den Start hilfreich war. Wien ist verlässlich, wenn auch bürokratisch und lethargisch; eine gute Entscheidung für den Start, denn heute ist Bitpanda eine der größten Kryptoplattformen Europas. Allerdings kommt man auch hier oft an seine Grenzen, wenn es um Innovation und Agilität geht.

Blockchain wird oft als Zukunftstechnologie bezeichnet. Ist sie in der deutschen Wirtschaft schon angekommen?

Nein, und das muss nicht schlimm sein. Oft wurde in der Vergangenheit versucht, eine neue Technologie auf Biegen und Brechen unterzubringen, ohne zu fragen, welches Problem sie lösen soll. Man sollte erst das Ziel definieren und dann die passende Technik wählen. Die Finanzwelt ist träge, weil sie auf Strukturen aus der Vor-Internet-Ära basiert. Würde man sie heute erfinden, sähe sie vermutlich aus wie der Kryptomarkt. Aber komplexe Systeme lassen sich nicht von heute auf morgen umbauen – es dauert mindestens zehn Jahre. Darum sehen wir nur schrittweise Veränderungen. Es ist keine Schande, wenn ein Prozess nicht auf der Blockchain läuft.

Die MiCA-Regulierung, eine umfassende EU-Verordnung zur Regulierung von Kryptowährungen und Kryptodienstleistungen, will einen europäischen Rahmen für Krypto schaffen. Hilft das?

MiCA ist ein Anfang, aber vieles stammt aus den bestehenden Finanzregeln. Es schafft Rechtssicherheit, aber kein Tempo. Problem ist eher, dass es zu viele Lücken für Non-EU-Firmen lässt, um die Regulierungen zu umgehen und es keine europäische Vollstreckung gibt. EU-Regeln, aber nationale Aufsichten, was zu absurder regulatorischer Arbitrage führt, auch nach MiCA. Kapital



Europa hat enormes Potenzial, ist aber oft zu zögerlich. In Deutschland hängen viele noch am Sparbuch, statt sich an Aktien oder Bitcoin zu wagen.

– Eric Demuth,
Gründer Bitpanda

wandert dorthin, wo Regeln klar und Chancen groß sind – zurzeit in die USA und nach Asien. Zusammengefasst: Ohne eine richtige Kapitalmarktunion ist Europa nicht wettbewerbsfähig.

Wie ist die Lage von Krypto in Europa – sind wir zu spät dran?

Europa hat enormes Potenzial, ist aber oft zu zögerlich. In Deutschland hängen viele noch am Sparbuch, statt sich an Aktien oder Bitcoin zu wagen. Doch man sieht einen Generationenwechsel. Junge Leute sind offener für digitale Anlagen. MiCA zeigt, dass Europa bereit ist, zu regulieren statt zu verbieten. Das gibt uns einen Wettbewerbsvorteil. Allerdings bräuchten wir alle zwei Jahre Neuerungen, nicht alle zehn, um auf Innovation reagieren zu können.

Sie haben gesagt, geopolitischer Druck sei das Beste, was Europa passieren konnte. Wie meinen Sie das?

Ich habe provokant gesagt, dass selbst ein in Europa unliebsamer US-Präsident Europa einen Gefallen getan hat. Sein Druck bei den Nato-Ausgaben zum Beispiel zwang uns, Verantwortung zu übernehmen und gemeinsame Positionen zu finden. Europa musste sich einigen, statt alles zu zerreden. Externer Druck kann uns aufwecken: Wir sind abhängig von anderen Mächten – energiepolitisch, sicherheitspolitisch, technologisch. Wenn jemand uns damit konfrontiert, bleiben zwei Optionen: weiterträumen oder uns unabhängig machen. Für mich ist klar: Wir sollten die Chance

nutzen und uns emanzipieren. Rohstoffe, Energie und Chips – unsere Abhängigkeiten zwingen uns zum Nachdenken. Wir müssen wieder als geeintes Europa auftreten und nicht wie 27 sich zankende Einzelstaaten.

Wo liegen die größten Schwächen der EU und der deutschen Wirtschaft?

Wir sind zu langsam, weil zu viele entscheiden. In Brüssel gibt es Kompromisse über Kompromisse. Am Ende bleibt von guten Ideen oft nur ein verwässertes Produkt. 27 Mitgliedstaaten, nationale Interessen, Kommissionen – das Ergebnis ist Stillstand oder Verschlimmbesserung. Gleichzeitig sabotieren wir unsere eigenen Stärken. In der Autoindustrie sind wir Weltspitze, doch statt diese Position zu verteidigen, reden wir sie klein und verschenken Chancen. China nutzt unsere Schwäche und investiert Milliarden in Technologien, die wir gerade erst verteuern. Wir brauchen weniger Gremien, mehr Entscheidungen und eine gemeinsame Vision. Wir zerreden selbst kleine Schritte, während andere bereits gebaut haben. Tech-Unternehmen dominieren schon jetzt die Weltwirtschaft, aber kaum eines kommt aus Europa. Daten sind der Treibstoff für Tech-Unternehmen, aber in Brüssel herrscht leider ein regelrechter Datenschutzfetischismus, siehe den AI-Act, der dafür sorgte, dass Europa keine Rolle im globalen AI-Rennen spielt.

Viele Deutsche sind finanzscheu und wenig digitalaffin. Was raten Sie Anlegerinnen und Anlegern?

Finanzbildung ist entscheidend. Wer nicht versteht, wie Märkte funktionieren, überlässt sein Geld der Inflation. In der Schule lernt man Integralrechnung, aber nicht, was ein ETF ist. Mein Rat: informieren, diversifizieren, global denken. ETFs, Immobilien und Tagesgeld bleiben solide Bausteine, aber wer nur auf klassische Produkte setzt, verpasst Chancen. Man sollte sich nicht von Angst leiten lassen, sondern von Wissen. Digitale Vermögenswerte bleiben, auch wenn sie schwanken.

Zum Schluss: Wie sehen Sie die Welt im Jahr 2030? Wird Blockchain zum unsichtbaren Teil unseres Alltags und kann Europa noch aufholen?

Blockchain wird wie das Internet funktionieren – im Hintergrund. Niemand fragt, wie ein DNS-Server läuft; ebenso wird keiner wissen, wie die Technologie unter der Motorhaube aussieht. Grundbücher, Gesundheitsdaten, Leasingverträge: All das wird digital und manipulationssicher abgewickelt. Krypto und Stablecoins werden Kernelemente einer digitalen, globalen Welt und das »neue Geld« darstellen. Für Europa sehe ich Hoffnung, wenn wir Mut zeigen. Wir haben kluge Köpfe, einen starken Mittelstand und Innovatoren. Aber wir müssen aufhören, uns zu bremsen. Wenn wir die Regeln der alten Welt auf das Neue übertragen, werden wir abgehängt. Wenn wir uns auf unsere Stärken besinnen und den Mut haben, auch mal Fehler zu machen, können wir vor allem in produzierenden Industrien und vielleicht sogar in der Finanzwelt bis 2030 wieder oben mitspielen.



Finanzmarkt für alle

Alternative Investments holen die Crowd aus der Zuschauerrolle. Digitale Wertpapiere senken Hürden, ordnen Risiken und machen Geldanlage persönlicher. Wer klug streut und versteht, was er kauft, kann mit kleinen Beträgen große Ideen finanzieren.



Robert Gleibs
CEO

Die Investmentplattform OneCrowd steht für diesen Wandel. Das Unternehmen hat 2025 Marke und Angebot neu ausgerichtet, um Anlegerinnen und Anlegern den Zugang zu alternativen Assets zu erleichtern. Im Mittelpunkt stehen digitale Wertpapiere, die Investitionen effizienter und transparenter machen. Das Ziel: möglichst vielen Menschen die Chance zu geben, schon mit kleinen Beträgen in Ideen zu investieren, die ihnen am Herzen liegen – von jungen Unternehmen bis hin zu greifbaren Sachwerten. »Für uns ist das ein echter Meilenstein und eine Reaktion auf die sich wandelnde Investmentwelt«, sagt OneCrowd-CEO Robert Gleibs. »Wir kommen von Nachrangdarlehen, aber wir wollten mehr: mehr Sicherheiten für unsere Crowd, mehr Transparenz – und ein stabiles Finanzprodukt für die nächsten Jahre.«

Was digitale Wertpapiere leisten

Was bringt ein digitales Wertpapier? Es verzichtet auf Papier und kann sowohl zentral als auch dezentral verwahrt werden. Ein elektronisches Register ersetzt die Urkunde. Das spart Zeit und Kosten. Vor allem schafft es Nachvollziehbarkeit: Jede Emission lässt sich eindeutig zuordnen, jede Veränderung wird dokumentiert. Für die Crowd bedeutet das weniger Reibung, mehr Klarheit beim Einstieg und über die Laufzeit. Zusätzlich eröffnet die digitale Form eine Vereinfachung der Übertragbarkeit, sofern die Vertragsbedingungen dies vorsehen.

Schluss mit Nachrang

Ein zweiter Punkt ist der Rang. Im Crowdfunding dominierten lange Nachrangdarlehen. Sie stellten die Crowd im Insolvenzfall ganz hinten an. Hohe Risiken trafen auf begrenzte Chancen. OneCrowd wählt daher, wo möglich, einen anderen Weg und bietet im Bereich Unternehmensbeteiligungen nicht nachrangige digitale Wertpapiere an. »Mit den neuen digitalen Wertpapieren gehen wir genau diesen Schritt«, betont Gleibs. »Unsere Investierenden stehen jetzt nicht mehr am Ende der Gläubigerkette, sondern sind gleichberechtigt mit

Unsere Investierenden stehen jetzt nicht mehr am Ende der Gläubigerkette, sondern sind gleichberechtigt mit anderen unbesicherten Gläubigerinnen und Gläubigern.

– Robert Gleibs,
CEO

anderen unbesicherten Gläubigerinnen und Gläubigern. Das ist ein echter Fortschritt, vor allem im Hinblick auf Krisensituationen.«

Gesetzlicher Rahmen und Technik

Rechtlich stützt das der Rahmen für elektronische Wertpapiere in Deutschland. Das Gesetz über elektronische Wertpapiere öffnet die Ausgabe als reine Registereinträge und ermöglicht auch Kryptowertpapiere. Sie laufen auf einer verteilten Infrastruktur und bilden den Rechtsrahmen digital ab. OneCrowd setzt die eigenen digitalen Wertpapiere aktuell als Kryptowertpapiere um. Das passt zum Anspruch, Prozesse zu vereinfachen und zugleich Prüf- und Dokumentationswege zu stärken. Für Emittenten sinkt der Aufwand, für Investoren steigt die Transparenz.

Projekte zum Anfassen

Wie sieht das in der Praxis aus? Auf der Plattform finden sich Projekte, die unterschiedliche Anlegertypen ansprechen. Ein Beispiel aus dem Bereich Impact: Impact Coffee verbindet Specialty-Coffee mit Recycling in Äthiopien und finanziert sich über einen nicht nachrangigen digitalen Genussschein. Ein weiteres Beispiel kommt aus dem Bereich nachhaltige Verpackungen: Leef x wisefood emittiert ebenfalls einen digitalen nicht nachrangigen Genussschein; die Zeichnung ist ab 250 Euro möglich. »Gleichzeitig bleibt das, was uns ausmacht: niedrige Einstiegschwellen, Bonuszinsen bei Erfolg – und die Möglichkeit, schon früh Teil spannender Wachstumsunternehmen zu werden«, sagt Gleibs. »Wir freuen uns, dass wir diesen nächsten Schritt im Bereich alternativer Investments mit unserer Crowd gehen können.«

Persönliche Portfolios gestalten

Alternative Investments bedeuten nicht nur Renditejagd. Sie erlauben auch, das Depot zu personalisieren. Wer Nachhaltigkeit, Technologie oder Immobilien bevorzugt, kann Schwerpunkte setzen. Die Mindestbeträge bleiben niedrig, die Auswahl wächst. Wichtiger als je zuvor ist deshalb Diversifikation. Kleine Tickets über mehrere Projekte reduzieren Klumpenrisiken. Ebenso wichtig sind gründliches Lesen der Projektunterlagen, der Blick auf Rang und Sicherheiten, der Vergleich von Laufzeiten sowie das Verständnis von Bonusmechaniken und Kündigungsrechten.

Neue Struktur, klarer Markt

Die Neuausrichtung von OneCrowd folgt genau dieser Logik. Statt nur eine Produktform zu bieten, verzahnt die Plattform verschiedene Anlageklassen und Produkttypen. Neben klassischen Wertpapieren kommen digitale Genussscheine und digitale Anleihen hinzu. Für Unternehmen öffnet das neue Finanzierungswege. Für Anlegerinnen und Anleger entsteht ein Markt mit klarerem Regelwerk, in dem man die eigene Rolle besser einschätzen kann. Die Technik bleibt Mittel zum Zweck. Sie soll Hürden senken, nicht Komplexität verstecken. Am Ende zählt die Produktlogik, nicht das Schlagwort.

Transparenz statt Hochglanz

Digitalisierung allein reicht jedoch nicht. Transparenz entscheidet. Dazu gehören einfache Zeichnungsprozesse, verständliche Vertragspapiere und Updates aus den Projekten. Wer investiert, will wissen, was mit dem Geld passiert. Regelmäßige Berichte, standardisierte Kennzahlen und offen kommunizierte Risiken sind daher Teil des Angebots. So nähert sich der Crowdmarkt dem Standard etablierter

Kapitalmarktprodukte an, ohne seine Zugänglichkeit zu verlieren. Eine klare Sprache hilft dabei mehr als jedes Hochglanzversprechen. Ein Hinweis bleibt aber wichtig: Auch digitale Wertpapiere bergen Risiken. Renditen sind nicht garantiert, Emittenten können scheitern. Prospekte und Informationsblätter sind deshalb Pflichtlektüre; sie zeigen, wo Chancen enden und welche Verpflichtungen gelten.

Tokenisierung verändert den Markt

Der Trend zur Tokenisierung wird den Markt weiter verändern. Wenn Wertpapiere programmierbar werden, lassen sich Zinsläufe, Bonusstufen oder Covenants technisch abbilden. Sekundärmärkte könnten schneller entstehen, Übertragungen einfacher werden. Das ist kein Selbstläufer und verlangt robuste Governance. Aber die Richtung ist klar. Digitale Wertpapiere entwickeln sich vom Experiment zum Standard. Regulatoren und Institute begleiten diesen Weg, um Innovation und Anlegerschutz in Balance zu halten.

Produkte statt Schlagworte

Für Anlegerinnen und Anleger zählt am Ende die Frage: Macht das mein Portfolio besser? Die Antwort ist pragmatisch. Alternative Assets eignen sich als Beimischung, nicht als Alleinlösung. Wer breit streut, realistische Renditen erwartet und die Produktlogik versteht, kann vom neuen Angebot profitieren. OneCrowd liefert dazu die Infrastruktur. Projekte mit klarem Profil, Produkte mit sauberer Struktur und Prozesse, die vom Erstклик bis zur Rückzahlung nachvollziehbar bleiben. So wächst Vertrauen und aus einer Idee wird ein Markt. Kurz gesagt: Die Demokratisierung des Finanzmarkts lebt nicht von großen Worten, sondern von guten Produkten. Digitale, nicht nachrangige Wertpapiere sind ein Baustein dafür. Sie schaffen Zugang, Ordnung und Vertrauen. Ohne diese drei Zutaten wird aus einer Idee kein Markt.

Weitere Informationen unter:
onecrowd.de



No Risk, No Fun? Mensch und KI im Risikomanagement

Risiken sind der Pulsschlag der Finanzwelt. Ohne sie gäbe es keine Rendite – doch unkontrolliert können sie Unternehmen gefährden. In Zeiten geopolitischer Unsicherheiten, volatiler Märkte und neuer Cyberbedrohungen wächst der Druck, Risiken schneller zu erkennen und besser zu steuern. Künstliche Intelligenz verspricht genau das. Doch die Frage bleibt: Wo brilliert die Maschine und wo ist der Mensch unersetzlich?

Künstliche Intelligenz hat längst Einzug in die Risikoteams von Banken, Versicherern und Asset-Managern gehalten. Sie hilft, Gefahren schneller zu erkennen und fundierter zu bewerten. Typische Einsatzgebiete sind:

Kreditrisiken

KI-Modelle analysieren große Datenmengen und beurteilen Ausfallrisiken präziser als traditionelle Verfahren. Auch alternative Datenquellen – etwa Mobilitäts- oder Zahlungsdaten – können in die Bewertung einfließen.

Marktrisiken

KI-Systeme durchkämmen Finanzindikatoren, Kursbewegungen und Nachrichten in Echtzeit, um drohende Preisvolatilitäten oder Liquiditätsengpässe früh zu erkennen.

Betrugserkennung

Algorithmen melden verdächtige Transaktionen, bevor Schaden entsteht – etwa ungewöhnliche Kreditkartenkäufe, die in Sekunden erkannt und blockiert werden.

Operationelle Risiken

KI spürt Muster in IT-Systemen auf, die auf Sicherheitslücken oder potenzielle Cyberangriffe hindeuten und überwacht Prozesse auf Abweichungen, die menschlichen Teams verborgen bleiben könnten.

Das Risikomanagement wird dadurch schneller und vorausschauender. KI erkennt Risiken oft, bevor sie entstehen und verschafft Unternehmen wertvolle Zeit, Gegenmaßnahmen einzuleiten, bevor aus Warnsignalen Krisen werden.

Was KI besser kann

KI-Systeme punkten dort, wo menschliche Analyst:innen an Grenzen stoßen. Sie

durchforsten in Sekunden riesige Datenmengen und erkennen Korrelationen, die Menschen übersehen würden – und das rund um die Uhr. Zudem kennen sie keine Müdigkeit und keine Emotionen, sondern bewerten Risiken streng nach denselben Kriterien. Analysen bleiben dadurch konsistent und objektiv, vorausgesetzt, die Datenbasis stimmt. Ein weiterer Vorteil ist die Fähigkeit, innerhalb weniger Minuten Tausende Stressszenarien durchzuspielen, von geopolitischen Schocks bis zu plötzlichen Marktcrashes. Diese Stärken machen viele Abläufe effizienter und robuster. In einem zunehmend datengetriebenen Finanzsystem ist KI aus dem modernen Risikomanagement kaum noch wegzudenken.

Was der Mensch besser kann

Trotz aller Rechenpower bleibt der Mensch unverzichtbar. Erfahrene Risikomanager:innen spüren instinktiv, wenn etwas nicht stimmt, ein Bauchgefühl, das auf Erfahrung und Kontextwissen basiert und von keinem Algorithmus simuliert werden kann. Hinzu kommt die Fähigkeit, die Geschichte hinter den Zahlen zu verstehen und Faktoren wie

politische Stimmungen, kulturelle Dynamiken oder ethische Implikationen zu berücksichtigen. Vor allem aber können nur Menschen moralische Abwägungen treffen. Eine KI kennt weder Verantwortung noch Zweifel. Die letzte Entscheidung muss daher immer beim Menschen liegen. Risiken sind nicht nur mathematische Größen, sondern auch gesellschaftliche und psychologische Phänomene. Sie erfordern Fingerspitzengefühl und Verantwortung, die allein menschlich bleiben.

Teamwork von Mensch und Maschine

Die Zukunft gehört dem Team aus Mensch und Maschine: Stichwort Augmented Intelligence. Dabei geht es nicht um Ersetzung, sondern um Unterstützung. Die Maschine übernimmt die Analyse von Massendaten, filtert Auffälligkeiten und liefert Prognosen. Der Mensch wiederum interpretiert die Ergebnisse, stellt kritische Fragen und trifft die Entscheidung.

