



WHITE PAPER

Open Banking in der Schweiz Teil I

SEPTEMBER 2021





Vorwort



Dr. Daniela Massaro
COUNTRY MANAGER,
Mastercard Schweiz

Open Banking ist sicherlich eines der meistdiskutierten Themen unserer Zeit. Es wird die Finanzbranche, wie wir sie kennen verändern, und die Art und Weise wie wir unsere Finanzen verwalten und Zahlungen tätigen grundlegend beeinflussen. Mit dem Auftreten von COVID-19 als Katalysator für die Digitalisierung in vielen Bereichen unseres Lebens beschleunigt sich auch die Neudefinition altbewährter Wertschöpfungsketten und Benutzerschnittstellen. Wobei Open Banking in vielen grossen Volkswirtschaften bereits der Motor für innovative Lösungen ist. In der Schweiz ist der Aufbau eines Open Banking-Ökosystems durch den branchengesteuerten Ansatz bereits im vollen Gange, wenn auch wohl in einem früheren Stadium

als in der regulatorisch geprägten Europäischen Union. Dennoch bezweifeln nur Wenige, dass sich Open Banking-fähige Dienstleistungen in den meisten, wenn nicht in allen Bereichen unseres Finanzlebens unweigerlich durchsetzen werden. Für unsere Schweizerische Finanzinstitute ist der Grundstein gelegt, diese Entwicklung weiter voranzutreiben.

Wir bei Mastercard wollen aktiv zum Open Banking-Ökosystem beitragen, indem wir Dienstleistungen anbieten, die den Bedürfnissen der Marktteilnehmer in der gesamten Wertschöpfungskette entsprechen. Mit dem Ziel, unser internationales Know-how zu nutzen, engagieren wir uns auch für die Entwicklung von Open Banking in der Schweiz. In der vorliegenden

zweiteiligen Studie geben wir deshalb erste Antworten auf die Frage, wie die Schweizer Verbraucher:innen zu Open Banking-fähigen Dienstleistungen stehen und welche Chancen sich daraus für die Marktteilnehmer ergeben dürften. An den für unsere Studie durchgeführten Befragungen nahmen viele unserer Kund:innen und Partner teil und wir möchten allen Mitwirkenden für die von ihnen aufgewendete Zeit und die eingebrachten Erkenntnisse danken. Sprechen Sie uns gerne an, wenn Sie mehr über die Studie oder über unsere Dienstleistungen erfahren möchten.

Mit freundlichen Grüssen,

Dr. Daniela Massaro
Country Manager
Mastercard Schweiz



Open Banking in der Schweiz Teil I

Inhalt

Einführung	04
Über Open Banking	05
Open Banking in der Schweiz	09
Die Rolle von Regulierung und Standardisierung	09
Die wichtigsten Marktakteure in der Schweiz	11
Open Banking-Bereitschaft in der Schweiz	13
Makroindikatoren für Open Banking-Bereitschaft	13
Einstellungen der Verbraucher:innen gegenüber Open Banking	15
Einstellungen der Marktakteure gegenüber Open Banking	20
Folgerungen und Erkenntnisse aus Teil I	22
Anhang	23



Einführung

Unsere Welt wird immer digitaler. Verschiedene Aspekte unseres Lebens werden in die virtuelle Sphäre verlagert, wodurch eine ständig wachsende Menge an Daten entsteht, die von den Marktakteuren zur Innovations-Förderung genutzt werden können. Dieser Trend hat tiefgreifende Auswirkungen auf viele Branchen und prägt die Beziehungen zwischen Verbraucher:innen, Unternehmen und Regierungen. Im Finanzdienstleistungssektor ist Open Banking eines der meistdiskutierten Themen, da es das Potenzial hat, die Art und Weise, wie Verbraucher:innen ihre Finanzen verwalten, grundlegend zu verändern, indem sie ihre persönlichen Finanzdaten mit anderen Finanzdienstleistern teilen und den Verbraucher:innen mehr Wahlmöglichkeiten bei ihren Bank- und Zahlungsgeschäften bieten.

Dies ist der erste Teil einer zweiteiligen Studie, in der wir die aktuelle Marktlandschaft des Open Bankings in der Schweiz analysieren. In die-

sem ersten Teil geht es darum, den Gesamtzusammenhang des Themas zu verdeutlichen. Er richtet sich an ein Publikum, das mit Open Banking oder dem Schweizer Markt weniger vertraut ist. Im zweiten Teil bieten wir eine tiefere Analyse der geschäftlichen Überlegungen für die Marktakteure sowie der Möglichkeiten, die sich aus relevanten Open Banking-fähigen Dienstleistungen auf dem Schweizer Markt ergeben können.