Ein Beispiel: KI identifiziert verdächtige Transaktionen und markiert diese automatisch. Risikomanager:innen prüfen

anschließend die auffälligen Fälle, ordnen sie ein und entscheiden über Konsequenzen.

Dieses Zusammenspiel erhöht die Qualität von Entscheidungen erheblich. KI bringt Geschwindigkeit und Präzision, der Mensch Kontext und Urteilskraft. Die besten Strategien kombinieren das Beste aus beiden Welten: Die Maschine erledigt den Fleißjob, der Mensch behält die Kontrolle.

Chancen und Grenzen von KI

KI kann Prozesse effizienter machen, Risiken früher sichtbar machen und Teams von Routine-tätigkeiten entlasten. Damit gewinnen Risikomanager:innen Zeit für strategische Aufgaben und für den Dialog mit Stakeholdern. Auch regulatorische Anforderungen lassen sich mit KI-Unterstützung schneller und genauer erfüllen.

Die Systeme sind allerdings nur so gut wie die Daten, mit denen sie trainiert wurden. Verzerrte oder fehlerhafte Daten führen zu falschen Analysen. Hinzu kommt das Risiko von Cyberangriffen auf die Systeme selbst. Und nicht zuletzt: Wenn Menschen sich blind auf automatisierte Ergebnisse verlassen, droht das Verkümmern der eigenen Urteilskraft.

Am Ende gilt: Weder Mensch noch Maschine können Risiken allein beherrschen. Die KI erkennt Muster, der Mensch versteht das große Ganze. Gemeinsam bilden sie ein Tandem, das Risiken nicht nur managt, sondern häufig auch antizipiert. No Risk, no Fun? Im Finanzsektor heisst das eher: No Risk, no Future. Denn Spaß macht Risikomanagement erst dann, wenn es gelingt, die Intelligenz von Mensch und Maschine so zu kombinieren, dass daraus ein Wettbewerbsvorteil wird.

Text SMA

Brandreport • OVB Vermögensberatung AG

Mit Klarheit und Nähe zum Vermögenserfolg

Schon seit über fünf Jahrzehnten verfolgt OVB einen Beratungsansatz, der sich bewusst von vielen Wettbewerbern abhebt: Nicht das einzelne Produkt, sondern die gesamte Lebens- und Finanzsituation der Kundinnen und Kunden steht im Mittelpunkt. Dank eines breiten Partnernetzwerks kann OVB für jeden Menschen maßgeschneiderte Lösungen entwickeln – von der Absicherung beim Berufseinstieg über die Finanzierung des Eigenheims bis hin zur Altersvorsorge.

Die Besonderheit: Die Beratung endet nicht nach einem Vertragsabschluss. Lebenssituationen verändern sich, Märkte entwickeln sich weiter – OVB passt die Strategien regelmäßig an. So entstehen Partnerschaften, die über Jahrzehnte halten und von Vertrauen geprägt sind.

OVB Excellence 2027 – Strategie für die Zukunft

Mit der Strategie »OVB Excellence 2027« richtet sich das Unternehmen konsequent auf die

Zukunft aus. Ziel ist es, Beratungsqualität, Digitalisierung und Nachhaltigkeit auf ein neues Niveau zu heben. Für die Kundschaft bedeutet das: Vermögensaufbau wird einfacher, transparenter und effizienter. Persönliche Beratung wird durch digitale Lösungen ergänzt – ein Zusammenspiel, das Sicherheit gibt und Orientierung schafft.

Diversifikation als Schlüssel

Beim langfristigen Vermögensaufbau setzt OVB auf eine kluge Mischung: klassische Vorsorgeprodukte wie Renten- und Lebensversicherungen, kombiniert mit Investmentfonds und Bausparlösungen. Welche Kombination sinnvoll ist, hängt immer von den individuellen Zielen ab. Dabei steht Transparenz an erster Stelle: Kundinnen und Kunden wissen jederzeit, welche Optionen bestehen und welche Kosten anfallen.

Digital unterstützt, persönlich begleitet

Mit der Weiterentwicklung der Kunden-App soll volle Transparenz über Verträge, Depots, Auswertungen und Finanzpläne jederzeit mobil für

Kundinnen und Kunden verfügbar gemacht werden. Ergänzend nutzen Beraterinnen und Berater digitale Analysetools, um individuelle Finanzpläne zu berechnen und Szenarien zu simulieren. So können die Kundinnen und Kunden fundierte Entscheidungen treffen – digital unterstützt, aber immer mit persönlicher Beratung.

Vertrauen, das trägt

Vertrauen entsteht durch Kontinuität. Viele Kundinnen und Kunden werden von Finanzexpert:innen von OVB über Jahrzehnte hinweg begleitet. Regelmäßige Beratungsgespräche, klare Kommunikation und die enge Verzahnung von digitaler und persönlicher Beratung machen OVB zu einem verlässlichen Partner – gerade bei sensiblen Finanzthemen.

Ein Beispiel: Junge Familien profitieren von einer Beratung, die Absicherung, Immobilienfinanzierung und langfristigen Vermögensaufbau in einem Plan verbindet. Das Ergebnis ist nicht nur die finanzielle Stabilität im

Alltag, sondern auch die Möglichkeit, große Wünsche wie ein Eigenheim zu verwirklichen.

Blick nach vorn

Die nächsten Jahre werden von drei Entwicklungen geprägt sein: Nachhaltige Investments werden weiter an Bedeutung gewinnen, digitale Plattformen und KI-gestützte Analysen werden Standard und gleichzeitig bleibt die persönliche Beratung unverzichtbar. OVB versteht sich als Brückenbauer zwischen Technologie und Menschlichkeit – mit dem klaren Anspruch, Menschen in allen Lebensphasen verlässlich zu begleiten.

Weitere Informationen unter: [ovb.de](https://www.ovb.de)



Gute Geldanlage beginnt mit Zielen – nicht mit Produkten

Die »zielorientierte Geldanlage« gewinnt an Bedeutung. Denn Geldanlage ist kein Selbstzweck, sondern soll dazu dienen, Lebensziele zu erreichen. Was bedeutet diese Neuausrichtung für Beratung, Finanzprodukte und eine »gute« Geldanlage? Karl Matthäus Schmidt, Gründer der Onlinebank Consors und seit 2006 Vorstandsvorsitzender der ebenfalls von ihm gegründeten Quirin Privatbank, gibt Antworten und verrät, welche Rolle KI dabei spielt.



Karl Matthäus Schmidt
Gründer und Vorstandsvorsitzender
Quirin Privatbank

Herr Schmidt, Sie fragen Menschen, die sich finanziell beraten lassen wollen, bewusst nach ihrer Vorstellung vom Glück. Warum?

Wenn die Menschen den Sinn erkennen, warum sie Geld anlegen sollten, dann tun sie das meist viel schneller. Wir haben den Beratungsprozess weiterentwickelt und fragen unser Gegenüber, was sie oder ihn eigentlich glücklich macht. Das ist das Entscheidende: Dass ich weiß, was ich möchte – und wofür mein Geld eigentlich dienen soll.

Macht denn mehr Geld glücklich?

Früher hieß es, dass die Menschen ab 80 000 oder 90 000 Euro Einkommen nicht glücklicher werden. Neue Studien zeigen aber, dass mehr Geld am Ende doch glücklicher macht. Das Glücksempfinden ist dabei ganz individuell. Das sogenannte »finanzielle Wohlbefinden«, englisch »Financial Wellbeing«, versucht, die finanziellen, aber auch emotionalen Aspekte zusammenzubringen. Berater werden deshalb in Zukunft viel mehr Coaches sein.

Was sollte denn am Anfang einer ganzheitlichen Finanzberatung stehen?

Zunächst ist es wichtig, sich der eigenen Ziele bewusst zu werden. So sollte man sich zum Beispiel fragen: Wie will ich arbeiten? Wo will ich wohnen? Für wen muss ich sorgen? Was ist mir wichtig, um mich selbst zu verwirklichen? Diese großen Fragen des Lebens muss man zunächst einmal für sich beantworten. Daraus ergibt sich der finanzielle Rahmen, den ich dann planen muss.

Wird die herkömmliche Finanzberatung diesen Fragestellungen gerecht?

Wir haben in Deutschland eine sehr provisionsorientierte Beratung. Wenn Provisionen im Spiel sind, kann man eigentlich gar nicht mehr beraten. Es werden im Grunde Produkte verkauft. Das ist aus Sicht der Kundschaft ein Problem, weil es einen Interessenskonflikt zwischen Berater und Kunde gibt. In vielen Ländern ist die Provisionsberatung deshalb auch verboten. So wird eine tatsächlich unabhängige Beratung garantiert. Bei der Quirin Privatbank beraten wir seit unserer Gründung ausschließlich unabhängig und ohne Provisionen. Natürlich kostet Beratung Geld. Wir müssen uns aber fragen, wie transparent die Vergütung oder die Gebühren sind – und in welchem Preis-Nutzen-Verhältnis sie stehen. Nicht der Abschluss um der Provision willen muss am Ende einer Beratung stehen, sondern eine tragfähige Finanzlösung, die begleitet statt abschließt. Wenn Beratung prozentual vom angelegten Vermögen bezahlt wird, verdient die Bank natürlich auch, aber weniger als bei der Provisionsberatung. Gleichzeitig ändert

sich das Interesse, Seite an Seite mit dem Kunden oder der Kundin eine gute, dauerhafte Anlage zu finden, natürlich erheblich. Banken, die nur hauseigene Produkte verkaufen wollen, sind da bald raus, denn sie wollen oder können gar nicht weiter auf die Lebensplanung ihrer Kundschaft eingehen.

Ist KI bereits der bessere Berater?

KI liefert größtenteils bessere Antworten als ein provisionsorientierter Verkäufer. Deswegen glaube ich schon, dass KI die Beratung deutlich verändern wird. Standardfragen zu Produkten und »guter« Geldanlage kann eine KI besser beantworten als ein heutiger Berater, der vor allem seine Produkte verkaufen möchte. Auch deshalb hat unsere digitale Tochter quirion dazu quirion.AI gestartet, einen KI-Berater, der auf dem Wissen und eben auch der Philosophie der Quirin Privatbank basiert. Beraterinnen und Berater werden durch KI aber nicht überflüssig, ihre Rolle wird sich jedoch ändern. Menschen möchten auch in Zukunft bei einer komplexeren Finanzplanung mit Menschen sprechen. Außerdem wird KI individuelle Lebensplanungen nicht einschätzen können, um daraus über längere Zeit eine gute Finanzplanung zu steuern. Spannend wird KI dort, wo sie verschiedene Möglichkeiten aufzeigt und auf Daten aber auch internes Wissen zurückgreift – jenseits eines reinen Produktverkaufs oder einseitiger Finanztools.

Haben sich die Erwartungen der Kundinnen und Kunden hinsichtlich der Finanzberatung geändert?

Eindeutig. Besonders junge Menschen suchen nach neuen Wegen der Beratung. Da gibt es auch interessante Zahlen. Gut



Wir haben den Beratungsprozess weiterentwickelt und fragen unser Gegenüber, was sie oder ihn eigentlich glücklich macht.

80 Prozent der Unter-Dreißigjährigen, die bereits etwas Geld verdienen, vertrauen den neuen Anbietern, wie etwa unserem Robo-Advisor quirion. Nur noch 20 Prozent haben ihr Depot bei klassischen Banken. Da rollt also bereits eine immense Veränderung auf die Industrie zu.

Was bedeutet das für die moderne Beratung?

Moderne Beraterinnen und Berater werden Leben und Finanzen für ihre Kunden zusammendenken müssen. Wir sind da wieder beim Bild der menschenzentrierten Beratung. Alles andere, auch die Vorgehensweise, wie wir sie noch bei den Sparkassen oder Banken sehen, wird in Zukunft abgewählt werden. Dort werden immer noch im großen Stil hauseigene Investmentfonds und teure Zertifikate verkauft. Das Niveau der Beratung wird sich erheblich verbessern müssen. Das bedeutet auch, dass wir noch mehr wissenschaftliche Erkenntnisse aus der Kapitalmarktforschung in die Planung einfließen lassen müssen.

Was ist das Ziel?

Der Kunde soll in einer gesunden finanziellen Situation sein – und bleiben. Auch dann, wenn im Leben Veränderungen passieren. Gleichzeitig setzen wir in unserer Anlagestrategie voll auf die Wissenschaft: weltweit maximal breit gestreut und damit komplett prognosefrei. Denn niemand – übrigens auch keine KI – kann dauerhaft zuverlässig Kurse, optimale Ein- und Ausstiegszeitpunkte oder die Top-Branche von morgen vorhersagen. Das ist wissenschaftlich eindeutig bewiesen. Eine KI kann dafür sorgen, dass der Wetterbericht immer besser und genauer wird. Am Kapitalmarkt ist das aber anders.



Der Kunde soll in einer gesunden finanziellen Situation sein – und bleiben. Auch dann, wenn im Leben Veränderungen passieren. Gleichzeitig setzen wir in unserer Anlagestrategie voll auf die Wissenschaft: weltweit maximal breit gestreut und damit komplett prognosefrei.

Einfach formuliert: Wenn eine KI heute sagt, dass morgen die Kurse höher oder tiefer stehen werden, dann hätte das bereits Einfluss auf die Kurse von heute, weil man ja unmittelbar auf die Prognose reagieren und kaufen oder verkaufen würde. Insgesamt geht es also darum, ein optimales Weltportfolio zu bauen, die Kosten niedrig zu halten und Risikotoleranz und Renditeerwartungen mit den Zielen der Anlegerinnen und Anleger abzugleichen. Dabei setzen wir stark auf ETFs. Die Beratungs- und Anlagegrundsätze bei den großen Banken und Sparkassen sehen leider komplett anders aus. Wir bilden unsere Beraterinnen und Berater deshalb auch teilweise selbst aus, weil es am Markt zu wenig Menschen gibt, die Finanzplanung in unserem Sinne leben.

Weitere Informationen unter:
quirinprivatbank.de



Geldanlage endlich verstehen



Der Spiegel-Bestseller »Geld im Glück« von Karl Matthäus Schmidt ist jetzt als Taschenbuch erhältlich.

In seinem Buch »Geld im Glück« nutzt Karl Matthäus Schmidt die Analogie des Tanzens: Viele Menschen trauen sich nicht auf das Parkett – nicht, weil ihnen das Interesse fehlt, sondern weil sie den ersten Schritt nicht kennen oder ihnen der Mut fehlt. Ganz ähnlich ist es bei der Geldanlage. Deshalb lädt Schmidt seine Leserinnen und Leser zu einem »Tanz auf dem Finanzparkett« ein – und bietet einen leicht verständlichen, unterhaltsamen Einstieg in die Welt der Finanzen.

KI im Finanzsektor: Effizienz, Innovation und der menschliche Faktor

Selten zuvor hat sich die Finanzbranche so rasant verändert wie heute. Getrieben von wirtschaftlichen Unsicherheiten, steigendem Wettbewerbsdruck und dem schnellen technologischen Fortschritt stehen Banken, Versicherungen, Fintechs und Vermögensverwalter vor einer entscheidenden Frage: Wie gelingt es, in einem zunehmend datengetriebenen Marktumfeld wettbewerbsfähig zu bleiben?

Die Antwort liegt in der intelligenten Nutzung von künstlicher Intelligenz (KI) und konsequenter Digitalisierung. Studien zeigen, dass Unternehmen, die frühzeitig in diese Technologien investieren, nicht nur Effizienzgewinne von bis zu 30 Prozent erzielen, sondern auch ihre Innovationsgeschwindigkeit verdoppeln. KI und digitale Tools sind längst nicht mehr ein Nice-to-have – sie sind die Basis für Wachstum, Resilienz und Differenzierung.

Effizienz trifft auf Präzision

Ein Blick in die Praxis verdeutlicht die Chancen. Denn moderne KI-Systeme sind heute in der Lage, Marktbewegungen in Echtzeit zu analysieren und Risiken präziser einzuschätzen, als es traditionelle Modelle je könnten. Laut einer Studie von IBM stieg die Prognosegenauigkeit in Finanzinstituten, die KI einsetzen, um bis zu 75 Prozent.

Auch operative Prozesse profitieren massiv:

- **Kreditprüfung:** Statt Tage dauert die Bewertung oft nur noch Minuten, weil KI automatisch Einkommensströme, Bonitätsdaten und externe Risikofaktoren abgleicht.
- **Risikomanagement:** Frühwarnsysteme erkennen Unregelmäßigkeiten und potenziellen Betrug in Millisekunden.
- **Backoffice:** Automatisierte Dokumentenverarbeitung spart viele Arbeitsstunden und reduziert die Fehlerquoten erheblich.

Diese Effizienzgewinne setzen Ressourcen frei, die Führungskräfte und Teams für strategische Themen nutzen können: Expansion, Produktentwicklung oder die Erschließung neuer Märkte.

Kundenzentrierung durch datengetriebene Services

Die Digitalisierung verändert nicht nur interne Abläufe, sondern auch die Beziehung zu Kundinnen und Kunden. Laut einer KPMG-Erhebung setzen bereits mehr als 40 Prozent der Finanzinstitute auf generative KI, um personalisierte Empfehlungen und Services zu entwickeln.

Beispiele:

- Digitale Assistenten beantworten Kundenanfragen rund um die Uhr – und lernen mit jeder Interaktion hinzu.
- Vermögensverwalter nutzen KI, um maßgeschneiderte Portfolios zu erstellen, die nicht nur auf klassischen Kriterien basieren, sondern auch ESG-Präferenzen oder individuelle Risikoprofile berücksichtigen.
- Banken experimentieren mit KI-gestützten Tools, die Spar- und Anlageverhalten simulieren und so Finanzentscheidungen transparenter machen.

Das Ergebnis: Ein Banking-Erlebnis, das individueller, schneller und relevanter ist. Und genau darin liegt der Schlüssel zur Kundenbindung in einem Markt, in dem Wechselbarrieren sinken und Erwartungen steigen.



Die spannendste Dimension von KI und Digitalisierung ist ihre Skalierbarkeit.

Herausforderungen nicht unterschätzen

Natürlich bringt diese Transformation auch Stolpersteine mit sich. Die drei größten Herausforderungen sind:

- 1. Datenschutz und Regulierung:** Mit sensiblen Finanzdaten zu arbeiten, erfordert höchste Standards. Regulierungen wie der EU AI Act schaffen Orientierung, stellen Unternehmen aber auch vor komplexe Compliance-Aufgaben.
- 2. Vertrauen:** Kund:innen akzeptieren KI nur, wenn sie nachvollziehen können, wie Entscheidungen zustande kommen. »Black Box«-Systeme werden zunehmend kritisch hinterfragt.
- 3. Investitionskosten:** Die Integration neuer Systeme bedeutet hohe Anfangsinvestitionen und die Notwendigkeit, Mitarbeitende kontinuierlich weiterzubilden.

Doch die Branche reagiert: Banken setzen auf Kooperationen mit Fintechs, um Innovationszyklen zu verkürzen, und bauen gezielt Innovationslabore auf. Versicherer investieren in erklärbare KI (XAI), um Kund:innen mehr Transparenz zu bieten. Vermögensverwalter wiederum kombinieren digitale Tools mit Beratungsleistungen, um Effizienz und Vertrauen in Einklang zu bringen.

Der Blick nach vorn: Skalierbarkeit und globale Märkte

Die spannendste Dimension von KI und Digitalisierung ist ihre Skalierbarkeit. Während traditionelle Modelle linear mit dem Ressourceneinsatz wachsen, können digitale Plattformen exponentiell skaliert werden.