Die Studie stützt sich im Wesentlichen auf drei Säulen. Zunächst haben wir gemeinsam mit dem LINK-Institut eine eingehende Marktstudie¹ durchgeführt, um die Einstellung der Verbraucher:innen zu Open Banking in Bezug auf eine Reihe von Themen zu untersuchen, wie z. B. Digital- und Bankaffinität, Interesse an Open Banking-fähigen Dienstleistungen, Bereitschaft, für solche Dienstleistungen zu bezahlen, und Sicherheitsbedenken. In einem zweiten Schritt haben wir verschiedene Schlüsselfiguren des Schweizer Finanzmarkts

befragt, um einen Eindruck von den Überlegungen und Einstellungen der wichtigsten Interessenvertreter der Wertschöpfungskette in Bezug auf Open Banking zu erhalten. Unter den Befragten befanden sich führende Finanzhäuser, Lösungsanbieter und weitere Marktteilnehmer. Schliesslich wurde die internationale Marktkenntnis von Mastercard in Ländern, in denen Open Banking bereits weiter entwickelt ist, genutzt, um die Schweiz in den richtigen Kontext der globalen Open Banking-Entwicklung zu stellen.

Durch die Verbindung dieser Säulen versuchen wir, ein klares Verständnis des Schweizer Open Banking-Marktes zu vermitteln, mit einer Einschränkung: Aufgrund der Art der Analyse der Verbraucherdimension konzentrieren wir uns auf Privatkund:innen und lassen das Firmenkundensegment vorerst aussen vor.

Um die Situation des Open Bankings in der Schweiz darzustellen,

baut sich dieser Teil wie folgt auf: Im ersten Kapitel beginnen wir mit einer Einführung in das Konzept Open Banking und die verschiedenen Rollen in diesem Ökosystem. Im zweiten Teil richten wir den Fokus unserer Analyse auf die Open Banking-bezogenen Entwicklungen in der Schweiz, wobei wir uns auf die Rolle konzentrieren, die der industriegeführte Ansatz der Schweiz bei der Gestaltung des Marktes und der Beeinflussung der Art und Weise, wie die Akteure miteinander interagieren, spielt. Das dritte Kapitel bietet Einblicke in die Bereitschaft des Schweizer Marktes für Open Banking, indem es die wichtigsten Makroindikatoren, die Stimmung der Verbraucher:innen und die Sicht der Marktteilnehmer auf das Thema und sein zukünftiges Potenzial skizziert. Wir runden diesen ersten Teil der Studie mit einer Zusammenfassung der Erkenntnisse und wichtigsten Punkte ab.

¹ Zielgruppe: Frauen und Männer in der Schweiz im Alter von 18 bis 74, die das Internet mindestens einmal pro Woche zu privaten Zwecken nutzen und die ein Smartphone besitzen, das sie täglich verwenden; Umfang der Stichprobe: n=1073 Befragungen; Umfragezeitraum: 9. bis 19. April 2021



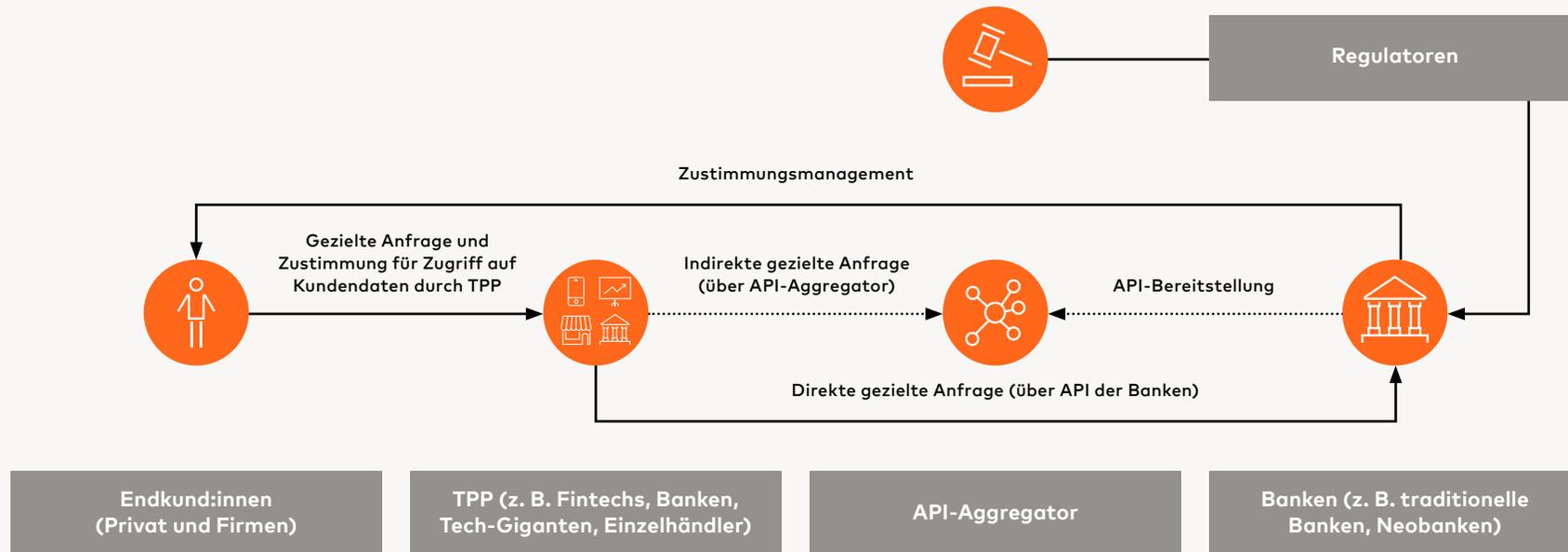
Über Open Banking

Beginnen wir mit der Beantwortung der grundlegenden Frage: Was ist Open Banking? Allgemein lässt sich Open Banking als Ökosystem verbundener Akteure (mehrheitlich aus dem Finanzsektor) definieren, die Daten miteinander teilen, und zwar mit dem Ziel,

Dienstleistungen und Produkte anzubieten, die einen Mehrwert besitzen und die einzelne Institutionen für sich allein nicht anbieten können. Sehen wir uns die Hauptelemente dieser Definition unten genauer an.

Marktakteure im Open Banking-Ökosystem

Die Akteure im Ökosystem spielen in der Regel eine (oder mehrere) der vier nachstehend beschriebenen Rollen:





• **Finanzinstitute (FIs):**

Die FIs verfügen in der Regel über die Daten der Kund:innen. Abhängig von der jeweiligen Plattform sowie branchenbezogenen Initiativen und Vorschriften können die FIs diese Daten mit Zustimmung der betreffenden Kund:innen mit Dritten teilen oder Zahlungen auslösen, die von Anwendungen Dritter angefragt werden. Dies geschieht bei den kontoführenden Instituten normalerweise über standardisierte Schnittstellen, sogenannte APIs (Application Programming Interfaces). Üblicherweise handelt es sich bei diesen Finanzinstituten um traditionelle Banken, Kreditkarteninstitute und Versicherer, die im Rahmen ihrer Kundenbeziehung Daten erfassen.

• **Drittanbieter (TPPs):**

TPPs (aus dem Englischen: Third-Party Providers) sind Dienstleistungsanbieter für Verbraucher:innen, wobei sie Kundendaten nutzen, um Dienstleistungen und Produkte mit Mehrwert auf den Markt zu bringen. Auch wenn hiermit in der Regel Fintechs assoziiert werden, gehören dazu ebenso Handelsunternehmen, Tech-Giganten und herkömmliche Finanzinstitute.



• **Technologieanbieter/Plattformen und Marktplätze:**

Technologieanbieter sind das Rückgrat eines Open Banking Ökosystems. Sie stellen die Plattformen hinter dem Open Banking bereit, damit die erforderlichen Gateways als Verbindung vorhanden sind, um den Zugriff auf die APIs zum Teilen der Daten zwischen den Akteuren sicherzustellen. Technologieanbieter sind darüber hinaus an den Bemühungen um Standardisierung beteiligt, damit sich die Marktteilnehmer nahtlos und effizient miteinander verbinden können. Obwohl die Technologieanbieter zweifellos eine wichtige Rolle für ein skalierbares und offenes Ökosystem spielen, lassen sie sich als «optional» bezeichnen, da die Akteure auf dem Markt die Möglichkeit haben, sich untereinander verbinden zu können – auch wenn dies typischerweise einen wesentlich höheren Aufwand bedeutet.

• **Endkund:innen:**

Endkund:innen sind Verbraucher:innen einer Dienstleistung oder eines Produkts am Ende der Wertschöpfungskette. Sie fragen eine Dienstleistung an, die sich entweder durch FIs oder TPPs erfüllen lässt, und willigen in die Weitergabe ihrer Daten zu diesem Zweck ein.

Ein möglicher weiterer Player im Ökosystem ist **die Regulierungsbehörde**. Einige Länder oder Regionen erlassen Open Banking-Gesetze mit der Absicht, die Liberalisierung des Zugriffs auf Kundendaten zu beschleunigen – wie im Fall der Europäischen Union (EU) mit der Zahlungsdienste-Richtlinie 2 (PSD2).