- **Neue Märkte:** KI-gestützte Übersetzungen und regulatorische Checklisten ermöglichen es Finanzinstituten, neue Länder und Kundensegmente effizient zu erschließen.
- **Neue Produkte:** Von algorithmischem Trading bis hin zu automatisierten Nachhaltigkeitsberichten entstehen Geschäftsmodelle, die ohne KI nicht denkbar wären.
- **Resilienz:** Echtzeitdaten machen Institute widerstandsfähiger gegen Schocks – ob geopolitische Krisen, Marktvolatilität oder Cyberangriffe.

Ein aktueller Trend ist der Einsatz von KI im nachhaltigen Finanzwesen. Systeme analysieren riesige Mengen an ESG-Daten, um Investoren fundierte Entscheidungen zu ermöglichen. Damit wird KI nicht nur zum Effizienztreiber, sondern auch zum Enabler für verantwortungsvolles Wirtschaften.

Für die Finanzbranche bildet sich eine historische Chance: Wer KI und Digitalisierung klug kombiniert, wird nicht nur schneller und effizienter, sondern vor allem zukunftsfähig. Es geht nicht darum, Mensch und Maschine gegeneinander auszuspielen, sondern die beiden sinnvoll zu verbinden – Technologie für Daten und Skalierung, Menschen für Strategie und Werte.

Text Aaliyah Daidi

Brandreport • DealCircle

»M&A braucht Daten, keine Kontakte«

DealCircle unterstützt M&A-Berater beim Finden passender Käufer mit einer präzisen Matching-Technologie. Co-Founder und Managing Partner Kai Hesselmann über die Kunst, Transaktionen durch die richtigen Prozesse, präzise Daten und innovative Technologie zu beschleunigen.



Kai Hesselmann
Co-Founder und Managing Partner

Kai Hesselmann, was ist heute der größte Hebel, um M&A-Prozesse effizienter zu gestalten?

Ganz klar: datenbasiertes Käufermatching. Im MidCap-M&A wird immer noch viel zu oft mit Excel-Listen gearbeitet – auf Basis persönlicher Kontakte, die zufällig oder historisch gewachsen sind. Aber über 90 Prozent der potenziellen Käufer befinden sich außerhalb des bekannten

Netzwerks. Wer diese Datenlücke nicht schließt, riskiert einen schlechteren Deal – für den Mandanten und letztlich für sich selbst.

Wie genau verändert Technologie den Zugang zum Käufermarkt?

Mit einem datengetriebenen Tool wie DealCircle wird das Matching deutlich präziser. Wir analysieren anonymisierte Unternehmensprofile gegen über eine Million verifizierte Kaufprofile – mit einer KI-gestützten Matchinglogik, die nachweislich bessere Passung erzielt. Danach erfolgt die persönliche Direktansprache durch uns, abgestimmt mit dem Berater. Dieser behält jederzeit die volle Transparenz und Prozesshoheit. DealCircle liefert also keine Plattform, sondern ein Tool, das die Reichweite, Präzision und Geschwindigkeit der Käuferidentifikation massiv erhöht – ohne Aufwand auf Beraterseite.

Welche Rolle spielt das Thema Tech-Offenheit bei Investoren?

Eine sehr große. Investoren erwarten heute Professionalität auf Augenhöhe – datengetriebene Prozesse, fundierte Käuferauswahl und eine saubere, strukturierte Marktansprache. Cold Calls oder Massenmailings sind für viele schlicht ein No-Go. Wer moderne Tools nicht einsetzt, verliert an Glaubwürdigkeit – und oft auch an Geschwindigkeit. Die Erwartung an den Dealflow ist heute höher denn je.

Wo sehen Sie den M&A-Markt im Jahr 2030?

Digital, effizient und stärker fokussiert. Alles, was automatisiert oder standardisiert werden kann, wird automatisiert – vom Sourcing über das Matching bis zur Dokumentation. Gleichzeitig wird die Rolle des

M&A-Beraters strategischer. Es geht weniger um das »Wen kenne ich?« und mehr um »Wie gestalte ich den idealen Prozess?«. Tools wie DealCircle übernehmen das Matching – der Mensch bleibt der Entscheider, Koordinator und Vertrauensanker.

Weitere Informationen unter:
dealcircle.com



 DEALCIRCLE

Unsichtbare Infrastruktur, sichtbare Wirkung

Investieren wirkt oft kompliziert, teuer und exklusiv. Doch neue Generationen von Investmentinfrastrukturen machen es möglich, moderne Investmentprodukte schnell und nahtlos in bestehende Systeme zu integrieren. Das verändert nicht nur den Wettbewerb in der Branche – sondern auch, wie Millionen von Menschen in Europa langfristig ihr Geld anlegen.



Til Rochow
Co-Founder & CPO, Upvest

Til Rochow, was ist die Kernidee hinter Ihrer Lösung bei Upvest?

Unsere Mission ist es, Investieren so einfach und zugänglich wie möglich zu machen. Mit unserer Investment-API decken wir alle Bereiche von Handel, Abwicklung und Verwahrung ab. So unterstützen wir Banken, Fintechs und Vermögensverwalter dabei, ihre Plattformen zu modernisieren und bessere Anlageprodukte anzubieten. Damit wollen wir die Investmentkultur in Europa stärken und einen Beitrag dazu leisten, dass mehr Menschen die Rentenlücke schließen und finanziell unabhängiger werden.

Wie unterscheiden Sie sich von anderen Anbietern auf dem Markt?

Traditionelle Anbieter arbeiten oft mit langsamer, teurer und kaum flexibler

»
Unsere Mission ist es, Investieren so einfach und zugänglich wie möglich zu machen.

– Til Rochow,
Co-Founder & CPO

Infrastruktur. Eigenentwicklungen sind aufwendig, kapitalintensiv und riskant. Wir bieten als einziger Anbieter in Europa eine hochskalierbare Plattform mit stark automatisierten Prozessen, Echtzeitdaten und regulatorischen Lizenzen. Damit ermöglichen wir bessere Nutzererlebnisse, Produktinnovationen und den Einsatz von KI. Kunden wie Revolut, N26, Raisin oder Openbank

zeigen, wie schnell und effizient sich unsere Lösung in die Praxis übertragen lässt.

Wie können Unternehmen Ihre API in ihre Angebote integrieren?

Upvests Investment-API lässt sich in bestehende Systeme integrieren, ohne tiefgreifende Änderungen an der Architektur. Über unsere API erhalten Unternehmen Zugang zu allen Funktionen, von der Depotöffnung über Orderausführung bis zu Reporting und Compliance. Dies reduziert den Aufwand erheblich und beschleunigt den Markteintritt. Ein neues Brokerage-Angebot lässt sich so in wenigen Monaten realisieren, während traditionelle Anbieter dafür oft Jahre benötigen.

Welche Herausforderungen lösen Sie für Unternehmen, die bisher den Eigenbau gescheut haben?

Der Eigenaufbau erfordert hohe Investitionen, lange Entwicklungszeiten und tiefes regulatorisches Wissen. Wir bieten eine sofort einsatzbereite, vollständig regulierte Plattform, die Kosten senkt, Zeit spart und Risiken minimiert. Bei Migrationen sorgen wir für einen schnellen und problemlosen Übergang – ein entscheidender Vorteil für Banken mit großen Kundenzahlen.

Welche Trends werden den Markt in Zukunft prägen?

Drei Entwicklungen stechen hervor: Erstens wird die digitale Nutzererfahrung zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Zweitens führen neue regulatorische Anforderungen und Reformen dazu, dass flexible Infrastruktur zum echten Vorteil wird – etwa beim Altersvorsorgedepot oder der Frühstartrente. Drittens wächst der Druck durch Neobroker, die mit Angeboten wie Bruchstückhandel von Aktien oder ETFs und kostenfreien Sparplänen Standards setzen. Immer mehr Banken erkennen, dass sie mit moderner Infrastruktur zukunftssicher werden müssen.

Weitere Informationen unter:
upvest.co



upvest

Aazzur Services GmbH • Brandreport

Embedded Finance: ein leistungsstarker Weg zu mehr Kundenbindung und Umsatzsteigerung

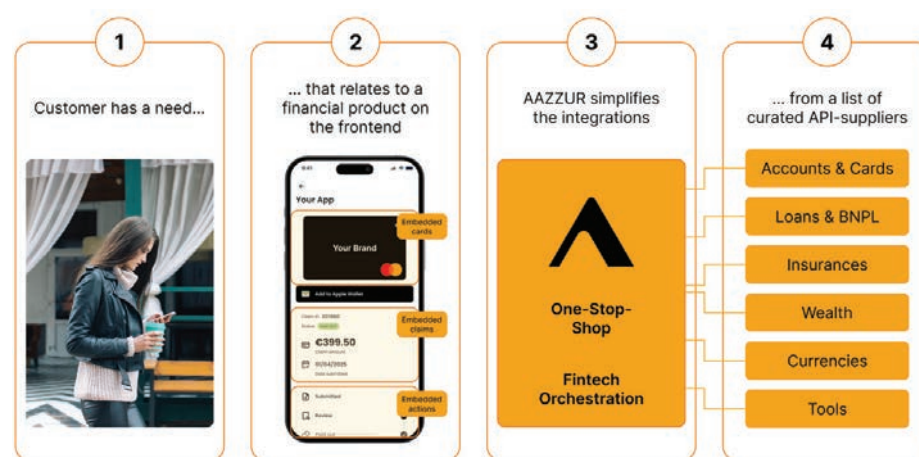
Für Unternehmen, die Umsatzwachstum und Kundenloyalität vorantreiben wollen, etabliert sich ein neues Zeitalter: Embedded Finance. Aazzur revolutioniert, wie Unternehmen Finanzdienstleistungen als integralen Bestandteil ihres Geschäftsmodells nutzen können, ohne gleich eine Bank gründen zu müssen.



Philipp Buschmann
CEO und Co-Founder

Anstatt Kunden für jede Finanztransaktion zu externen Bankpartnern weiterzuleiten oder kostspielige Finanzinfrastrukturen von Grund auf zu entwickeln, können Firmen jetzt Banking nahtlos in ihr Geschäftsmodell integrieren: Zahlungsverkehr, Karten, Kredite, Versicherungen etc. Über 20 000 Fintechs offerieren inzwischen hervorragende Finanzdienstleistungen besser, komfortabler und smarter. Aazzur, Gewinner des Mastercard European Fintech Forum 2024, hat einen modularen Ansatz entwickelt, der es Unternehmen und Marken ermöglicht, alle diese Services einfach über Plug-and-Play-Komponenten zu implementieren, und verändert damit grundlegend, wie Non-Banking-Unternehmen den 140 Milliarden Euro schweren Embedded-Finance-Markt für sich nutzen können.

Plattform-Ansatz reduziert Implementierungskosten drastisch
Herkömmliche Embedded-Finance-Projekte



erfordern von Unternehmen, mehrere Fintech-Anbieter zu screenen und auszuwählen, komplexe Integrationsprojekte zu managen und hohe Investitionen in spezialisiertes Know-how aufzubauen. Aazzurs Plattform-Ansatz reduziert diese Barrieren radikal durch mehr als 70 vorgefertigte und einfach zu integrierende Frontend-Bausteine und die Orchestrierung von Beziehungen zu über 30 geprüften Fintech-Partnern über eine einzige Integration. Dieser konzeptionelle Ansatz verkürzt die Implementierungszeit von 18 Monaten auf vier bis sechs Monate und senkt die Gesamtkosten von zwei bis acht Millionen Euro auf 250 000 bis eine Million Euro über drei Jahre, wodurch

Embedded Finance für mittelständische Unternehmen und Marken zugänglich wird.

Zielgruppe: Etablierte Unternehmen und Marken außerhalb der Finanzbranche

Aazzur richtet sich gezielt an etablierte Marken und Konzerne außerhalb des Finanzsektors, die erkannt haben, dass die nahtlose Integration von Finanzprodukten für die Wettbewerbsdifferenzierung essenziell geworden ist. Von Reisebüros, die Spesen- und internationale Zahlkarten anbieten, bis hin zu E-Commerce-Plattformen mit Sofortkrediten ermöglicht Embedded Finance Unternehmen und Marken, ihre Kundenbeziehungen zu transformieren.

»Wir sind der Henry Ford in Sachen Finanzdienstleistungen«

»Wir bieten unseren Kunden einen Plug-and-Play-Zugang zu einem Finanz-Ökosystem, indem wir die passenden Teile zusammensuchen und ans Laufen bekommen«, sagt CEO und Co-Founder Philipp Buschmann. »Wenn man ein funktionierendes Zahlungssystem mit einem Auto vergleicht, würde ich sagen: Wir sind der Henry Ford in Sachen Finanzdienstleistungen.« Klar ist für Buschmann auch: »Wer heute Finanzdienstleistungen in nicht finanzielle Produkte integriert, wird am Markt bestehen und seine Dominanz ausbauen oder sogar zurückerobern können. Wir vereinfachen den Prozess, damit gerade auch bekannte Marken und größere Firmen schnell Innovationen entwickeln können.«

Weitere Informationen unter:
aazzur.com



A A Z Z U R

»Wenn Regeln und Aufsicht wirklich zusammenlaufen, steigen Trefferqualität und Austauschfähigkeit«

Das AML-Paket zur Bekämpfung der Geldwäsche verschärft noch einmal die Kontrollen von Finanztransaktionen. René Hofer, CRO/CCO und Branch Director Germany des Finanzdienstleisters Holvi, erörtert die Folgen für den Wirtschaftsstandort Deutschland.



René Hofer
CRO/CCO
Branch Director Germany

Herr Hofer, Holvi wurde 2011 in Helsinki gegründet und unterstützt speziell Freiberufler:innen und kleinere Unternehmen. Was bedeutet das AML-Paket für Sie und Ihre Kundinnen und Kunden?

Es ist ein Paket aus neuer Geldwäscheverordnung, Richtlinien und einer zentralen Aufsicht in Frankfurt. Ziel: einheitliche Maßstäbe, weniger Schlupflöcher. Für Unternehmen sollen Nachweispflichten, Hürden und Abläufe EU-weit klarer und greifbarer werden. Spürbare Entlastung erwarten wir bei der Kontoeröffnung, Anforderungen an Dokumente sowie bei Bearbeitungszeiten. Aber: Das wirkt nur, wenn die Anwendung wirklich einheitlich ist; sonst bleiben Reibungsverluste.

Sie plädieren für eine bessere Harmonisierung der Regulierungen in der EU. Warum?

Weil gerade kleinere Unternehmen unter Ungleichheiten leiden. Beispiel: Ein internationales Team eröffnet für ein Projekt ein Geschäftskonto. Heute verlangen Länder teilweise unterschiedliche Registerauszüge, Übersetzungen, Vollmachten und eine Vielzahl von Nachweisen. Es prallen 27 Auslegungen auf grenzüberschreitende Geschäftsmodelle. Harmonisierung heißt: gleiche Unterlagenlisten, identische Datenfelder (Steuer-ID usw.) und verbindliche Entscheidungsfristen. Das spart Tage und Gebühren genau dort, wo niemand eine Rechtsabteilung hat.

Was hat der Binnenmarkt vom verschärften Geldwäschegesetz?

Effizientere Bürokratie. Wenn Regeln und Aufsicht wirklich zusammenlaufen, steigen Trefferqualität und Austauschfähigkeit. Risikoquellen lassen sich früher erkennen und besser priorisieren. Der Nutzen kippt, wenn Mitgliedstaaten übererfüllen oder uneinheitlich prüfen. Dann steigen Kosten und Durchlaufzeiten, vor allem für kleine Unternehmen. Der Binnenmarkt profitiert

nur messbar, wenn Bearbeitungszeiten kürzer werden und grenzüberschreitende Fälle gleich und im engen Austausch behandelt werden. Nur so erreichen wir höhere Standards in der gemeinsamen Mission, einen sicheren Finanzmarkt zu führen.

Immer mehr Unternehmen setzen auf integriertes Finanzmanagement. Wie wichtig sind also verlässliche europäische Finanzdienstleister?

Vertrauen ist das A und O. Wer Löhne, Steuern und Lieferanten pünktlich bedienen muss, braucht Planbarkeit: klare Fristen für Kontoeröffnung und Prüfungen, stabile Zahlungsabwicklung, transparente Entscheidungen. Europäische Finanzdienstleister unterliegen GDPR, DORA oder PSD2 (bald PSD3). Das ist ein guter Rahmen, zählbar wird Vertrauen aber erst durch belastbare Systeme, saubere Datenwege und nachvollziehbare Entscheidungen, auch bei ausgelagerten Diensten.

Wie machen Fintechs sich in den nächsten drei Jahren wasserfest?

Alles wird schneller, auch das Risiko. Wasserfest und Sicherheitsgarant werden wir insbesondere durch vier Bausteine:

1. Betrugsabwehr in Echtzeit inkl. Name/IBAN-Abgleich und laufender Mustererkennung;
2. hohe Datenqualität über den gesamten Kunden-Lifecycle;
3. Compliance als dauerhafter Prozess mit Verantwortlichen, Fristen und Messwerten;
4. Vorsorge und Tests für Ausfälle in der Lieferkette.

Das Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden ist der Kern. Ob Fintech oder Bank, wer diese Bausteine nicht sicherstellt, verliert den Wettbewerb.

Weitere Informationen unter:
holvi.com



HOLVI

Brandreport • Cassini Consulting AG

Digitalisierung und Optimierung im Bankensektor



Jürgen Wilmink
Senior Management Consultant
Cassini Consulting



Boris Gloger
Geschäftsführer
borisgloger Consulting

Zwischen Regulierung, Digitalisierung und Fachkräftemangel steht der Finanzsektor an einem entscheidenden Wendepunkt: Jahrzehntealte Legacy-Systeme stoßen an ihre Grenzen, während agile Fintechs zunehmend Marktanteile gewinnen. Wie können Banken dieser Dynamik begegnen, mit DORA, ESG und Basel IV souverän umgehen und gestärkt aus dem Wandel hervorgehen?

Banken stehen an einem Wendepunkt
Was sich heute deutlich zeigt, ist kein bloßer »Optimierungsbedarf«. Es ist ein strategischer Wendepunkt. Drei dominante Herausforderungen prägen das Spielfeld: die regulatorische Komplexität, der wachsende Wettbewerbsdruck und die strukturellen Barrieren.

Die gute Nachricht: Banken verfügen über ein wertvolles Asset – tiefgreifendes Prozess-Know-how, historisch gewachsen und regulatorisch geschärft. Doch dieses Potenzial muss neu orchestriert werden.

Die Bank der Zukunft

Die digitale Transformation verändert den Bankensektor grundlegend. Neue Wettbewerber, technologische Innovationen und steigende Kundenerwartungen zwingen etablierte Institute, ihre Geschäftsmodelle, Prozesse und IT-Architekturen neu zu denken. Cassini formuliert daher sechs zentrale Thesen, die den Weg zu einer zukunftsfähigen Bank weisen:

1. Kundenzentrierung durch digitale Services

Kundinnen und Kunden erwarten personalisierte, intuitive und jederzeit verfügbare digitale Angebote. Wer diese Anforderungen nicht erfüllt, verliert Marktanteile an agile Fintechs und digitale Plattformanbieter. Die konsequente Ausrichtung aller Kanäle und Services auf den Kundennutzen ist längst keine Kür mehr – sondern Pflicht.

2. Daten als strategisches Kapital

Daten ermöglichen fundierte Entscheidungen in Risikomanagement, Vertrieb und Compliance. Erfolgreiche Banken entwickeln sich zu datengetriebenen Organisationen mit KI-gestützten Plattformen, die vorausschauend agieren, statt bloß zu reagieren. Das ist insbesondere für die interne Revision von Bedeutung, da diese Technologien nun Echtzeit-Auditing ermöglichen.