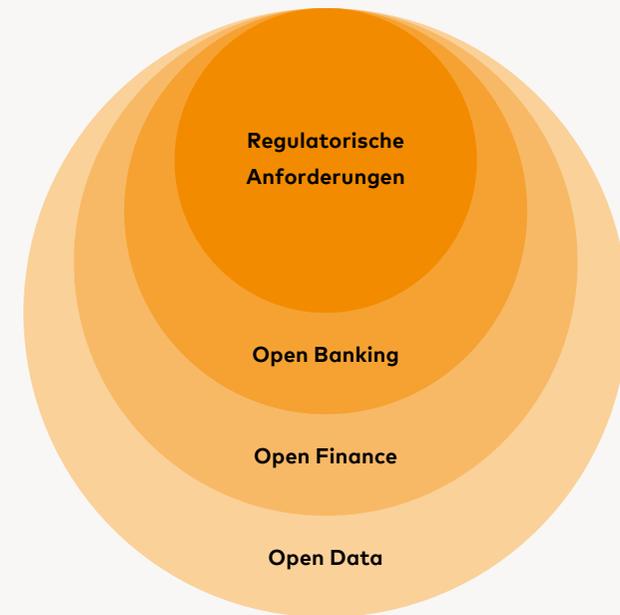


Open Banking-Kategorien

In der Welt des Open Bankings werden Daten meistens über APIs geteilt. Sie stellen die Verbindung zwischen den internen Systemen der Beteiligten her und ermöglichen eine sichere und nahtlose Datenübertragung von einer Partei zur anderen.

Wenn wir über Open Banking sprechen, sind wir geneigt anzunehmen, dass sich das Ökosystem nur auf Bankdaten bezieht. Doch die Reichweite eines solchen Ökosystems geht

über reine Bankangelegenheiten hinaus. Allgemein gesprochen können alle Daten, die sich für eine Dienstleistung mit Mehrwert für die Endkund:innen verwenden lassen und die Grenzen einer einzelnen Institution überschreiten, als relevant angesehen werden. Im Folgenden sind die vier Open Banking-Hauptkategorien aufgeführt. Der Hauptunterschied zwischen ihnen besteht in der Art der Daten, die sie verwenden.



• Regulatorische Anforderungen:

In den Ländern, in denen das Open Banking durch den Gesetzgeber geregelt wird, geben die Regulierungsstellen vor, welche Datenelemente für bestimmte Finanzprodukte zu teilen sind (z. B. Zahlungsverkehrskonten in der EU gemäss PSD2 oder der Open Banking-Verordnung der CMA in Grossbritannien).

• Open Banking:

Ein kollaboratives Ökosystem, in dem – mit Zustimmung der Ver-

braucher:innen – Daten zwischen Banken und Drittanbietern (TPPs) über sichere Schnittstellen (APIs) geteilt werden, um Endkund:innen bessere digitale Bank- und Zahlungsdienstleistungen zu bieten; typischerweise sind diese auf bestimmte Bankprodukte, wie den Zugriff auf Zahlungsverkehrskonten, beschränkt.

• Open Finance:

Die Ausweitung des Open Banking-Datenaustauschs und der Grundsät-

ze der Transaktionsanbahnung auf ein breiteres Spektrum von Finanzsektoren und -produkten (z. B. Kredite, Anlagekonten, Versicherungen, Pensionsfonds).

• Open Data:

Ein Ökosystem, das auf den Grundsätzen des individuellen Dateneigentums aufbaut, an dem verschiedene Akteure der Finanz- und Nichtfinanzbranche (z. B. Telekommunikations-, Technologie- oder Energieunternehmen, Einzelhänd-

ler) beteiligt sind und das darauf abzielt, den Endverbraucher:innen nahtlos eine breite Palette von Dienstleistungen anzubieten.

Der Einfachheit halber werden wir im weiteren Verlauf dieser Studie den Begriff «Open Banking» nicht nur für die oben definierte Kategorie «Open Banking» verwenden, sondern ganz allgemein (sofern nicht anders angegeben).