3. Open Banking und Plattform-Ökosysteme

Die Zukunft gehört offenen, vernetzten Geschäftsmodellen. Banken, die sich für Drittanbieter und Partner öffnen, erschließen neue Ertragsquellen, steigern ihre Innovationskraft und erhöhen ihre Reichweite.

4. Effizienz durch Automatisierung und Cloud-Technologien

Moderne Technologien wie RPA und Cloud-IT senken Kosten und beschleunigen Prozesse. Die Ablösung veralteter Legacy-Systeme ermöglicht digitale Skalierung und Innovationsfähigkeit.

5. Cybersecurity und regulatorische Resilienz

IT-Sicherheit und regulatorische Konformität sichern Marktposition und Reputation. Investitionen in Resilienz und Compliance-by-Design sind unverzichtbar.

6. Die Bankmitarbeitenden werden einen tiefgreifenden Wandel ihres Arbeitens erleben

Die oben genannten Technologien führen zu einem neuen Level an Verantwortung für die einzelnen Mitarbeitenden. Da die Daten nun transparent in Echtzeit vorliegen, können und müssen alle Level in den Organisationen schneller entscheiden und das können sie nur, wenn sie die Technologien, mit denen sie arbeiten, auch verstehen.

Wer heute nicht handelt, verliert morgen den Anschluss

Untätigkeit im Angesicht tiefgreifender Marktveränderungen gefährdet die

Wettbewerbsfähigkeit – kurzfristig im operativen Geschäft, langfristig in der strategischen Positionierung.

Das Vertrauen der Kundschaft schwindet, insbesondere jüngerer Kund:innen. Diese erwarten nahtlose, mobile und personalisierte digitale Services. Banken, die diese Erwartungen nicht erfüllen, gelten schnell als rückständig – ein Reputationsrisiko, das langfristige Kundenbeziehungen gefährden kann.

Wer sich aber frühzeitig strategisch positioniert, Technologie intelligent einsetzt und den Kundennutzen in den Mittelpunkt stellt, kann die Herausforderungen des Wandels nicht nur bewältigen, sondern aktiv für Wachstum und Differenzierung nutzen. Entscheidend ist ein integrativer Ansatz – er beginnt bei der Führung, die sich dieser massiven Herausforderung bewusst ist und die ihre Geschäftsstrategie bewusst auf diesen neuen Pfad ausrichtet und dann systematisch in ihren Prozessen umsetzt und dabei die technologischen Umsetzung fördert.

Weitere Informationen unter:
cassini.de



cassini
GUIDING AHEAD

Smarte Partnerschaft für digitale KMU-Finanzierung

Wie gelingt es kleinen Unternehmen, schneller an Kredite zu kommen – ohne Formulare, Filialbesuch und Wartezeiten? Fabian Platzen, Geschäftsführer von iwoca Deutschland, und Dr. Malte Dous, Zentraleuropa-Chef von Qonto, setzen auf Embedded Lending direkt im digitalen Geschäftskonto. Im Interview erklären sie, wie ihre Partnerschaft funktioniert – und warum Geschwindigkeit, Daten und Nutzerorientierung dabei den Unterschied machen.



Herr Platzen, Herr Dous, ein Schulterschluss zweier FinTechs – wie haben Sie gemerkt, dass Ihre Ansätze sich ergänzen?

Platzen: Die Partnerschaft besteht schon seit vier Jahren. Wir wollten dort präsent sein, wo unsere Kunden ihren Finanzbedarf haben – und mit Qonto gemeinsam funktioniert das hervorragend im Banking-Umfeld. Wir haben das Modell stetig weiterentwickelt: eine Embedded-Lösung, bei der unser Finanzierungsangebot direkt in den Bankingprozess eingebunden ist – für unsere Kunden schnell und unkompliziert.

Dous: Genau, Qonto bietet das führende digitale Geschäftskonto in Europa mit integrierten Finanztools. Unsere Kunden sind Gründer, Selbstständige und KMUs, meist ohne eigene Finanzabteilung. Die Partnerschaft mit iwoca ergänzt das Angebot von Qonto: Sie bietet Kreditkompetenz dort, wo im digitalen Geschäftskonto Finanzierungsbedarf entsteht.

»
Wir wollten dort präsent sein, wo unsere Kunden ihren Finanzbedarf haben – und mit Qonto gemeinsam funktioniert das hervorragend im Banking-Umfeld.

– Fabian Platzen

Die Hausbank gilt für viele Unternehmen nach wie vor als erste Adresse. In welchen Situationen ist Ihr digitales Kreditangebot die bessere Alternative?

Platzen: Der deutsche Unternehmenskreditmarkt ist riesig und auch heute noch stark von Sparkassen und Volksbanken bestimmt. Aber deren Entscheidungsprozesse sind oft noch sehr langsam und manuell. Unsere Kunden wollen heute digital, schnell und ohne Filialbesuch handeln. iwoca ermöglicht genau das – mit sicheren digitalen Prozessen und persönlichem Support.

Jetzt mal konkret, wie schnell sind Sie, wenn ein KMU kurzfristig Geld braucht?

Platzen: Bei Krediten bis 25 000 Euro treffen wir innerhalb von Sekunden eine Entscheidung – inklusive Auszahlung oft in unter 15 Minuten. Bei Beträgen bis 500 000 Euro sind es zwei bis drei Geschäftstage. Das ist ein gewaltiger Unterschied zu traditionellen Banken, wo allein die interne Weiterleitung schon Tage dauern kann.

Was unterscheidet Ihr Angebot noch von traditionellen Bankkrediten?

Platzen: Neben Geschwindigkeit ist es die Flexibilität. Unsere Kredite sind jederzeit kostenlos rückzahlbar. Unternehmer können finanzielle Sicherheit schaffen, ohne sich langfristig zu binden. Das entlastet den Kopf und gibt Raum fürs Geschäft.

Herr Dous, warum setzt Qonto beim Thema Kredit auf Partnerschaften statt Eigenlösungen?

Dous: Unsere Vision ist eine umfassende Finanzplattform für KMUs. Kredite sind essenziell und dort glauben wir an die Stärke spezialisierter Partner. iwoca ist Experte im Bereich Unternehmenskredite, wir bündeln hier unsere Kompetenzen. Perspektivisch beantragen wir eine Vollbanklizenz, aber auch dann werden Partnerschaften strategisch wichtig bleiben.

Deutschland gilt beim Thema Digitalisierung oft als zurückhaltend. Wie offen sind deutsche

KMUs für vollständig digitale Finanzierungslösungen?

Platzen: Überraschend offen! Ganz unabhängig von Branche oder Alter – unser durchschnittlicher Kunde ist über 50 Jahre alt und seit vielen Jahren mit dem Unternehmen aktiv. Der Bedarf ist klar: Kredite abschließen, ohne dafür das Tagesgeschäft vernachlässigen zu müssen. Die Vorbehalte gegenüber digitalen Angeboten kommen meist von den Banken, nicht von den Unternehmen.

Dous: Unsere Kunden wollen Prozesse, die jederzeit mobil verfügbar sind. Gleichzeitig schätzen sie den Zugang zu echten Ansprechpartnern. Wir kombinieren Hightech mit Hightouch – das ergibt sehr hohe Kundenzufriedenheitswerte.

Was sind Ihre nächsten Ziele?

Dous: Wir denken die Customer-Journey weiter. Wir wollen digitale und vernetzte Lösungen schaffen, die sämtliche Bedürfnisse unserer Kunden im Finanzalltag adressieren. Das Nutzererlebnis soll nahtlos werden.

Platzen: Und mit zunehmender Datennutzung wird es möglich, Kreditangebote proaktiv und an die aktuelle Situation angepasst auszuspielen – etwa auf Basis saisonaler Umsätze. So entsteht für unsere Kunden echter Mehrwert: Nicht nur reagieren, sondern vordenenken.



Qonto

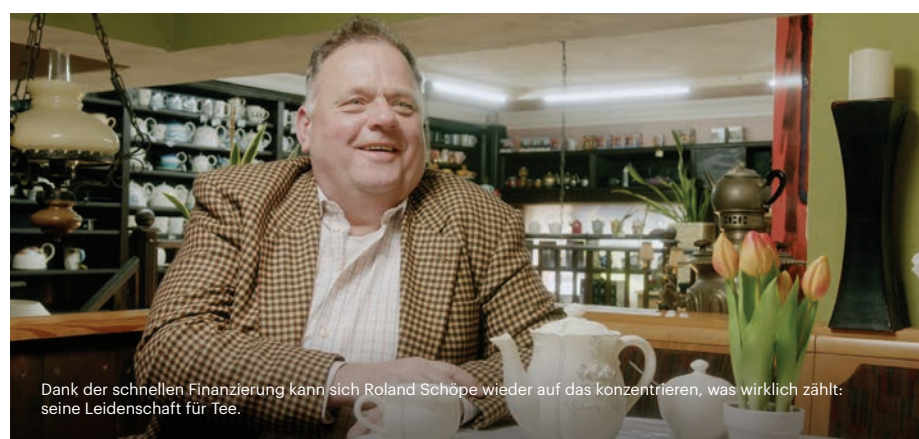
Von der Idee zur Finanzierung – in Rekordzeit

Als das Teehaus Schöpe wachsen wollte, setzte Inhaber Roland Schöpe auf eine ungewöhnliche Idee – und auf eine Finanzierung, die schneller war als jede Bank. Heute rollt sein Geschäft buchstäblich zu den Kunden.

Seit über 30 Jahren ist das Teehaus Schöpe in Cottbus eine feste Größe: ein charmantes Familienunternehmen, in dem Roland Schöpe gemeinsam mit seiner Frau auf zwei Etagen ausgewählte Tees und hausgemachte Häppchen serviert. Viele Gäste sind seit Jahrzehnten treue Stammkunden – sie schätzen die persönliche Beratung und die Leidenschaft, mit der das Ehepaar sein Sortiment kuratiert.

Der Tee kommt jetzt zum Kunden

Doch Schöpe wollte neue Wege gehen und andere Zielgruppen erreichen. Die Herausforderung: Tee ist erklärungsbedürftig. »Tee ist ein Produkt, das man mit allen Sinnen erfahren möchte – darum bringe ich das Erlebnis lieber direkt zu den Menschen«, sagt er. Statt auf den umkämpften Onlinehandel zu setzen, entwickelte er ein Konzept für einen mobilen Teegarten: ein rollendes Format für Garten-Festivals, Messen und Märkte. Die Besucher sollten die Vielfalt des Tees direkt vor Ort probieren können, frisch aufgebrüht, begleitet von fachkundiger Beratung.



Klassische Banken? Zu träge für schnelle Ideen

Der Plan war schlüssig, doch für die Umsetzung fehlte es an einem geeigneten Fahrzeug – und an der passenden Finanzierung. Klassische Banken reagierten zurückhaltend: zu bürokratisch, zu langsam. Im Sommer 2018 entdeckte Schöpe iwoca. Die digitale Antragstellung überzeugte ihn sofort: »Das klang auf einmal so leicht. Zwei Stunden nach der Antragstellung war

das Angebot da und weniger als 48 Stunden später war das Geld auf dem Weg zu mir.«

Schnell zum Ziel mit iwoca

Mithilfe des iwoca-Flexi-Kredits konnte er den Transporter schnell und unkompliziert finanzieren. Besonders wichtig war ihm die Flexibilität – tagesgenaue Zinsberechnung, jederzeit kostenfreie Rückzahlung und ein persönlicher Ansprechpartner, »der sich aktiv

meldet und unterstützt«. Sein Fazit: »Das hat mir von Anfang an Sicherheit gegeben.«

Mit dem Teegarten auf Erfolgskurs

Ein Konzept, das funktioniert: Der mobile Teegarten wurde zügig angenommen. Auch ein Jahr nach dem Start zeigt sich: Die Entscheidung hat sich ausgezahlt. Schöpe konnte neue Standorte erschließen, seinen Kundenkreis erweitern und das Geschäft breiter aufstellen. Sein Resümee bleibt klar: »Ich würde es jederzeit wieder so machen.«

Mehr über flexible Finanzierungslösungen für den Mittelstand auf: iwoca.de



Wenn Kapital mehr wird als Rendite

Kapital ist nicht nur ein Mittel zum persönlichen Vermögensaufbau, sondern auch ein Faktor, der Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft beeinflusst. Jede Investition unterstützt bestimmte Unternehmen, Technologien oder Geschäftsmodelle – und wirkt damit über die rein finanzielle Ebene hinaus. Traditionell stand bei Geldanlagen die Rendite im Vordergrund. In den letzten Jahren jedoch wächst das Interesse an einer anderen Herangehensweise: Impact Investing. Daher steckt die Idee, Kapital so einzusetzen, dass es nicht nur Erträge erwirtschaftet, sondern auch messbar positive Effekte für Umwelt und Gesellschaft erzielt.

Mehr als ein Modewort

»Impact« bedeutet Wirkung. Impact Investing will also nicht nur finanziellen Gewinn, sondern gezielt messbare, positive gesellschaftliche oder ökologische Auswirkungen. Es unterscheidet sich damit klar vom klassischen Investieren, bei dem Rendite das einzige Kriterium ist, aber auch vom reinen Spenden oder von philanthropischen Ansätzen, bei denen die finanzielle Rückzahlung keine Rolle spielt. Impact Investing bewegt sich dazwischen: Es sucht die Balance zwischen Gewinn und Sinn.

Das Konzept ist nicht neu – erste Formen tauchten in den 1960er-Jahren im Bereich der Mikrofinanzierung auf. Doch erst in den letzten zwei Jahrzehnten, parallel zu Klimakrise, wachsender sozialer Ungleichheit und globalen Protestbewegungen, bekam die Idee einen weltweiten Schub. Heute verwalten spezialisierte Fonds Milliardenbeträge, um Projekte zu finanzieren, die etwa erneuerbare Energien fördern, Zugang zu sauberem Wasser schaffen, faire Arbeitsbedingungen unterstützen oder nachhaltige Landwirtschaft möglich machen.

Der emotionale Kern

Was Impact Investing so besonders macht, ist die emotionale Dimension. Geld ist plötzlich nicht mehr nur eine abstrakte Zahl auf einem Kontoauszug. Es wird zu einem Instrument, das Geschichten schreibt: von Kindern, die in Afrika dank Solarstrom abends lernen können und von Flüssen, die nicht mehr durch industrielle Abwässer vergiftet werden.



Bild iStockphoto/peter bocklandt

Viele Projekte beweisen, dass nachhaltige Lösungen langfristig auch ökonomisch erfolgreich sind.

Wer investiert, wird Teil dieser Geschichten. Er oder sie erkennt: Mein Kapital trägt Verantwortung. Diese Erkenntnis weckt Gefühle, die in der Finanzwelt oft fehlen – Stolz, Sinnhaftigkeit, vielleicht sogar ein Stück Hoffnung.

Zwischen Ideal und Realität

Natürlich bleibt die Frage: Kann das funktionieren? Sind Rendite und Wirkung wirklich vereinbar? Kritiker:innen warnen vor »Impact Washing«, also dem Versuch von Unternehmen, sich mit schönen Worten ein nachhaltiges Image zu geben, ohne echte Veränderungen herbeizuführen. Hier liegt eine der größten Herausforderungen: Wirkung muss messbar sein. Deshalb gibt es immer mehr Standards und Instrumente, um soziale und ökologische Ergebnisse transparent zu bewerten.

Gleichzeitig zeigt die Praxis: Impact Investing bedeutet nicht automatisch Verzicht. Viele Projekte beweisen, dass nachhaltige Lösungen langfristig auch ökonomisch erfolgreich sind. Solarenergie etwa ist nicht nur klimafreundlich, sondern inzwischen auch kostengünstiger als fossile Alternativen. Mikrokredite erzielen stabile Rückzahlungsraten.

Eine Einladung zum Umdenken

Impact Investing fordert dazu auf, das Verhältnis zu Geld zu überdenken. Es erinnert uns daran, dass jede Investition eine moralische Dimension hat. Wer in Kohleminen investiert, trägt Mitverantwortung für CO₂-Emissionen. Wer in Bildung, Gesundheit oder nachhaltige Technologien investiert, trägt Mitverantwortung für Fortschritt und Gerechtigkeit.

Die Entscheidung, wie Kapital eingesetzt wird, ist damit mehr als eine wirtschaftliche – sie ist eine zutiefst menschliche. Sie berührt Fragen von Ethik, von Verantwortung, von Hoffnung.

Die Zukunft des Investierens

Es gibt keine Garantie, dass Impact Investing allein die Welt retten wird. Aber es ist ein Baustein, ein Werkzeug in einer Welt, die dringend Lösungen braucht. Jeder Euro, der nicht nur Gewinn, sondern auch Wirkung erzielt, zeigt, dass eine andere Art des Wirtschaftens möglich ist.

Vielleicht liegt genau darin die emotionale Kraft dieses Ansatzes: Er verbindet zwei Dinge, die oft als Gegensätze erscheinen – Herz und Verstand, Idealismus und Pragmatismus, Rendite und Verantwortung. Impact Investing beweist, dass sie nicht ausschließen müssen.

Am Ende bleibt eine Einladung: sich vorzustellen, welche Welt entstehen könnte, wenn immer mehr Menschen und Institutionen ihr Kapital nicht nur nach Zahlen, sondern nach Werten lenken. Eine Welt, in der Geld nicht nur mehr hat, sondern mehr ist – eine Quelle von Sinn, von Wandel, von Hoffnung.

Text Aaliyah Daidi

Brandreport • bettervest GmbH

Echte Veränderung finanzieren

Von der Nische zum Mainstream: Wie Impact Investing nachhaltiges Investieren weiterdenkt.

Beim kenianischen Teeproduzenten Mbogo Valley Tea liefert seit Kurzem eine Solaranlage mit Batteriespeicher die Energie für Maschinen und Trocknungsanlagen. Die Stromkosten sind gesunken, die Produktion läuft stabiler – ein entscheidender Vorteil in einer Region mit unzuverlässiger Netzinfrastruktur. Installiert wurde die Anlage vom Energiedienstleister Ariya Finergy, finanziert über die Crowdfunding-Plattform bettervest. Für die Anleger:innen bedeutet das nicht nur marktübliche Rendite, sondern auch eine messbare ökologische und soziale Wirkung: geringere Emissionen, gesicherte Arbeitsplätze, wirtschaftlicher Aufschwung.

Mehr als ein gutes Gefühl

Nachhaltigkeit ist im Finanzwesen angekommen. Milliardenbeträge fließen in

sogenannte ESG-Fonds, die Umwelt-, Sozial- und Governance-Kriterien berücksichtigen. Doch ESG steht zunehmend in der Kritik: uneinheitlich, intransparent, anfällig für Greenwashing. Viele Anleger:innen fragen sich: Was bewirkt mein Geld wirklich?

Hier setzt Impact Investing an. Während ESG vor allem Risiken managt, stellt Impact Investing die Wirkung in den Mittelpunkt. Kapital fließt gezielt in Projekte mit nachweisbar ökologischem oder sozialem Nutzen – bei marktüblicher Rendite. Es geht darum, nicht nur Schaden zu vermeiden, sondern aktiv Gutes zu bewirken.