Überblick über Open Banking-Ansätze in aller Welt

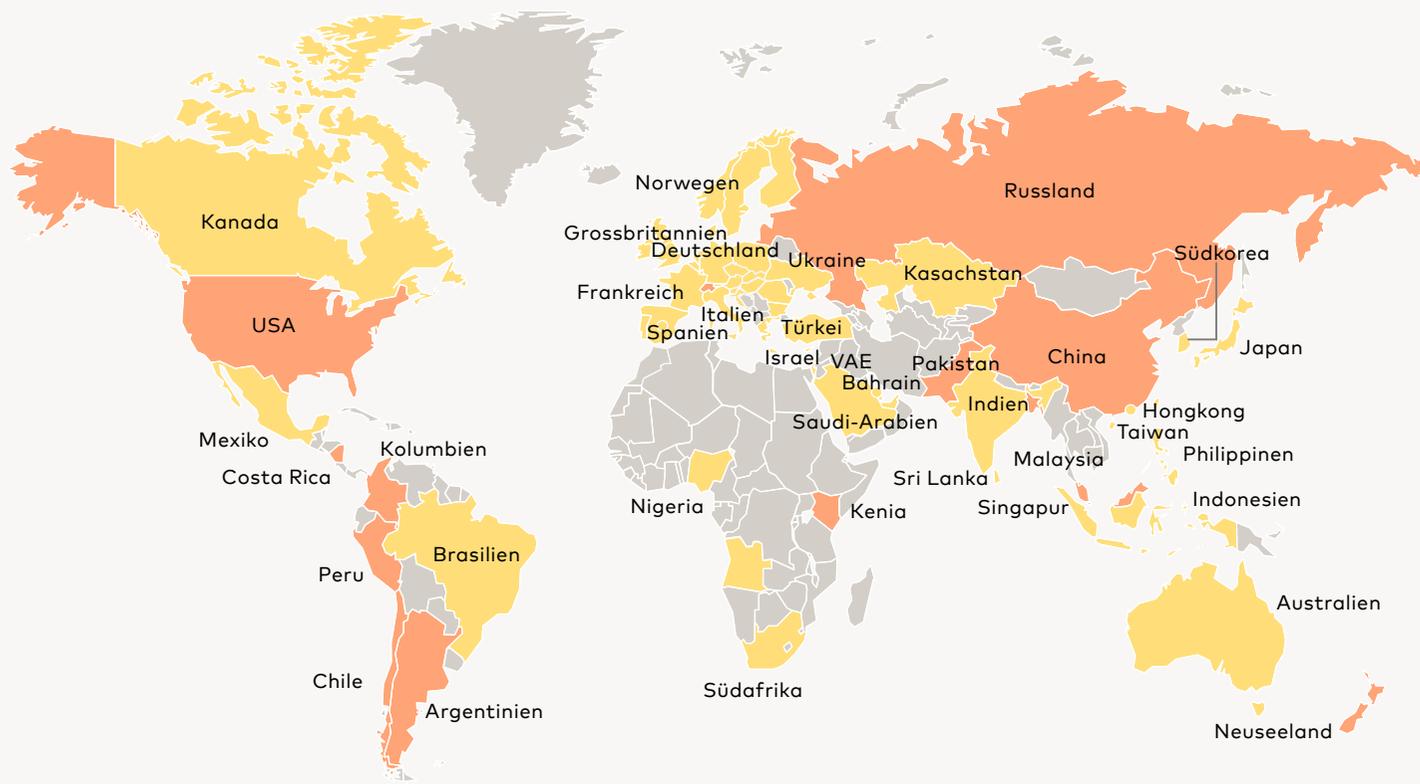
Blickt man auf die Akzeptanz des Open Bankings rund um den Globus, wird deutlich, dass sich der Trend in den grossen Volkswirtschaften durchgesetzt hat, auch wenn sich der Entwicklungsgrad von Land zu Land unterscheidet.

Ein wichtiger Faktor, der die Entwicklung des Ökosystems in jedem

Land beeinflusst, ist die Rolle der Regulierung. Dies ermöglicht uns eine grundlegende Unterscheidung: Auf der einen Seite **regulierungsgetriebene Märkte**, wo die Regierungen die Liberalisierung der Datenweitergabe per Gesetz vorantreiben wollen und damit die Regeln für den Markt festlegen. In welchem Ausmass die Reguli-

erungsbehörden in diesen Fällen in das Open Banking eingreifen, ist von Markt zu Markt unterschiedlich. In einigen Fällen legt die Aufsichtsbehörde den Umfang der Dienstleistungen fest, lässt aber die Einzelheiten der technischen Umsetzung offen, während sie in anderen Fällen auch die Entwicklung von API-Standards mandatiert, die befolgt werden sollten. In **branchenorientierten Märkten**

hingegen beruht die Entwicklung des Open Banking-Ökosystems allein auf den Wettbewerbs- und Kooperationskräften zwischen den Marktakteuren. Die Schweiz gehört zur letzteren Kategorie.



Regulatorisch gelenktes Open Banking-Regime

Open Banking mittels vom Regulator gebilligter Standards, z. B. für Kontodaten und/oder Zahlungsaufträge



Branchen-gelenktes Open Banking-Regime

Open Banking über bilaterale und/oder freiwillige Branchenvereinigungen und Standards für Wettbewerbsdifferenzierung



Open Banking in der Schweiz

Die Rolle von Regulierung und Standardisierung

Regulierung scheint, aufgrund ihrer beschleunigenden Wirkung und zentralisierten Führung im Sinne von Standardisierung, ein wichtiger Treiber des Open Banking zu sein. In gewisser Weise ist das auch richtig, birgt jedoch Schwachstellen. Im Falle der EU beispielsweise ist der Wirkungsumfang der PSD2 eingeschränkt und verpflichtet Finanzinstitute zur Öffnung dreier API-Typen (Kontoabfragen, Zahlungsauslösung, Bestätigung verfügbarer Beträge). Eine kürzlich durchgeführte Mastercard-Studie hat ergeben, dass in den grossen EU-Märkten in den letzten Jahren zwar erhebliche Fortschritte erzielt wurden. Es gibt aber immer noch signifikante Unterschiede zwischen den einzelnen Märkten, was den