Vom Idealismus zur strategischen Anlage

Was einst als Nische galt, wird heute strategisch gedacht. Regulatorik, Klimakrise, soziale Ungleichheit und Fortschritte in der Wirkungsmessung treiben die Entwicklung. Impact Investing zeigt sich als tragfähig, gesellschaftlich relevant und resilient. Veränderungen

werden mit Kennzahlen belegt – etwa Tonnen CO₂, versorgte Haushalte oder geschaffene Arbeitsplätze. Anleger:innen erhalten konkrete Updates statt vager Labels.

bettervest: Wirkung und Transparenz

2012 in Frankfurt gegründet, gehört bettervest inzwischen zu den Pionieren des Impact Investing. Die Plattform startete mit dem Ziel, Energieeffizienzprojekte per Crowdfunding zu finanzieren. Bisher wurden über 150 Projekte in 21 Ländern realisiert – so konnten über drei Millionen Tonnen CO₂ eingespart werden. Für ihr Engagement wurde bettervest mit dem 16. Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2024 ausgezeichnet, in der Kategorie Finanzdienstleister & Börsen.

Auf der Plattform finden sich vielfältige nachhaltige Projekte. Dazu gehören zum Beispiel Energieeffizienzprojekte im Mittelstand, Solaranlagen in Afrika oder nachhaltige Kochherde. Ein sorgfältiger Auswahlprozess berücksichtigt ökonomische, ökologische und soziale Kriterien.

Impact als neue Dimension der Finanzwelt

Impact Investing wird zum neuen Standard. ESG war ein erster Schritt, doch die Zukunft liegt in wirkungsorientierten Investments. Rendite, Risiko und Wirkung werden künftig gemeinsam betrachtet. bettervest zeigt schon heute, wie dieser Wandel konkret aussieht – und warum Impact Investing mehr ist als ein Trend.

Weitere Informationen unter:
bettervest.com



bettervest
your money. your impact



© Hussein Aga Khan, FON Foundation (Focused on Nature)

Wasser neu denken: Kapital mit Sinn

Die Folgen von Wasserknappheit sind heute schon spürbar – von Konflikten bis zu Produktionsstopps. Wasser neu zu denken, wird damit zum Erfolgsfaktor: eine Welt, in der sich Wirkung und Rendite nicht ausschließen, sondern gegenseitig verstärken.

Wasser ist die Grundlage allen Lebens und zugleich eine der unterschätzten Ressourcen unserer Zeit. Ohne Wasser funktioniert kein Markt, keine Industrie, keine Gesellschaft – keine Zukunft. Doch während Kapitalströme jeden Winkel der Welt bewegen, bleibt Wasser in vielen Finanzstrategien ein blinder Fleck. Genau hier setzt The Water Foundation an, um Wasser ins Zentrum von Verantwortung, Rendite und gesellschaftlichem Fortschritt zu rücken.

Dieser blinde Fleck zeigt sich auf drei Weisen

Erstens: Während Finanzstrategien weltweit Milliarden in Energie, Daten und Infrastruktur lenken, spielt Wasser darin kaum eine Rolle – obwohl 90 Prozent aller Klima-Anpassungsmaßnahmen wasserbasiert sind, fließen weniger als 3 Prozent der Klimafinanzierung in diesen Bereich und nur 0,01 Prozent des gesamten globalen Investmentvolumens. Dabei hängt jede Form von Wertschöpfung von Wasser ab.

Zweitens: Nationale Strategien enthalten offene Schwachstellen in der Vermeidung von vorhersehbaren Wasserkrisen. Diese gelten oft als lokale Phänomene – Dürren in Afrika, Überschwemmungen in Asien, sinkende Grundwasserspiegel in Europa. Tatsächlich sind solche Effekte global systemisch: Sie verursachen Produktionsausfälle, gefährden Lieferketten und verschärfen geopolitische Konflikte. Wasser ist ein nicht zu verleugnender strategischer Faktor für wirtschaftliche Stabilität und Sicherheit.

Drittens: Anders als beim Klimaschutz fehlen klare Marktmechanismen, um WaterTech und Wasser selbst investierbar zu machen und fair zu bepreisen. Für CO₂ gibt es Zertifikate und Standards, für Wasser bislang nicht. Wirkung bleibt fragmentiert, da schwer messbar. Die duale Chance: globale Standards erarbeiten und klassische Venture-Capital- &

Private-Market-Mechanismen nutzen, um nach skalierbaren Innovationen zu filtern.

Ein Modell des Investment und Verantwortung verschränkt

Die Water Foundation agiert als globaler Vordenker zum Thema Wasser mit Umsetzungskompetenz. Ein Katalysator, der internationales Kapital in passende Investitionsprojekte für das Social Development Goal 6 der United Nations, Wasser, lenkt.

Sie entwickelt dafür ein Modell, das Philanthropie und Investment verbindet. Mit Sitz in Dubai, München, Vaduz und Delhi entsteht eine Plattform, die humanitäre Projekte ebenso wie marktfähige Finanzprodukte bündelt. Das ehrgeizige Ziel: bis 2035 über eine Milliarde Menschen mit sauberem Wasser zu versorgen.

Unterstützen soll dabei das Schaffen eines WaterTech »Capital Stack« basierend auf klassischen Private-Equity-Tools: WaterTech PE, VC und Venture-Builder-Funds sowie das Konzept der »Water Credits« – ein Standard, vergleichbar mit CO₂-Zertifikaten. Er soll sichtbar machen, wie effizient Wasser genutzt, recycelt und wiederaufbereitet wird. Für Investor:innen entsteht Transparenz, für Unternehmen ein messbares Steuerungsinstrument.



Die Vision ist klar: eine For-Profit-Organisation als globales Thinktank mit Umsetzungskompetenz und Zugang zu Projekten, Technologien und Finanzierungen für zukunftsfähige Wasserversorgung – als Sparringpartner für Investor:innen, Regierungen, Industrie und Neudenker:innen.

Partnerschaften als Multiplikator

Kein Akteur kann die Wasserkrise allein lösen. Deshalb setzt The Water Foundation auf drei Säulen für echte Wirkung.

Außergewöhnliche Menschen – Für echte Transformation bringt sie kluge Köpfe zusammen, die ungeduldig mit dem Status quo sind, neues »System & First Principles«-Denken entlang des gesamten Wasserkreislaufs und der WaterTech-Stack anwenden und – vor allem – den Mut haben zu handeln.

Strategische Befähigung – Sie befähigt Individuen, Organisationen und Staaten, strategische Kapazitäten zu entwickeln, Resilienz zu stärken und zirkuläre Wasser- und Ressourceninfrastrukturen für die Zukunft zu gestalten.

Ökosystemaufbau – Sie schafft ein Ökosystem, das eine der am wenigsten beachteten Herausforderungen unserer Zeit adressiert: Wasserknappheit und die drohende Degradation unserer Wassersysteme.

Eine Plattform für globalen Wandel

Die Vision ist klar: eine For-Profit-Organisation als globales Thinktank mit Umsetzungskompetenz und Zugang zu Projekten, Technologien und Finanzierungen für

zukunftsfähige Wasserversorgung – als Sparringpartner für Investor:innen, Regierungen, Industrie und Neudenker:innen. Wer Kapital in Wasser lenkt, investiert nicht nur in Rendite, sondern in Resilienz, Zukunftsfähigkeit und Lebensqualität. Damit wird die Water Foundation zu einem zentralen Knotenpunkt im Kampf um SDG 6 (das Nachhaltigkeitsziel der Vereinten Nationen) – sauberes Wasser und Sanitärversorgung für alle.

Mehr als Investment

Dieses Modell geht über klassische Finanzmarktlogik hinaus. Es verbindet Rendite mit Sinn, Kapital mit Verantwortung, Zahlen mit Geschichten. Wer sich beteiligt, ist nicht nur Investor:in, sondern Teil einer Bewegung, die greifbare Veränderung schafft – für Gemeinden, Unternehmen und ganze Volkswirtschaften.

Eine Zukunft, die von Wasser getragen wird

Wasser ist die Ressource, die die Zukunft prägen wird – mehr als Öl, mehr als Daten. Wer heute Lösungen schafft, investiert nicht nur in ökonomischen Erfolg, sondern in die Stabilität und Lebensqualität kommender Generationen. The Water Foundation lädt dazu ein, diesen Weg mitzugehen: Kapital dorthin zu lenken, wo es die größte Wirkung entfalten kann.

Am Ende geht es um mehr als Märkte. Es geht um die Grundlage des Lebens – und darum, sie mit Verantwortung, Innovation und Vision für alle zu sichern.

Weitere Informationen unter:
the-water-foundation.com



»Investoren brauchen nicht noch mehr Nachhaltigkeitsversprechen. Was sie brauchen, sind belastbare Belege – und KI bietet die Möglichkeit, diese offenzulegen«



Dr. Benjamin Krusche
Head of Strategy und
Geschäftsleiter DACH-Region

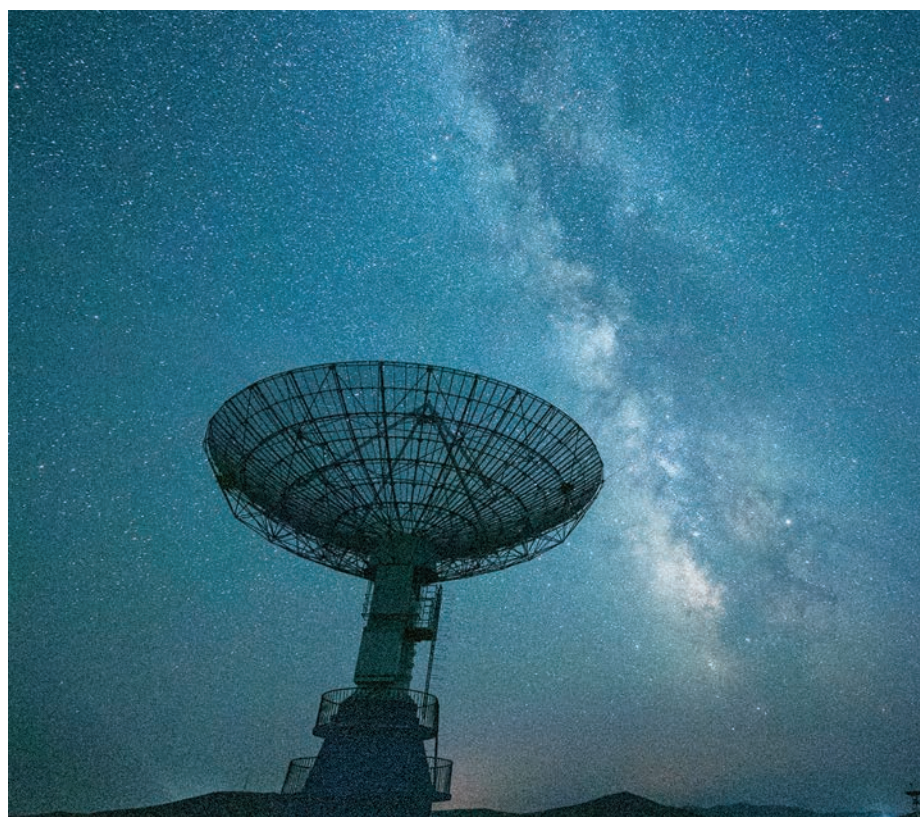
Herr Dr. Krusche, derzeit wird viel über die Glaubwürdigkeit von ESG und Sustainable Finance diskutiert. Warum ist Vertrauen Ihrer Meinung nach zu einer so großen Herausforderung geworden – und kann KI dabei helfen, dieses Problem zu lösen?

Das Vertrauen in ESG ist aus zwei Hauptgründen erodiert. Erstens hat regulatorische Unsicherheit – von der EU-Initiative »Omnibus 2025« bis hin zu den wechselnden politischen Vorgaben in den USA – zu Verwirrung und geschwächtem Vertrauen geführt. Zweitens hat das Fehlen klarer und konsistenter Definitionen von »nachhaltig« dazu beigetragen, dass Marketingversprechen oft die Realität überholen. Unsere Untersuchungen zeigen, dass rund 60 Prozent der Fonds mit Umweltbegriffen im Namen gegen EU-Vorgaben verstoßen – ein deutliches Beispiel dafür, warum die Glaubwürdigkeit von ESG häufig infrage gestellt wird. Um diese Lücke zu schließen, muss mehr getan werden – und KI gibt uns die Werkzeuge an die Hand, indem sie skalierbaren Zugang zu transparenten Daten ermöglicht und diese Probleme sichtbar macht.

Die Dringlichkeit ist offensichtlich. Allein der Klimawandel hat die Weltwirtschaft im vergangenen Jahrzehnt über zwei Billionen US-Dollar gekostet. Um Vertrauen wiederherzustellen, muss Nachhaltigkeit deutlich transparenter, vergleichbarer und stärker datengetrieben werden. Das bedeutet: weg von Versprechen, hin zu konsistenten Nachweisen, auf die sich Investoren, Aufsichtsbehörden und Verbraucher:innen verlassen können. KI kann dabei entscheidend sein: Sie macht Nachhaltigkeitsaussagen in großem Maßstab prüfbar und unterstützt bessere Entscheidungen. Und über die reine Regulierung hinaus hilft KI auch dabei, Nachhaltigkeit umfassender anzugehen – indem sie große Datenmengen verarbeitet, versteckte Risiken aufdeckt und Verzerrungen reduziert, um bessere Entscheidungen im gesamten System zu ermöglichen.

In welchem Maße kann KI Expertise ersetzen oder menschliches Urteilsvermögen in Sustainable Finance ergänzen?

KI sollte ganz klar als Ergänzung menschlicher Expertise gesehen werden – nicht als Ersatz. Seit 2011 hat die Zahl der Vorschriften weltweit um 155 Prozent zugenommen – mehr als 1250 neue Regeln in über 80 Jurisdiktionen. Gleichzeitig veröffentlichen heute 98 Prozent der Unternehmen weltweit Nachhaltigkeitsinformationen, doch vieles davon ist unvollständig, uneinheitlich oder schwer vergleichbar. KI kann hier die Fleißarbeit industrialisieren – Dokumente verarbeiten, Daten extrahieren, Nachweise verknüpfen, Richtlinien prüfen und externe Quellen wie Unternehmensberichte oder Nachrichten einbeziehen.



KI wird Sustainable Finance sowohl in der Skalierung als auch in der Qualität der Analysen grundlegend verändern.

– Dr. Benjamin Krusche,
Head of Strategy und Geschäftsleiter DACH-Region

Bei Clarity AI konzentrieren wir uns darauf, komplexe Nachhaltigkeitsinformationen durch fortschrittliche KI nutzbar zu machen. Gleichzeitig wissen wir, dass Technologie allein nicht ausreicht. Fragen wie Wesentlichkeit, Methodik, Stewardship-Prioritäten oder Risikobereitschaft erfordern menschliche Interpretation und Verantwortlichkeit. Deshalb verfolgen wir einen hybriden Ansatz: Unsere Modelle sind transparent und an sich entwickelnde regulatorische Taxonomien angepasst, während unsere Expert:innen im Prozess eingebunden bleiben – sie prüfen Ergebnisse, markieren Auffälligkeiten und trainieren Modelle bei Bedarf neu.

Wie wird KI Ihrer Meinung nach die Entscheidungsfindung im Bereich Sustainable Finance in den nächsten fünf Jahren verändern? Können Sie ein Beispiel nennen?

KI wird Sustainable Finance sowohl in der Skalierung als auch in der Qualität der Analysen grundlegend verändern. Einerseits kann sie repetitive, aber zentrale Aufgaben übernehmen – etwa Offenlegungen prüfen, Richtlinien testen oder Lieferketten abbilden – und das in einer Geschwindigkeit und Tiefe, die kein menschliches Team erreichen könnte. Andererseits verbessert KI die Entscheidungsfindung, indem sie Erkenntnisse sichtbar macht, die sonst verborgen blieben – zum Beispiel, indem Klimaziele mit Investitionsausgaben verknüpft oder Portfolios gegenüber physischen Risiken Stresstests unterzogen

werden. Aber die Grundlage ist entscheidend: Wenn die Daten unvollständig oder inkonsistent sind, verstärkt KI beim Skalieren lediglich die Schwächen. Deshalb sind vertrauenswürdige Eingaben und menschliche Kontrolle unerlässlich. Unsere Analysen zeigen die Lücke deutlich: Nur rund 40 Prozent der Unternehmen veröffentlichen einen Klimatransitionsplan. KI kann diese Lücke schließen – indem sie Ziele mit Investitionsausgaben und Anreizsystemen verknüpft, Portfolios in Echtzeit neu bewertet und physische Risikokarten mit finanziellen Exposures zusammenführt.

Wir sehen das bereits in der Praxis. Ein Investor kam beispielsweise mit der Frage zu uns, welche Biodiversitätsrisiken in seinem Portfolio bestehen. Traditionelle Offenlegungen deckten weniger als 10 Prozent ab. Durch den Einsatz von KI-Modellen, die Lieferkettendaten, Handelsströme und Geodaten kombinierten, konnten wir die Abdeckung auf über 90 Prozent erhöhen und Landnutzungsrisiken sichtbar machen, die zuvor unsichtbar waren. Genau diese systemische Sichtweise ist der Bereich, in dem KI den größten Unterschied macht.

Wie sehen Sie den deutschen Markt in Bezug auf die Einführung von Sustainable Finance und KI-gestützten Lösungen – und welche Rolle spielt er in Ihrer globalen Strategie?

Deutschland war schon immer ein Markt, in dem Glaubwürdigkeit eine zentrale

Rolle spielt. Hier treffen einige der größten Asset-Owner und Asset-Manager Europas auf eine ausgeprägte Prüfungskultur und eine Gesetzgebung, die eng an die EU-Standards angelehnt ist. Teile des Lieferkettengesetzes werden abgeschwächt, während die aktuellen Aufsichtsschwerpunkte der BaFin die sehr realen finanziellen Risiken des Klimawandels hervorheben – von Extremwetterereignissen bis hin zu Störungen in den Lieferketten. Dieser doppelte Druck führt dazu, dass deutsche Institutionen Lösungen fordern, die nicht nur compliant, sondern auch prüf- und testierbar sind.

Deutschland nimmt daher in unserer globalen Strategie eine Schlüsselrolle ein. Auf institutioneller Ebene arbeiten wir mit einigen der größten Investoren der EU zusammen, die strenge, zukunftsorientierte Instrumente verlangen, um die Greenwashing-Kontroversen der Vergangenheit zu vermeiden. Für die Asset-Management-Community – insbesondere aber auch die großen KVGs, die die Produktprüfung in der DACH-Region prägen – ist die Akzeptanz entscheidend. Deshalb investieren wir stark in generative KI-Lösungen, die Nachhaltigkeitsbewertungen nachvollziehbar, erklärbar und prüfbar machen. Auch auf der Retailseite ist Deutschland ein Vorreiter: Verbraucher:innen setzen sich intensiv mit der Verfolgung ihres persönlichen CO₂-Fußabdrucks auseinander. Mit unserer jüngsten Übernahme des Berliner Unternehmens Ecolytiq skalieren wir KI-gestützte Verbraucherangebote, die Millionen von Menschen ermöglichen, ihren Klimaeinfluss zu messen und zu reduzieren. Diese drei Säulen – institutionelle Investoren, KVGs und Konsument:innen – machen Deutschland zu einem Schlüsselmarkt für Innovation im Bereich Sustainable Finance und für die Mission von Clarity AI weltweit.

Über Clarity AI:

- Clarity AI ist ein Nachhaltigkeits-technologie-Unternehmen, das modernste Technologien und künstliche Intelligenz einsetzt, um Investoren, Unternehmen, Regierungen und Verbraucher:innen Umwelt- und Sozialanalysen bereitzustellen.
- Clarity AI ist weltweit tätig und baut seine Präsenz in Deutschland mit Büros in Frankfurt und Berlin weiter aus.
- Dem Unternehmen vertrauen Kund:innen, die weltweit Vermögenswerte von rund 70 Billionen US-Dollar verwalten.