Fortschritt bei der Einführung nationaler API-Standards und damit bei der Einführung eines durchgängigen breiten Spektrums von Anwendungsfällen auf den jeweiligen nationalen Märkten betrifft, die durch zahlreiche TPPs unterstützt werden². Die Regulierung kann also teilweise auf die Bedürfnisse der Verbraucher:innen eingehen, aber jeder Markt hat seine eigenen Merkmale und erfordert einen massgeschneiderten Ansatz, um die Kund:innen so effektiv wie möglich zu bedienen.

Angesichts des oben beschriebenen Effekts geht die Schweiz das Open Banking branchenorientiert an, in der Erwartung, dass der Markt sich dank der aus Wettbewerb und Zusammenarbeit entstehenden Kräfte selbst

reguliert. Der Wettbewerb wird die Landschaft des Open Bankings auf eine Weise formen, dass sich nur die sinnvollsten und nachgefragtesten Dienstleistungen am Markt halten und etablieren werden. Durch deren Entwicklung können die Akteure auf dem Schweizer Markt erfolgreiche Geschäftsmodelle aufbauen, die eine Monetarisierung und damit die Generierung neuer Einnahmequellen ermöglichen. Abgesehen davon kann das Fehlen regulatorischer Eingriffe die Standardisierung von Prozessen und Verbindungsprotokollen schwieriger gestalten. Was wiederum die wahre «Offenheit» und Skalierbarkeit des Open Bankings infrage stellt und zu höheren Implementierungskosten für Finanzinstitute und damit höheren Eintrittsbarrieren in das Öko-

system für kleinere Marktteilnehmer führt. Infolgedessen haben sich die Akteure auf dem Schweizer Markt in Initiativen zusammengeschlossen – um Branchenstandards (meist API bezogen) festzulegen.

² Quelle: Mastercard Open Banking Readiness Index: The future of Open Banking in Europe



Im Schweizer Markt fallen derzeit drei Standardisierungsinitiativen besonders auf:

• **OpenWealth API:**

Bezieht sich auf Bemühungen unter Führung der OpenWealth Association (die Finanzinstitute, Wealthtechs und andere technische Anbieter zusammenbringt), API-Standards zu schaffen, zu operationalisieren und zu verwalten, die vermögensverwaltungsbezogene Dienstleistungen abdecken. Derzeit steht eine erste Version des API-Standards für Tests bereit (sie deckt Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Verbrauchermanagement, der Verwahrung von Wertpapieren und dem Wertpapierhandel ab), während eine zweite Version der APIs, die zahlreiche weitere Dienstleistungen in demselben Bereich abdeckt, derzeit ausgearbeitet wird.

• **Common API:**

Als eine der Hauptarbeitsgruppen der Swiss Fintech Innovations (SFTI) strebt Common API an, API-Standards für Anwendungsbereiche im Bank- und Versicherungswesen zu entwickeln. Common API deckt aktuell Schnittstellen für Kontoabfragen, Zahlungsauslösung, Kredite und Vermögensmanagement ab (Letzteres in Zusammenarbeit mit der OpenWealth Association). Die Gruppe positioniert sich auch in Hinblick auf internationale Kompatibilität, da diese Standards in Zusammenarbeit mit der Berlin Group (dem Standardisierungsgremium für PSD2 in der EU) entwickelt werden. Schliesslich haben diese Standards eine gute Chance, sich bei den Schweizer Marktakteuren durchzusetzen, denn SFTI arbeitet nach eigenen Angaben mit Technologieanbietern zusammen, die etwa 75% des Markts für Kernbankensoftware in der Schweiz bedienen³.

• **Swiss NextGen API:**

Um den API-Benutzern die internationale Zusammenarbeit zu ermöglichen, hat Openbankingproject.ch APIs entwickelt, die mit minimalen Abweichungen auf den PSD2-Standards basieren. Da sie aus einer direkten Anpassung der PSD2-Standards resultieren, umfassen die abgedeckten Anwendungsfälle Kontoinformationen und Zahlungsauslösung.

Diese drei Initiativen unterscheiden sich nicht nur im Umfang der abgedeckten Anwendungsfelder, sondern auch in Bezug auf die Teilnehmer. Da die Common API-Initiative von SFTI ein breites Spektrum von Dienstleistungen abdecken soll, umfasst sie mehr Teilnehmer als die beiden anderen. Wir erwarten, dass Kooperation und Wettbewerb der Initiativen und Teilnehmer mit der Zeit zu einer Konsolidierung führen – eine Ansicht, die von den Marktakteuren geteilt wird. Die aktuelle Zusammenarbeit zwischen der OpenWealth Asso-

ciation und SFTI bei vermögensverwaltungsbezogenen Schnittstellen ist ein Beispiel, das diese Annahme bestärkt.

Parallel zu den oben genannten Standardisierungsinitiativen, die das Open Banking in der Schweiz vorantreiben, beginnen die Marktteilnehmer:innen, Plattformen mit eigenen API-Lösungen anzubieten. Ein Beispiel hierfür ist SIX, die im Jahr 2020 b.Link an den Start brachten. SIX b.Link ist eine Plattform, die Datenanbieter und Datenbenutzer (d. h. Finanzinstitute und TPPs) über Schnittstellen verbindet, die mit Common API kompatibel sind, um Dienstleistungen rund um die beiden Anwendungsfelder Kontoabfragen und Zahlungsaufträge mit Fokus auf Geschäftskunden zu entwickeln. Als Betreiberin der Plattform verwaltet SIX b.Link auch die administrativen Aspekte der Beziehungen zwischen den Teilnehmern und stellt sicher, dass diese die gewünschten Sicherheitsstandards einhalten.

³ Quelle: SFTI



Die wichtigsten Marktakteure in der Schweiz

In der Arena des Open Bankings spielen verschiedenste Akteure eine jeweils unterschiedliche Rolle, je nach ihrem Beitrag zum Ökosystem und ihrer Interaktion untereinander. Wie zu Beginn der vorliegenden Studie dargelegt, lassen sich diese Marktakteure in drei Kategorien unterteilen: **Finanzinstitute, Drittanbieter (TPPs)** sowie **Technologieanbieter/-plattformen und -marktplätze**.

Zu den **Finanzinstituten** zählen vor allem Banken und Versicherungen. Wir verwenden eine weit gefasste Definition des Begriffs, da wir sowohl traditionelle als auch Challenger-Neobanken sowie die in der Schweiz verbreiteten Kreditkarteninstitute darunter fassen. Derzeit sind viele dieser Institutionen dabei zu definieren, wie sie sich innerhalb des Ökosystems Open Banking positionieren, wobei das Vorhandensein oder Fehlen einer

Banklizenz die Verfügbarkeit strategischer Optionen beeinflusst. Diejenigen, die bereits im Ökosystem aktiv sind, versuchen, sich an den Standardisierungsinitiativen zu beteiligen, und einige bieten bereits Open Banking-bezogene Dienstleistungen für ausgewählte Kund:innen an. Andere haben noch eine passive Haltung gegenüber Open Banking, schätzen die Nachfrage ein und warten auf konkrete Möglichkeiten, zusammen mit einem hohen Standardisierungsgrad, der die Umsetzung vereinfachen würde. Die Hypothekbank Lenzburg lässt sich als Beispiel für eine Bank anführen, die sich bereits aktiv im Open Banking bewegt. Über ihre Plattform Finstar bietet sie z. B. Neon und Sonect Bankdienstleistungen an.

Darüber hinaus spielen die Versicherer eine wichtige Rolle im künftigen Schweizer Open Banking-Markt, da

sie eine Vielzahl von Finanzprodukten anbieten, die für Open Banking-Anwendungsfälle relevant sind, diese aber auch für weitere digitale Innovationen speziell in ihrer Branche nutzen möchten. Die Relevanz von Versicherungsdienstleistungen für Open Banking in der Schweiz wird nicht nur durch ihre Aufnahme in den Common API-Bereich deutlich, sondern auch durch die Entwicklung von Projekten wie der Initiative Pensions-Cockpit von SFTI und der EcoHub-Plattform von IGB2B. Die Initiative Pensions-Cockpit zielt darauf ab, die Pensionsverwaltung der Schweizer Bürger:innen, die sich derzeit aufgrund der Beteiligung unterschiedlicher Organisationen über die drei Säulen hinweg höchst komplex gestaltet, zu vereinfachen, indem sie eine zusammengefasste Ansicht der Situation von Einzelpersonen bietet. Die Plattform EcoHub hat das Ziel, die Versicherungsmarkt-

Akteure zusammenzubringen, um einen digitalen Marktplatz für Versicherungsprodukte zu schaffen. Mit der Einführung solcher Plattformen bietet sich eine grosse Chance, eine breite Palette von Finanzdienstleistungen bereits in einem frühen Stadium in ein offenes Schweizer Ökosystem einzubinden, im Sinne von «Open Finance», wie wir es oben definiert haben.