Mehr erfahren Sie unter:
clarity.ai



 CLARITY AI

Versicherung neu gedacht: wie Versicherer digitale Zahlungsabwicklung ermöglichen

Die Versicherungsbranche muss mit den Erwartungen ihrer Kundschaft Schritt halten. Das ist nicht leicht, denn die umständlichen Prozesse rund um Zahlung und Rückvergütung unterscheiden sich deutlich von den schlanken digitalen Erlebnissen, die heute Standard sind. Hier setzt hi.health mit seiner innovativen Zahlungslösung für Versicherungen, TPAs und MGAs an.



Sebastian Gruber
CEO und Mitgründer

Ob private Krankenversicherung, Zahnzusatz, Auslandskrankenversicherung oder Reisegepäckschutz: Viele Versicherte sehen sich mit hohen Vorkassebeträgen, Papierbelegen und langwierigen Rückerstattungsprozessen konfrontiert. »Mit unserer Lösung helfen wir Versicherungsanbietern, diesen Frust zu beseitigen – durch eine moderne, gebrandete Zahlungskarte, die direkt mit den Policenlogiken der Versicherung verbunden ist«, erklärt Sebastian Gruber, CEO und Mitgründer von hi.health. Das Produktportfolio umfasst physische sowie digitale Karten, die in mobile Wallets integriert werden können. Zahlungen an Gesundheitsdienstleister oder andere Leistungserbringer werden dabei direkt aus Mitteln der Versicherung abgewickelt – ohne dass Versicherte in Vorleistung treten müssen.

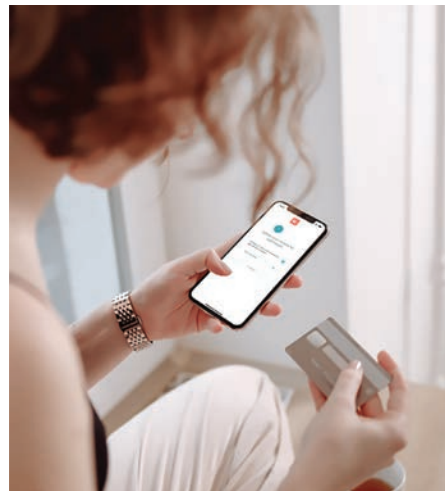
Betrug ist für Versicherungen ein milliarden-schweres Problem. Hier schafft hi.health Abhilfe: Da jede Einreichung mit einer autorisierten Transaktion verknüpft ist, können manipulierte Belege gar nicht erst hochgeladen werden. Der Versicherer erhält nur geprüfte Daten aus echten Zahlungen. So wird das Risiko, gefälschte Rechnungen zu erstatten, effektiv eliminiert.

Vorzüge für die Endkundschaft

Wer sich rundum absichern möchte, hat die Qual der Wahl, denn das Versicherungsangebot ist umfangreich. »Und nebst den Kosten sind es vor allem die umständlichen Prozesse der Zahlungsabwicklung und Vergütung, die den Kundinnen und Kunden Kopfzerbrechen bereiten«, weiß Sebastian Gruber. Auch hierfür bietet das Fintech eine Lösung, indem es den Versicherern und Managing General Agents (MGAs) digitale Lösungen an die Hand gibt, mit denen sie ihren Kundinnen und Kunden ein modernes, digitales Leistungsversprechen bieten können – sei es in der Kranken-, Reise-, Sach- oder Mobilitätsversicherung.

Individuell maßgeschneidert

Eine zentrale Stärke von hi.health liegt in der modularen Plattformarchitektur: Versicherer können die Lösung flexibel auf ihre Bedürfnisse und Policenmodelle abstimmen.



»Unsere Kunden – also die Versicherer – profitieren nicht nur von einem besseren Kundenerlebnis, sondern auch von einer neuen Qualität an strukturierten Echtzeitdaten, automatisierten Prozessen und höherer Transaktionssicherheit«, so Gruber.

Auch das Onboarding gestaltet sich maximal unkompliziert und flexibel: hi.health bietet sowohl eine »no-code«-Integration out of the box als auch eine API-basierte Infrastruktur an, die sich einfach in bestehende Systeme

integrieren lässt. Basierend auf einer Analyse der Use-Cases, die gemeinsam mit dem Versicherer durchgeführt wird, werden die individuellen Limitierungen pro Kartentyp (z. B. Händlerkategorien, Gesundheitsleistungen, geografische Einschränkungen) definiert. Anschließend werden die Karten auf den jeweiligen Use-Case konfiguriert und in das bestehende Claims- oder CRM-System eingebunden. Auf diese Weise ist innerhalb weniger Wochen eine erste Pilotphase möglich. Das Beste: Das System ist durchgehend modular, regulatorisch erprobt und kann an jedes Versicherungsprodukt angepasst werden.

Weitere Informationen unter:
hi.health



by pliant

IU Internationale Hochschule • Brandreport

»Der tägliche Umgang mit Geld wird verwechselt mit finanzieller Bildung«

Finanzwissen ist der Schlüssel für ein finanziell stabiles Leben. Prof. Dr. Johannes Treu ist Professor für Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre an der IU Internationalen Hochschule (IU) und plädiert für eine umfassendere finanzielle Bildung, die bereits in der Schule beginnt.



Prof. Dr. Johannes Treu
Professor für Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre

Herr Prof. Treu, ein Ergebnis Ihrer IU-Kurzstudie »Finanzielle Bildung. Wie steht es um das Finanzwissen in Deutschland?« ist, dass die Menschen ihr Finanzwissen höher einschätzen, als es tatsächlich ist. Warum ist das so?

Das hat mehrere Gründe. Unser routinemäßiger Umgang mit Geld suggeriert uns erst einmal Kompetenz. Ich habe jeden Tag Geld in der Hand, also weiß ich über Geld Bescheid. Man könnte auch sagen: Das Alltagsmanagement wird verwechselt mit finanzieller Bildung. Zweiter Punkt: Wer wenig weiß, unterschätzt sein fehlendes Wissen. Und dann sind da die Finanzprodukte, die im Marketing zwar als einfach dargestellt werden, aber in Wirklichkeit doch etwas komplexer sind. Ich vergleiche den Umgang mit Geld gerne mit Autofahren. Es erscheint ganz einfach. Sie können sich einfach reinsetzen und losfahren. Aber um sicher ans Ziel zu kommen, braucht es dann doch ein paar spezielle Fähigkeiten.

Geld ermöglicht es, Ziele zu erreichen, reduziert Stress und gibt einem eine gewisse Wahlfreiheit.

– Prof. Dr. Johannes Treu,
Professor für Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre

Sie sagen, dass wir vor allem jungen Menschen ein besseres Finanzwissen vermitteln sollten. Wo sollte man da ansetzen?

Es muss tatsächlich in der Schule angesetzt werden. Je früher, desto besser. Finanz- oder Wirtschaftskompetenz als Fach könnte man ab der siebten Klasse starten, wenn man als beschränkt geschäftsfähig gilt. Zinsen, Konsumfallen, Kredite – das ist alles kein Hexenwerk und kann sicher auch spielerisch

vermittelt werden. Allerdings müssen die Lehrkräfte entsprechend befähigt werden.

Wie steht es um die Quellen, die zum Aufbau von Finanzwissen genutzt werden? Worauf vertrauen die Menschen – und worauf sollten sie vertrauen?

Da gibt es große Generationenunterschiede. Die Generation Z setzt auf die Sozialen Medien, auf Influencer, Instagram, TikTok, wo Finanzthemen leicht goutierbar als Video dargestellt werden. Die Fachmedien werden erst später wichtig. Auch die unterscheiden sich natürlich, denn einige wollen nur Geld verdienen. Es gibt jedoch viele gute Angebote, bei denen man sich wirklich neutral informieren kann, etwa das Bundesministerium für Finanzen samt BaFin, die Stiftung Warentest oder auch die Verbraucherzentralen.

Sollte man sich in den verschiedenen Lebensphasen auch unterschiedlich weiterbilden oder seine Quellen erweitern?

Definitiv. Jede Lebensphase erfordert ein anderes Wissen. Es beginnt mit dem Taschengeldparagrafen, dann verdient man das erste Geld, muss sich um die Familie und Wohnung kümmern, dann seine Rente finanzieren, eine Haftpflichtversicherung abschließen und fürs Alter einen Entnahmeplan entwickeln, den einige genauso vergessen wie den Umstand, dass Vater Staat von den erwirtschafteten Kapiteleerträgen, z. B. für die Rente, ein Viertel einbehalten wird.

Sie arbeiten gerade an einer Studie zum Thema »Financial Wellbeing«. Wie sehr kann oder sollte das »finanzielle Wohlbefinden« unser Lebensglück bestimmen?

Ja, dieses Wohlbefinden greift ins Lebensglück ein. Geld ermöglicht es, Ziele zu erreichen, reduziert Stress und gibt einem eine gewisse Wahlfreiheit. Das ist eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für Lebensglück. US-Studien zeigen allerdings, dass ein finanzielles Wohlbefinden auch auf den Körper und die Psyche positiv wirkt. Finanzielle Dinge sollten das Leben nicht dominieren, aber eben auch nicht sabotieren. Um zum Autovergleich zurückzukommen: Finanzielles Wohlbefinden ist wie ein Stoßdämpfer. Der kann keine Schlaglöcher verhindern, aber die Fahrt ruhiger machen.

Weitere Informationen unter:
iu-fernstudium.de



iu INTERNATIONALE
HOCHSCHULE

RETTE DEIN GELD

*Absicherung gegen
den digitalen Euro*

LIVE-WEBINAR

am 24.09.25 um 19:00 Uhr



PETER HAHNE

GERALD GROSZ

ERNST WOLFF

PROF. W. PATZELT

HORST LÜNING

TOM O. REGENAUER

MANUEL OSTERMANN

Jetzt kostenfrei anmelden

<https://www.kettner-edelmetalle.de/webinar/anmeldung>



Privatkunden neu gedacht: Financial Wellbeing als strategischer Imperativ



Dr. Sebastian Schäfer
CEO House of Finance & Tech Berlin

Finanzielle Gesundheit wird zum Wettbewerbsvorteil. Wer Menschen nicht durch Produkte, sondern durch echte Finanzbegleitung überzeugt, gewinnt: Vertrauen, Daten, Marktanteile – und die Kundinnen und Kunden der Zukunft.

Ein neuer Maßstab für Kundennähe

Financial Wellbeing beschreibt den Zustand, in dem Menschen ihre finanziellen Verpflichtungen im Alltag zuverlässig erfüllen können, Rücklagen für unvorhergesehene Ausgaben haben – und langfristig in der Lage sind, ihre Lebensziele zu erreichen. Es geht um finanzielle Sicherheit und finanzielle Entscheidungsfreiheit – heute und in der Zukunft. Die Studie von House of Finance & Tech Berlin (HoFT.Berlin), durchgeführt mit Roland Berger, zeigt: Davon ist Deutschland weit entfernt.

Die Hälfte der Menschen sieht ihre finanzielle Lage sogar als größte persönliche Sorge, 52 Prozent verspüren wöchentlich finanziellen Stress und 20 Prozent rechnen trotz Arbeit mit finanziellen Problemen im Alter.

Auch andere Erhebungen bestätigen dieses Bild: Laut einer Kantar-Umfrage im Auftrag des BVR klafft zwischen gewünschtem und tatsächlichem Sparverhalten eine Lücke von 106 Euro – ein Rekordwert. Zudem blickt laut EU-Vergleich keine andere Bevölkerung so unsicher in die finanzielle Zukunft wie die deutsche.

In Berlin haben wir gemeinsam mit der Financial Health Initiative erstmals noch genauer hingesehen: Die finanzielle Gesundheit liegt im Schnitt auf Bundesniveau – doch die Unterschiede zwischen den Menschen sind größer. Einige sind gut abgesichert, andere kämpfen mit existenziellen Herausforderungen. Financial Wellbeing heißt deshalb: nicht mit einem Standardangebot für alle, sondern mit gezielten Lösungen für unterschiedliche Lebensrealitäten.

Drei zentrale Bedarfsfelder: von Budget bis Vorsorge

Die Studie von HoFT.Berlin macht deutlich: Die Mehrheit der Menschen ist finanziell unter Druck – und erwartet konkrete Unterstützung. Nicht irgendwann. Jetzt.

Finanzielle Basis: Der Aufbau von finanzieller Stabilität ist für viele Menschen die Grundlage. Es geht um Liquidität am Monatsende, Schuldenmanagement, Budgetkontrolle und Sparen – also die Basics, die heute für viele keine Selbstverständlichkeit mehr sind.

Anlage und Vermögensaufbau: Nur wer über das Hier und Jetzt hinausdenkt, kann seinen Lebensstandard langfristig sichern. Dabei spielen langfristiges Sparen, Investitionen und steuerliche Optimierung eine zentrale Rolle – insbesondere mit Blick auf die Altersvorsorge.

Risikoabsicherung: Die Sorge vor Krankheit, Unfall oder Berufsunfähigkeit ist real – und ein zentrales Thema im Alltag vieler Menschen. Die



Financial Wellbeing ist kein Nischenthema – es wird zum strategischen Prüfstein für Banken, Versicherungen und Fintechs. Wer seine Relevanz im Leben der Kundinnen und Kunden sichern will, muss anfangen, ihre Lebensrealität zu verstehen – und nicht nur ihre Kontostände.

– Dr. Sebastian Schäfer,
CEO House of Finance & Tech Berlin

Absicherung existenzieller Risiken ist entscheidend, um den eigenen Lebensstandard dauerhaft zu sichern und finanzielle Rückschläge abzufedern.

Diese Felder sind nicht isoliert zu betrachten – sie greifen ineinander und bilden das Fundament für echte finanzielle Gesundheit. Wer als Finanzdienstleister Kundinnen und Kunden entlang dieser Dimensionen begleitet, stärkt nicht nur ihre Resilienz, sondern schafft auch Vertrauen und langfristige Bindung.

Bedarfe sind dynamisch – und brauchen Kontext

Was Menschen finanziell brauchen, hängt stark davon ab, in welcher Lebensphase sie sich befinden – und welche Mittel ihnen zur Verfügung stehen. Das Financial-Wellbeing-Framework von HoFT.Berlin ergänzt die drei Bedarfsfelder (finanzielle Basis, Vermögensaufbau, Risikoabsicherung) daher um zwei entscheidende Dimensionen:

- Alterskohorten (z. B. junge Erwachsene, Familien, Ruheständler)
- Vermögens- bzw. Einkommenslage (finanziell fragil bis finanziell abgesichert)

Nur durch diese mehrdimensionale Betrachtung lassen sich Zielgruppen und Bedarfe präzise erfassen und individuelle Lösungen entwickeln. Denn die Herausforderungen einer Berufseinsteigerin mit unsicherem Einkommen unterscheiden sich grundlegend von denen eines stabilen Haushalts mit Kindern oder eines Ruheständlers ohne ausreichende Rücklagen. Wer Menschen wirklich begleiten will, muss deren Lebenssituation und Finanzlage ganzheitlich denken – und entsprechende Angebote machen.

Vom Produktverkauf zur echten Begleitung: wie Finanzakteure unterstützen können

Financial Wellbeing verlangt einen Kurswechsel. Banken, Versicherungen und Fintechs müssen sich vom Produktverkauf verabschieden – und stattdessen als Coach, Navigator und Begleiter auftreten. Zentrale Stellhebel sind dabei:

- Zugang zu klaren Informationen und individuell relevanten Inhalten
- Einordnung und Analyse der eigenen finanziellen Situation (z. B. Ausgabenanalyse oder Sparpotenziale)
- Konkrete, umsetzbare Handlungsempfehlungen, etwa durch Budgetplanung oder Altersvorsorgeplanung

Entscheidend ist die Verknüpfung dieser Funktionen zu einem nahtlosen Erlebnis. Kundinnen und Kunden wollen nicht mehr zwischen Apps springen, sondern erwarten ganzheitliche Lösungen in einem digitalen Ökosystem, das sie durch alle Lebensphasen begleitet.

Technologie als Enabler: von KI bis Behavioral Banking

Technologische Fortschritte bieten die Chance, Financial Wellbeing skalierbar und personalisiert zu fördern. Das HoFT.Berlin hat in ihrer Studie u. a. folgende Ansätze identifiziert:

- Personalisierte Finanzanalysen und Empfehlungen auf Basis von Open-Banking-Daten und KI

- Behavioral Banking, um gesunde Finanzgewohnheiten anzuregen (z. B. Sparziele, automatische Rücklagen)
- Self-Service-Tools für Altersvorsorge, Absicherung oder Schuldenmanagement
- Digitale Beratung ergänzt durch menschlichen Kontakt bei komplexeren Fragen

Gerade KI kann dabei helfen, Komplexität zu reduzieren, Verhalten zu antizipieren und relevante Inhalte im richtigen Moment bereitzustellen – individuell zugeschnitten, verständlich und handlungsorientiert.

Noch entscheidender aber ist: Technologie ermöglicht erstmals den flächendeckenden Zugang zu individueller Finanzbegleitung – unabhängig von Einkommen, Bildung oder Wohnort. Was früher nur vermögenden Kundengruppen zur Verfügung stand, kann dank KI, Open Banking und skalierbarer Plattformen heute für Millionen Menschen verfügbar gemacht werden. So wird Financial Wellbeing vom Premium-Service zum demokratischen Grundangebot.

Financial Wellbeing entscheidet über Relevanz und Zukunftsfähigkeit

In einer Zeit, in der Vertrauen schwindet, Bedürfnisse vielfältiger werden und technologische Standards neu definiert werden, ist Financial Wellbeing mehr als ein Nice-to-have – es ist der Schlüssel zur Relevanz im Privatkundengeschäft. Wer jetzt beginnt, Kundinnen und Kunden entlang ihrer realen Lebenswelt zu begleiten, legt die Basis für langfristige Beziehungen, Zugang zu Daten und neue Geschäftsmodelle. Die Tools sind da. Was fehlt, ist eine klare Strategie – und der Mut zur Veränderung.

Das House of Finance & Tech Berlin: Möglichmacher für eine neue Finanzkultur

Das HoFT.Berlin bringt Entscheiderinnen und Entscheider aus Finanzwirtschaft, Politik, Start-ups und Gesellschaft zusammen – um genau diesen Wandel aktiv zu gestalten. Financial Wellbeing ist dabei der strategische Schwerpunkt. Gemeinsam mit Partnern entwickeln sie Konzepte, Studien, Produkte und Veranstaltungsformate, die Finanzakteuren helfen, Kundenbedarfe neu zu denken und innovative Lösungen auf den Weg zu bringen. Zudem begleiten sie etablierte Fintechs mit dem Potenzial, zu Financial-Wellbeing-Pioneers zu werden – und unterstützen sie gezielt beim Skalieren.

Denn wer Finanzmärkte modern denken will, muss bei den Menschen anfangen.

Die vollständige Studie mit allen Daten, Handlungsempfehlungen und Praxisbeispielen steht ab sofort zum Download bereit. Sie liefert die Grundlage, um Financial Wellbeing strategisch zu verankern – und das Privatkundengeschäft von morgen schon heute neu auszurichten.

Weitere Informationen unter:
hoft.berlin



Ohne stabile Finanzen kein Titel – sportliche und finanzielle Höchstleistungen hängen zusammen

In der Sportwelt ist kein Ende der Globalisierung abzusehen. Im Gegenteil. Selbst mittelgroße Sportvereine agieren weltweit. Sie kaufen Spielerinnen und Spieler in Asien oder Amerika oder nutzen eigene Verkäufe und Transaktionen strategisch zur Optimierung ihrer Cashflows.

Speziell Fußballclubs gelten vielen Unternehmen als Vorbilder: Sie sind populär, haben starke Mannschaften, die optimal performen sollen, und stehen stets unter dem Druck, Tradition, Markenwert und sportlichen Erfolg miteinander zu vereinen. Auch bei den Finanzen, die in den Clubs tagtäglich erwirtschaftet und bewegt werden, darf der Sportbereich als Vorbild herhalten.

Hinter den Kulissen vieler Clubs ändern sich derweil die Besitzverhältnisse rapide. Neue internationale Investorinnen und Investoren steigen ein und schieben mit ihren Geldern auch Innovationen und neue digitale Geschäftsmodelle an. Als »Super-Fans«, die den Einkauf attraktiver Spieler erlauben, werden internationale Investoren unverzichtbar und heben auch hierzulande viele Bundesliga-Begegnungen auf ein Niveau mit Spielen der Nationalmannschaft – was sicherlich auch die Fans freut.

Geldflüsse ohne Grenzen:

Investoren verändern den Sport

Mit den neuen Investoren wachsen die Umsätze und Finanzströme. Sportvereine müssen sich folglich Gedanken machen, wie sie ihre Umsätze ausbauen, Finanzgeschäfte optimieren sowie vereinfachen und ihre Finanzstruktur zukunftssicher aufstellen können. Kein Wunder also, dass

mit dem Geld aus Übersee auch der Wunsch nach professioneller Vermarktung und strukturiertem Finanzmanagement steigt. Internationale Zahlungen wollen schließlich sicher und schnell abgewickelt, Geldtransfers für Spielereinkäufe und Gehälter präzise geplant sein. Genau hier braucht es Partner, die vielfältige Währungen abdecken und internationale Geldflüsse flexibel managen.

Wenn Investorengruppen oder Sponsoren Transparenz fordern, sprich die Zahlen einsehen wollen, ist das erst der Anfang. Ausgaben, Verpflichtungen, Zu- und



Sportvereine müssen sich folglich Gedanken machen, wie sie ihre Umsätze ausbauen, Finanzgeschäfte optimieren sowie vereinfachen und ihre Finanzstruktur zukunftssicher aufstellen können.

Abflüsse müssen sich schnell darstellen lassen, um aktuelle Sponsoren halten oder neue gewinnen zu können. Fachleute weisen bereits darauf hin, dass Länder wie Südamerika oder Afrika immer stärker Richtung Profisport streben. Insofern müssen auch europäische Clubs ihre Finanzarchitektur stärken – oder in diesen Märkten selbst gezielt nach Talenten suchen.

Vom Amateurverein zum Finanzunternehmen

Der Thinktank »Sponsoring & Finanzierung« in Frankfurt sah im letzten Jahr Sponsoring als

weiterhin »wichtigste Finanzierungsquelle für Sportorganisationen«. Unternehmen legten, so das SportWirtschaft Journal, allerdings »Wert auf direkte Kundenansprache, Nachhaltigkeit und Purpose-Strategien, was auch kleineren Sportorganisationen Chancen bietet, professionelle Angebote zu entwickeln und Sponsoren zu gewinnen«. Dazu erwarteten Investoren »klare Strukturen und belastbare ROI-Berechnungen«. Die Optimierung der Finanzgeschäfte – am besten gemeinsam mit einem Partner, der globale Märkte kennt und strategisch begleiten kann – wird damit zur zentralen Stellschraube für Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität.

Nicht nur die Finanzströme und Spielertransaktionen bewegen sich in alle möglichen Ecken der Welt. Der US-amerikanische Soziologe Andrei S. Markovits meinte dazu im österreichischen Standard: »Der moderne Sport ist glocal, er ist global und lokal. Die Präsenz ist wichtig, damit sich der Sport wirklich verbreiten kann. Man muss ihn sehen, berühren und erleben können.« Dass die Fans lokaler Clubs dabei längst auch in anderen, weit entfernten Ländern zu Hause sind, verwundert Markovits nicht. »Die Welt hat sich verändert. Ich finde es gut, dass es in Australien und Thailand United-Fanklubs gibt.«

Text SMA

Brandreport • bank management consult GmbH

Pooled Audits – Cloud-Dienstleister im Finanzsektor effizient steuern

Mit regulatorischen Neuerungen wie der DORA-Verordnung, dem FinmadiG oder den jüngsten EBA-Konsultationen steigen die Anforderungen an Risiko-, Informationssicherheits- und Notfallmanagement. Vor diesem Hintergrund gewinnen Audit-Formate wie die Pooled Audits zunehmend an Bedeutung.

Sammelprüfungen als Steuerungsinstrument

Klassische Dienstleisteraudits – sogenannte »Second Party Audits« – geben Finanzunternehmen Sicherheit über Qualität, Stabilität und Optimierungspotenzial externer Services. Pooled Audits gehen einen Schritt weiter: Mehrere Unternehmen bündeln ihre Prüfungskapazitäten und führen gemeinsam eine Auditierung bei Cloud-Anbietern durch.

Dieser Ansatz schafft Skaleneffekte und eröffnet Kostenvorteile, die bei isolierten Prüfungen ungenutzt bleiben. Für Cloud-Service-Provider bedeutet dies zugleich geringere Belastung durch wiederkehrende Einzelprüfungen.

Betriebswirtschaftliche Vorteile

Die Bündelung von Ressourcen in Pooled Audits bietet messbare Effizienzgewinne. Zu den wichtigsten Effekten zählen:

- Steigerung der Servicequalität durch systematische Analysen
- Minimierung von Risiken- und Reputationsschäden
- Aufdeckung von Schwachstellen und Prävention von Imageschäden
- Aufbau belastbarer Partnerschaften entlang der Wertschöpfungskette
- Ausgleich von Kapazitätsengpässen sowie Zeit- und Kosteneinsparungen
- Abdeckung mehrerer Normen durch kombinierte Auditprogramme

Regulatorische Perspektive

Die Aufsichtsmitteilung der BaFin zu Auslagerungen an Cloud-Anbieter (02/2024) konkretisiert die Prüfungsanforderungen der MaRisk

und öffnet ausdrücklich den Weg für Sammelprüfungen. Auch die EU-Verordnung DORA, VO (EU) 2022/2554, legitimiert gemeinschaftliche Prüfungen als zulässiges Instrument zur Bewertung von IKT-Drittdienstleistern.

Besonderes Augenmerk liegt neben der Leistungsfähigkeit der Drittdienstleister auf Informationssicherheit, Notfallmanagement und Datenschutz. Standardisierte Prüfverfahren stellen sicher, dass das Bank- und Geschäftsgeheimnis jederzeit gewahrt bleibt.

Resilienz und Wissensvorsprung

Pooled Audits bieten mehr als nur regulatorische Konformität. Sie stärken die operationale Resilienz, sichern die Zukunftsfähigkeit der Lieferketten und schaffen einen Wissensvorsprung in einer Zeit disruptiver technologischer Entwicklungen.

Für Finanzunternehmen ergibt sich daraus ein doppelter Mehrwert: Erfüllung der Compliance-Vorgaben bei gleichzeitiger

Steigerung der Effizienz. Auch Cloud-Anbieter profitieren, da sie weniger häufig Prüfungen durchlaufen müssen und ihre Ressourcen gezielter einsetzen können.

Wer sich tiefer mit den praktischen Möglichkeiten und der Umsetzung befassen möchte, findet bei bank management consult einen erfahrenen Ansprechpartner. Das Beratungshaus bringt langjährige Expertise im Bereich Auslagerungsmanagement und Dienstleistersteuerung mit – und unterstützt Finanzunternehmen dabei, Pooled Audits gezielt als strategisches Instrument einzusetzen.

Weitere Informationen unter:
bm-consult.de



Finanzen im Spitzensport: über die Kunst des Risikomanagements im globalen Spiel

Im Sport zählen Leistung und Schnelligkeit – auch bei den Finanzen. Ebury Sports Finance bietet Sportclubs sichere, effiziente und maßgeschneiderte Lösungen für den internationalen Zahlungsverkehr und FX-Risikomanagement. Country Manager Klaus Hoffmann und Global Head of Sports Maurits Zwart erklären, wie sie ein globales Fintech mit internationalen Sportinstitutionen verbinden.



Klaus Hoffmann
Country Manager



Maurits Zwart
Global Head of Sports

Herr Hoffmann, wie wichtig sind Finanzstrukturen für Sportvereine?

Eine Finanzplanung ist für Sportvereine heute ebenso unverzichtbar wie für internationale Unternehmen. Im Fußball werden enorme Summen bewegt – oft verbunden mit internationalen Zahlungen bei Spielertransaktionen oder Fremdwährungsgeschäften. Die richtige Strategie macht den Unterschied.

Wir verstehen das Geschäft und implementieren Lösungen in Vereinsprozesse. Dort, wo nationale Anbieter oder Banken an ihre Grenzen stoßen, sind unsere Lösungen mit über 140 Währungen an 40 Standorten weltweit agil und komplementär zur Hausbank.

Herr Zwart, vor welchen Herausforderungen stehen Sportvereine?

Eine große Hürde sind Währungsrisiken. Ein Beispiel: Ein deutscher Verein erhält am letzten Tag der Transferperiode eine Zahlung aus England. Der englische Club wickelt die Transaktion in britischen Pfund ab, der deutsche Verein hat jedoch kein entsprechendes Konto und muss zum tagesaktuellen Kurs konvertieren. Ländergrenzen oder verschiedene Währungen sollten aber kein Hindernis sein. Darum ist Risikomanagement im Sport wichtig. Hinzu kommen steigende Compliance-Anforderungen, die gemeistert werden müssen. Unsere Teams in über 30 Ländern verstehen Liquiditätsrisiken und managen sie professionell. In Südamerika etwa wechseln viele Spieler in die europäischen Top-Ligen. Für Vereine ein komplexer Markt – für uns dank lokaler Expertise gut handhabbar.

Warum sind besonders grenzüberschreitende Transaktionen eine Herausforderung?

Maurits Zwart: Kaum ein größerer Verein agiert nur noch im Heimatland. Merchandising und Kapitalzuflüsse erfordern schnelle und sichere Abwicklung. Jeder Verein möchte beim Cash-Management gut aufgestellt sein. Bei grenzüberschreitenden Transaktionen stellt sich also die Frage: Wie setzen wir das um? Die Option, Rechnungen in Fremdwährungen zu stellen und zu empfangen, ist ein Wettbewerbsvorteil und kann sich positiv auf die Einnahmen auswirken. Viele europäische Clubs haben Investoren aus den USA. Hier ist ein gutes Cash-Management spielentscheidend: Zahlungsflüsse müssen professionell gesteuert werden.

Können Sie erklären, was speziell bei Spielertransfers zu beachten ist?

Maurits Zwart: Ein englischer Club stand beim Verkauf eines Spielers an einen saudi-arabischen Verein vor einer Herausforderung. Doch mithilfe eines EUR-Empfangskontos von Ebury konnte die kurzfristige Zahlung in Millionenhöhe effizient und reibungslos abgewickelt werden. Unsere Plattform erleichterte den Währungsumrechnungsprozess und stellte sicher, dass die Engländer ihre Euro-Beträge effektiv verwalten und darauf zugreifen konnten. Transfersummen

werden zudem meist in Tranchen über Jahre gezahlt und bei jeder Rate können Wechselkursschwankungen Millionen kosten. Mehrere Millionen Euro werden zum Beispiel über vier Jahre in Pfund gezahlt. Hierbei sichern wir Clubs durch feste Wechselkurse oder Kreditlinien ab – bei solchen Summen ein Alleinstellungsmerkmal.

Wie kann eine gute Finanzplanung Gewinnmargen sichern?

Klaus Hoffmann: Schon fünf bis acht Prozent Wechselkursschwankung können Kalkulationen zunichtemachen und Gewinne schmälern – egal ob Verein oder Unternehmen. Professionelles Devisenmanagement und flexible Liquiditätslösungen helfen, Risiken zu begrenzen und Wachstum zu ermöglichen.

Weitere Informationen unter:
ebury.de



Ebury

DFKP GmbH • Brandreport

Digitale Prozesse, persönliche Beratung: Finanzierungen für KMU

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sind das Rückgrat der deutschen Wirtschaft – doch beim Zugang zu Finanzierungen hakt es oft. Hier setzt die Deutsche Firmenkredit Partner (DFKP) an. Das 2019 gegründete Unternehmen beschäftigt Mitarbeiter an acht Standorten, darunter Hamburg und Berlin, und vermittelt jährlich Finanzierungen an rund 6000 Kunden. Die Nähe zum Mittelstand ist dabei kein Zufall: »Da kommen wir selbst her«, so CEO Paul Weber, »und genau darin liegt die Stärke der DFKP.«



Paul Weber
CEO

Herr Weber, welche strukturellen Probleme sehen Sie aktuell beim Zugang von KMU zu Finanzierung?

In den letzten 20 Jahren hat sich im Finanzierungsbereich viel verändert; früher hatte jedes Unternehmen einen festen Ansprechpartner bei der Hausbank, heute sind persönliche Kontakte selten geworden, insbesondere bei Sparkassen und Volksbanken.

Viele KMU sind zudem intern nicht professionell aufgestellt, wenn es um das Thema Finanzierung geht. Sie konzentrieren sich auf ihr Tagesgeschäft, Finanzierungsfragen laufen nebenher. Gleichzeitig ist der Markt durch zahlreiche neue Produkte extrem komplex geworden. Für Unternehmen ohne spezielles Know-how ist es schwer, hier den Überblick zu behalten.

Wie unterstützt die DFKP Unternehmen in dieser Situation?

Wir bündeln den gesamten Finanzierungsprozess und treten als zentraler Ansprechpartner auf. Das heißt: Wir helfen bei der Aufbereitung der Unterlagen, begleiten durch den Antrag und reduzieren so das Risiko von Fehlern.

Kern unseres Ansatzes ist das »Perfect Match«: Wir bringen die Daten und Anforderungen eines Unternehmens mit den Kreditstrategien von Banken und alternativen Finanzierern zusammen. So findet jedes KMU das passende Angebot, anstatt auf eine einzige Hausbank beschränkt zu sein.

Worin unterscheidet sich Ihr Angebot von dem einer klassischen Bank?

Eine Bank bietet ihre eigenen Produkte an und entscheidet auf Basis ihrer Risikostrategie. Wir haben hingegen keinen eigenen Kredit, sondern greifen über unsere Plattform auf mehr als 200 Banken und Spezialfinanzierer zu. Damit eröffnen wir KMU den Zugang zu allen relevanten Finanzierungsoptionen.

Viele Fintechs setzen auf rein digitale Prozesse. Warum kombinieren Sie Plattform und persönliche Beratung?

Digitalisierung ist die Grundlage – aber gerade bei hohen Beträgen spielt Vertrauen eine große Rolle. Die meisten Unternehmerinnen

und Unternehmer wollen zumindest einmal persönlich mit einem Berater sprechen, um Themen einzuordnen. Das erhöht die Erfolgsquote und entspricht dem Kundenwunsch.



Jedes KMU findet das passende Angebot, anstatt auf eine einzige Hausbank beschränkt zu sein.

– Paul Weber,
CEO

Zudem geht es nicht um ein Standardprodukt, sondern um eine Auswahl mit vielen Parametern: Laufzeit, Flexibilität, Rückzahlungsoptionen. Das lässt sich digital darstellen, erfordert aber fast immer ein zusätzliches Gespräch. Unsere Beratung ergänzt also die Plattform sinnvoll.

Wie wird sich der Markt für Finanzierungen in den kommenden Jahren entwickeln?

Open Banking, Open Finance und alternative Finanzierer werden weiter an Bedeutung gewinnen. Gleichzeitig wird der Plattformgedanke sich massiv durchsetzen, auch durch internationale Anbieter, die den deutschen Markt erschließen.

Wir selbst wollen unsere Rolle als Finanzierungsplattform mit hoher Wertschöpfungstiefe ausbauen und künftig noch breiter aufgestellt sein, und zwar nicht nur für Kredite, sondern auch für Themen wie Liquiditätsmanagement oder Fördermittel. Unser Vorteil: Wir sind selbst im deutschen Mittelstand verwurzelt und kombinieren digitale Prozesse mit echter Nähe zum Kunden.

Weitere Informationen unter:
dfkp.de



DEUTSCHE
FIRMENKREDIT
PARTNER



650,00	7.800,00	3.494,62	41.935,48	1,0780	38,83	465,96
675,00	8.100,00	3.629,03	43.548,55	1,1195	40,32	483,84
700,00	8.400,00	3.764,44	45.161,29	1,1609	41,82	501,84
725,00	8.700,00	3.897,85	46.774,19	1,2024	43,31	519,72
750,00	9.000,00	4.032,26	48.387,10	1,2439	44,81	537,72
775,00	9.300,00	4.166,67	50.000,00	1,2853	46,30	555,60
800,00	9.600,00	4.301,08	51.612,90	1,3268	47,79	573,48
825,00	9.900,00	4.435,48	53.225,81	1,3682	49,28	591,36
850,00	10.200,00	4.569,89	54.838,71	1,4097	50,78	609,36
875,00	10.500,00	4.704,30	56.451,61	1,4512	52,27	627,24
900,00	10.800,00	4.838,71	58.064,52	1,4926	53,76	645,12
925,00	11.100,00	4.973,12	59.677,42	1,5341	55,26	663,12
950,00	11.400,00	5.107,53	61.290,32	1,5755	56,75	681,00
975,00	11.700,00	5.241,94	62.903,22	1,6169	58,24	698,88
1.000,00	12.000,00	5.376,34	64.516,13	1,6585	59,74	716,88
1.025,00	12.300,00	5.510,75	66.129,03	1,6999	61,23	734,76
1.050,00	12.600,00	5.645,16	67.741,94	1,7413	62,72	752,76
1.075,00	12.900,00	5.779,57	69.354,84	1,7826	64,22	770,64
1.100,00	13.200,00	5.913,98	70.967,74	1,8240	65,71	788,52

Verbraucher:innen sind digitale Services gewohnt; sie erwarten Transparenz und eine Ansprache, die ihre Bedürfnisse berücksichtigt. Klassische Inkasso-Verfahren stoßen dabei schnell an Grenzen, denn die herkömmlichen Prozesse wirken oft starr und wenig individuell. Der Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) kann hier einen attraktiven Lösungsansatz bieten, denn sie ermöglicht datengetriebene, flexible und faire Abläufe, die Vertrauen schaffen und die Effizienz steigern.

Bild: iStockphoto/deepblue4you

Die Schwächen herkömmlicher Inkassoprozesse sind offensichtlich: Standardisierte Mahnschreiben erreichen Schuldner:innen häufig nicht, Eskalationen führen zu hohen Kosten und eine individuelle Ansprache fehlt fast vollständig. KI kann dieses Bild grundlegend verändern. Algorithmen analysieren Millionen von Datenpunkten in Sekunden und passen sowohl Tonalität als auch Kanal und Zeitpunkt automatisch an.

Vertrauen, Rückführungsquoten und Cashflow

Mithilfe von KI und Verhaltensanalytik wird ein Inkassofall zu mehr als dem Versuch, offene Forderungen einzutreiben. In modernen Ansätzen treten statt Drohkulissen respektvolle Ansprache, flexible Zahlungsoptionen und die Vermeidung belastender Rechtswege in den Vordergrund. Das stärkt das Vertrauen der Verbraucher:innen und verbessert zentrale Kennzahlen der Auftragsgebenden: Höhere Rückführungsquoten erhöhen die Liquidität unmittelbar und positive Erlebnisse der Kundschaft wirken sich direkt auf den »Net Promoter Score« aus.

»
Schon bald könnten mehr als 80 Prozent aller Standardanfragen durch KI-Systeme bearbeitet werden, von der schriftlichen Kommunikation bis hin zu Voice-Bots.

Verbraucherakzeptanz: KI ist Alltag

Dass Verbraucher:innen bereit sind, KI-gestützte Prozesse zu akzeptieren, zeigen aktuelle Untersuchungen. Laut einer im Januar 2025 veröffentlichten Studie von Capgemini¹ wünschen sich 71 Prozent der Konsument:innen generative KI in ihren Einkaufserlebnissen; 75 Prozent akzeptieren algorithmische Empfehlungen. Eine aktuelle Umfrage von Zendesk und YouGov^{2,3} zeigt,

dass bereits 52 Prozent der Verbraucher:innen eine KI-Assistenz nutzen und 63 Prozent erwarten, dass Unternehmen ihren Service entsprechend ausrichten. Besonders jüngere Generationen sind bereit, persönliche Daten zu teilen, wenn daraus personalisierte Lösungen entstehen. KI-basierte Interaktionen sind damit längst Alltag – und werden teils sogar bevorzugt, weil die sachliche, neutrale Ansprache Hemmschwellen abbaut.

Fit für die Zukunft

In den nächsten Jahren ändert KI vieles – und auch die Inkassobranche wird sich grundlegend verändern. Schon bald könnten mehr als 80 Prozent aller Standardanfragen durch KI-Systeme bearbeitet werden, von der schriftlichen Kommunikation bis hin zu Voice-Bots. Zwar bleiben Menschen weiterhin wichtig, etwa beim Training der Modelle oder in besonders komplexen Fällen. Die Richtung ist jedoch klar: KI transformiert das Forderungsmanagement zu einem datenbasierten, kundenorientierten Prozess, der die Effizienz steigert, den Cashflow optimiert und Vertrauen schafft. Mithilfe von KI wird ein Geschäftsmodell, das lange als statisch galt, fit für die digitale Zukunft gemacht.

Quellen:
1 <https://www.capgemini.com/news/press-releases/71-of-consumers-want-generative-ai-integrated-into-their-shopping-experiences>
2 <https://www.zendesk.com/newsroom/press-releases/global-survey-reveals-growing-consumer-trust-in-personal-ai-assistants>
3 <https://technologymagazine.com/news/half-of-consumers-trust-ai-assistants-zendesk-finds>

Text SMA

Brandreport • b1.ai GmbH

Momente schlagen Kampagnenplanung

KI-Systeme, neue Wettbewerber und steigende Erwartungen verändern die Finanzwelt schneller als je zuvor. Viele Banken reagieren noch mit großen Marketingkampagnen. Doch die Zukunft entscheidet sich nicht durch Masse, sondern durch den richtigen Moment. Banking One zeigt, wie Institute genau dann präsent sein können, wenn Kund:innen sie wirklich brauchen.

Früher teilten Banken ihre Kund:innen oft in »wertvoll« und »weniger wertvoll« ein. Schwarz-Weiß-Denken greift heute zu kurz. Entscheidend ist nicht, wie viel eine Kundin oder ein Kunde ausgegeben hat, sondern ob die Ansprache zu ihrem oder seinem Leben passt. Wer Timing und Bedürfnisse verfehlt, verliert Vertrauen – und damit die Chance auf eine langfristige Beziehung.

Der Vorteil der Banken

Dabei haben Banken einen großen Vorteil: Sie verfügen über besonders viele Informationen.

Auf dem Kontoauszug oder in der Kreditkartenabrechnung steckt bereits ein Bild davon, was Kund:innen bewegt. Die Frage ist: Wie lassen sich diese Daten nutzen, um sie in echten Mehrwert zu verwandeln?

Wie Banking One den Unterschied macht

Banking One arbeitet seit Jahren daran, Banken genau dabei zu unterstützen. Der Ansatz: Menschen nicht mit Massenwerbung überfluten, sondern in wichtigen Momenten da sein. Wenn jemand den Job wechselt, eine Wohnung kauft oder eine Familie gründet, ändern sich die finanziellen Bedürfnisse stark. Banking One erkennt solche Lebensereignisse und macht sichtbar, wann der richtige Zeitpunkt für ein Angebot gekommen ist.

Doch der richtige Moment ist nur die halbe Miete. Mit den sogenannten »Tribes« hilft Banking One verschiedenen Banken, das Verhalten und die Interessen ihrer Kund:innen besser zu

verstehen. So lässt sich einschätzen, ob jemand eher an Nachhaltigkeit interessiert ist, gern reist oder gerade spart. Mit diesem Wissen können Banken passgenauer helfen – und wirken nicht wie Absender von Standardwerbung.

Digitale Helfer für Mitarbeitende

Damit das Ganze nicht kompliziert wird, stellt Banking One smarte Assistenzsysteme bereit. Sie fassen wichtige Infos zusammen, schlagen Gesprächswege vor und machen sichtbar, welche Produkte gerade relevant sind. So können Bankmitarbeitende einfacher und schneller reagieren – auch wenn sie selbst keine Detail-Expert:innen sind.

Datenschutz ist Pflicht

Relevanz funktioniert nur durch Vertrauen. Deshalb setzt Banking One auf Privacy-first-Personalization: Kund:innen erhalten passende Angebote, ohne dass ihre Daten leichtfertig verwendet werden. Der Schutz der Privatsphäre ist von Anfang an eingebaut.

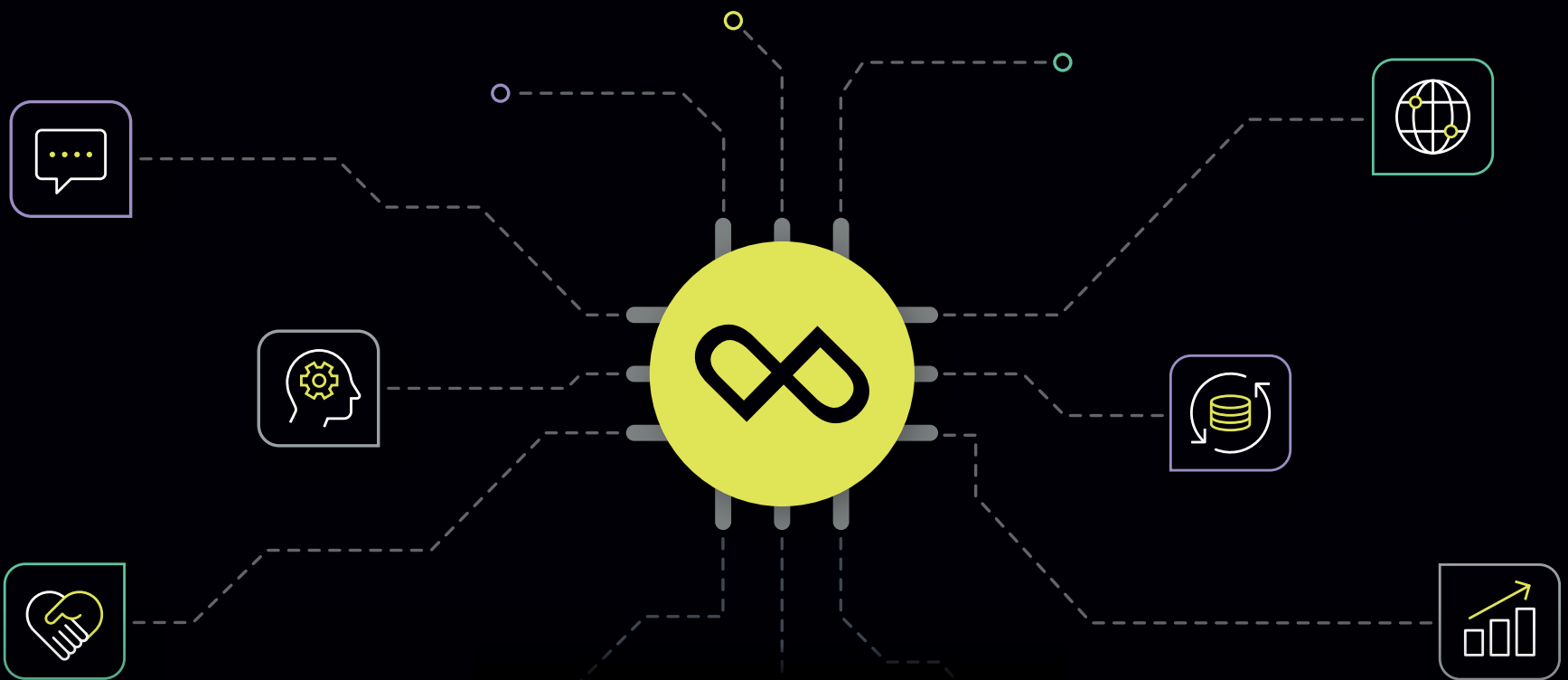
Das Ergebnis

Die Zahlen sind klar: weniger Kontakte (-31 Prozent), dafür mehr Abschlüsse (+46 Prozent) und stärkeres Vertrauen. Banken sparen Ressourcen – und die Kund:innen fühlen sich ernst genommen.

Die Zukunft der Finanzbranche liegt nicht in immer größeren Kampagnen. Sie liegt darin, Menschen in ihren entscheidenden Momenten zu begleiten. Wer Relevanz schafft, gewinnt Vertrauen – und Vertrauen ist die Währung von morgen.

Weitere Informationen unter: banking-one.com





KI und Inkasso – datenbasierte Tools revolutionieren die Branche

Standardisierte Mahnschreiben, begleitet von Druck und Drohkulisse? Inkasso hat bei vielen Menschen einen schlechten Ruf. Dass es auch anders geht, zeigt Pair Finance. Das Berliner Fintech-Unternehmen nutzt künstliche Intelligenz (KI), Verhaltenspsychologie und Data-Science, um das Forderungsmanagement neu zu definieren – effizient, digital und verbraucherorientiert.



Stephan Stricker
Gründer und CEO

Herr Stricker, welchen Vorteil bieten KI-gestützte Inkassoprozesse?

Die Ansprache ist sehr individuell und damit viel erfolgreicher, als dies ohne KI der Fall ist. Bei Pair Finance werten wir rund zehn Milliarden Datenpunkte aus. Damit können wir Menschen sehr genau typologisieren und individuell ansprechen, vom Zeitpunkt über den Kanal bis zur Tonalität oder zu den angebotenen Zahlungsmethoden. Ein Beispiel: Ein »Morgenmensch« reagiert vielleicht montags per E-Mail mit PayPal am besten, ein anderer freitags via WhatsApp mit Ratenzahlung.

Woher stammen die Daten?

Wir arbeiten mit Clustern. Unsere Mandanten – Blue-Chip-Unternehmen verschiedener Branchen, von E-Commerce bis Telekommunikation – übergeben uns Basisdaten wie Name, Adresse, E-Mail oder Forderungshöhe. Darauf bauen wir auf, etwa durch Analyse der E-Mail-Struktur oder der regionalen Zuordnung. Am Ende entstehen Clustergruppen mit ähnlichem Kommunikationsverhalten. Innerhalb dieser lernt die KI kontinuierlich dazu und passt die Kommunikation an.

Wie stellen Sie sicher, dass die Ansprache effizient und zugleich fair bleibt?

Verbraucherorientierung ist unser Leitprinzip. Alle Nachrichten sind respektvoll formuliert. Unser Ziel ist, eine Lösung zu finden, bevor teure rechtliche Schritte nötig werden. Bei Mandanten wie Verbraucher:innen kommt das gut an; die Bewertungen, die wir erhalten, sprechen für sich: Auf Trustpilot ranken wir mit 4,7 von 5 Sternen, während der Branchendurchschnitt bei etwa 2,0 liegt.

»
Wer über strukturierte Daten verfügt, hat den entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Das hat das Marketing vorgemacht und wir zeigen es jetzt im Inkasso. Aus einem kleinen Berliner Start-up sind wir so in wenigen Jahren zu einem der größten europäischen Fintech-Player gewachsen – dank Technologie, Datenintelligenz und Verbraucherorientierung.

– Stephan Stricker,
Gründer und CEO

Und wie schaffen Sie den Spagat zwischen Innovation und Datenschutz?

Das ist ein zentrales Anliegen. Wir haben ein starkes Compliance-Team und arbeiten eng mit externen Datenschützern zusammen. Jeder KI-Einsatz wird geprüft. Alle Texte beispielsweise wurden ursprünglich von unserem Verhaltensforschungsteam erstellt. Die KI kombiniert nur die einzelnen Bausteine. So entstehen keine Verzerrungen oder unangemessenen Inhalte. Es ist ein kontrolliertes System, das Innovation und rechtliche Sicherheit verbindet.

Funktioniert Ihr Service auch über Ländergrenzen hinweg?

Absolut, wir sind schon jetzt in zehn Ländern aktiv. Unsere Plattform ist

länderagnostisch, wir passen nur Sprache und Konfiguration an – etwa in den Niederlanden, wo nicht am Wochenende kommuniziert werden darf. Der technische Unterbau ist jedoch identisch. Für Auftraggeber bedeutet das: Sie haben einen Vertrag, ein Dashboard, einen Ansprechpartner. Das schont Ressourcen und erleichtert das internationale Forderungsmanagement enorm.

Lassen sich die Erfolge Ihrer Methode beziffern?

Unsere Rückführungsquote liegt etwa 15 bis 20 Prozent über der von klassischen Inkassounternehmen. Für unsere Mandanten heißt das: sofort mehr Liquidität und Gewinn, da jeder realisierte Euro direkt in den Cashflow fließt.

Freitag, 19. September

18:36

∞ PAIR Finance

Hallo, deine Zahlung ist fällig.
Hier ist der Link zum Bezahlen:
payment.pairfinance.com

Das Berliner Fintech Pair Finance nutzt sehr erfolgreich KI für digitales, verbraucherorientiertes Inkasso, unter anderem für Kunden wie Sixt, Klarna und Zalando.

Weitere Informationen unter:
pairfinance.com



∞ PAIR Finance

Einfach investieren, sicher handeln

Der Handel mit Kryptowährungen war lange Zeit kompliziert: technische Hürden, fremdsprachige Plattformen, unübersichtliche Gebühren. Mit Bison ist das anders. Die Trading-Plattform wurde 2019 von der Gruppe Börse Stuttgart gestartet – als erste Krypto-App einer traditionellen Wertpapierbörse in Deutschland. Das Ziel: den Zugang zu Kryptowährungen so unkompliziert und sicher wie möglich zu gestalten.

Heute zählt Bison zu den beliebtesten Krypto-Trading-Apps in Deutschland. Rund eine Million Menschen vertrauen auf Bison, eine Plattform, die tief in einer der traditionsreichsten Börsen Europas verankert ist.

Sicherheit als Versprechen

Was Bison von vielen anderen Anbietern unterscheidet, ist die konsequente Fokussierung auf Sicherheit. Kryptowährungen werden treuhänderisch verwahrt – mit mehrstufigem Schutzkonzept, ISO-Zertifizierung und Versicherung durch Munich Re. Als erster deutscher Anbieter erhielt die Verwahrstelle von Börse Stuttgart Digital die europaweit gültige MiCAR-Lizenz. Das ist nicht nur ein regulatorischer Meilenstein, sondern auch ein starkes Signal: Hier wird Verlässlichkeit großgeschrieben.

Für Anleger:innen bedeutet das: Wer über Bison handelt, muss sich weder um die Aufbewahrung privater Schlüssel noch um komplexe Wallet-Lösungen kümmern. Das Euro-Guthaben ist zudem bei den deutschen Bankpartnern bis zu 100 000 Euro je Anleger:in gesetzlich abgesichert.

Mehr als nur Krypto

Der Reiz der Kryptowährungen liegt im Wachstumspotenzial. Doch moderne Portfolios brauchen Diversifikation. Deshalb bietet Bison neben Klassikern wie Bitcoin über 30 Kryptowährungen wie Ethereum, Solana und XRP an und zusätzlich mehr als 2500 Aktien und ETFs. Damit verbindet die Bison App die Welt der etablierten Finanzmärkte mit der Dynamik der Blockchain-Ökonomie.

Besonders beliebt sind Features wie Sparpläne oder Preisalarme, die den Alltag erleichtern. So können Nutzer:innen langfristig investieren oder flexibel reagieren, ohne sich durch komplizierte Prozesse kämpfen zu müssen.

Bison macht Krypto einfach

Dass das Konzept aufgeht, zeigen die Zahlen: Rund eine Million Menschen nutzen Bison als Webanwendung oder mobile App auf ihrem Smartphone. Damit prägt Bison nicht nur die Krypto-Landschaft in Deutschland, sondern hat auch die Position seines Mutterkonzerns grundlegend verändert: von einer regional geprägten Wertpapierbörse hin zu einem führenden, modernen Finanzdienstleister mit internationalem Anspruch.

Wer über Bison handelt, muss sich weder um die Aufbewahrung privater Schlüssel noch um komplexe Wallet-Lösungen kümmern.

Tradition trifft Innovation

Die Börse Stuttgart wurde 1862 gegründet und hat sich über mehr als 160 Jahre hinweg als feste Größe im Kapitalmarkt etabliert. Mit Bison ist 2019 ein weiteres Kapitel hinzugekommen. Der Sprung von der klassischen Wertpapierwelt in die digitale Ökonomie ist kein radikaler Bruch, sondern eine kluge Erweiterung. Erfahrung, Vertrauen und Regulierung treffen auf Innovation, Technologie und Benutzerfreundlichkeit.

Das Ergebnis ist eine Trading-Plattform, die nicht nur Investor:innen anspricht, sondern auch ein Symbol für den Wandel im Finanzwesen ist: Tradition verschmilzt mit Moderne, Sicherheit mit Innovation.

Ein Leuchtturmprojekt »Made in Germany«

Bison zeigt auf beeindruckende Weise, wie eine klug entwickelte Idee aus Deutschland internationalen Standard setzen kann. Die Trading-Plattform vereint einfache Bedienung für Nutzer:innen mit maximaler Sicherheit, ein breites Handelsangebot mit klarer Kostenstruktur, regulatorische Sicherheit mit digitalem Pioniergeist.

Für Einsteiger:innen bietet Bison einen geschützten Rahmen, für erfahrene Anleger:innen die nötige Vielfalt – und für die Gruppe Börse Stuttgart den Beweis, dass Tradition und digitale Zukunft keine Gegensätze sein müssen.

So ist Bison mehr als nur eine App für den Kryptohandel. Sie ist ein Leuchtturmprojekt für verantwortungsvolles, modernes Investieren – und ein Beispiel dafür, wie Finanzinnovationen »Made in Germany« weltweit Vertrauen schaffen können.

Weitere Informationen unter:
bisonapp.com



BISON

Boerse Stuttgart Group

Key Facts auf einen Blick

Seit seiner Gründung im Januar 2019 präsentiert sich Bison als vertrauenswürdige »Made in Germany«-Lösung für den Handel mit Kryptowährungen. Dr. Ulli Spankowski, Co-Founder und CEO von Bison sowie Chief Digital Officer der Gruppe Börse Stuttgart, steuert das Unternehmen mit der klaren Vision, eine Brücke zu schaffen, die das traditionelle Finanzwesen und Blockchain-Technologie verbindet. Spankowski verfügt über einen Dokortitel in Bank- und Finanzwissenschaften, agiert als Finanz-Sachverständiger im Deutschen Bundestag und gehört zum digitalen Beratungsgremium Digital Finance Forum des Bundesministeriums der Finanzen.

Die Plattform zeigt beeindruckende Zahlen: Bison zählt rund eine Million aktive Nutzer:innen, ein Meilenstein, der zeigt, wie gut die App im Markt angenommen wird. Der Wert der verwahrten Assets beläuft sich aktuell auf rund fünf Milliarden Euro – ein klares Signal für das rasante Wachstum des Geschäftsbereichs.