In der Schweiz sind schon jetzt mehrere **TPPs** auf dem Markt aktiv, die derzeit Open Banking-fähige Dienstleistungen anbieten. Diese Marktakteure können ihren Fokus sowohl auf Geschäfts- als auch auf Privatkunden legen. Um einige Beispiele zu nennen: Bexio und Klara bieten Dienstleistungen für Firmenkunden an (z. B. über die b.Link-Plattform von SIX, siehe nächste Seite), die sich auf die administrative Effizienz von Unternehmen konzentrieren und



Verbesserungen in der Buchhaltung, bei der Abstimmung von Bankkonten und bei Zahlungsprozessen ermöglichen. Contovista bietet datenbasierte Lösungen, inklusive Multi-banking, die sich in die Schnittstellen der Banken integrieren lassen. Auch Vermögensverwaltungsdienste sind mit Unternehmen wie Etops und Altoo bereits auf dem Markt vertreten (auch wenn diese notwendigerweise noch andere Methoden der Konnektivität als APIs verwenden).

Technologieanbieter/-plattformen und -marktplätze fungieren als technische Partner bei der Bereitstellung der Verbindung zwischen den Parteien im Open Banking-Ökosystem. Die Anbieter von Kernbankensystemen bieten in der Regel API-Dienste an, um Verbindungen zu anderen Akteuren, die ihre Markensysteme nutzen, zu erleichtern. Zu den wichtigsten Anbietern auf dem Schweizer Markt

gehören Finstar, Avaloq, Temenos und Finnova. Zudem gibt es Technologieanbieter, die API-Marktplätze oder -plattformen schaffen wollen, in denen APIs nicht auf der Grundlage etablierter Software erstellt werden, sondern mit dem übergeordneten Ziel einer allgemeinen Interkonnektivität. In dieser Gruppe finden wir Akteure wie SIX b.Link, Inventx und Swisscom. Technologieanbietern kommt eine wesentliche Rolle dabei zu, die Skalierbarkeit von Open Banking-Lösungen in der Schweiz basierend auf den von den aktuellen Initiativen festgelegten Standards zu fördern. Mastercard selbst möchte einen aktiven Beitrag zum Open Banking-Ökosystem leisten und hat eine Reihe von Dienstleistungen entwickelt, um die Bedürfnisse der Marktteilnehmer weltweit in den verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette zu erfüllen. Mit dem Ziel, das eigene internatio-

nale technologische Know-how zu nutzen, engagiert sich Mastercard im Ausbau des Open Bankings in der Schweiz und ist daher assoziiertes Mitglied der SFTI.



Open Banking-Bereitschaft in der Schweiz

Makroindikatoren für Open Banking-Bereitschaft

Open Banking ist eine Entwicklung, die durch die technologische und digitale Bereitschaft der Beteiligten ermöglicht wird. Daraus lässt sich ableiten, dass ein Land, das in der Bevölkerung ein höheres Mass an digitaler Akzeptanz aufweist – z. B. bei der Internetnutzung, der Smartphone-Penetration und der Nutzung des elektronischen Geschäftsverkehrs –, mit grösserer Wahrscheinlichkeit bereit ist, Open Banking einzuführen und zu verbreiten. Als hochentwickelte Volkswirtschaft – sie steht beim Pro-Kopf-BIP weltweit an achter Stelle⁴ – ist es nicht verwunderlich, dass die Schweiz in dieser Hinsicht über ein solides Fundament verfügt.

Aus naheliegenden Gründen ist die Verfügbarkeit des Internets von

grundlegender Bedeutung für den Einsatz von Open Banking. In der Schweiz nutzen 97% der Bevölkerung das Internet, ein Anteil, der in den vergangenen vier Jahren um 3 Prozentpunkte gestiegen ist. In dieser Hinsicht liegt die Schweiz vor der Gesamtbevölkerung der EU, bei der 88% das Internet nutzen⁵. Die Verbreitung von Smartphones ist ein weiterer Aspekt, der bei der Annahme des Open Bankings durch die Verbraucher:innen eine wichtige Rolle spielt. Denn viele grundlegende, auf Open Banking basierende Dienstleistungen, drehen sich um Lösungen für unterwegs und verbessern die Benutzererfahrung und einfache Handhabung. Auch bei diesem Merkmal übertrifft die Schweiz die EU: 94% der Haushalte verfügen über ein Smartphone, der EU-Durchschnitt

liegt bei 75%⁶. Am wichtigsten ist, dass der Anteil der Internetnutzer:innen, die über ihr Smartphone auf das Internet zugreifen, in der Schweiz bei 80% liegt, gegenüber 73% in der EU.

Ein weiterer Hinweis, der für die Bereitschaft der Schweiz für Open Banking spricht, lässt sich im Digital Intelligence Index (DII) finden. Der DII, ein Index, der aus einer Zusammenarbeit zwischen der Fletcher School an der Tufts University und Mastercard hervorgegangen ist, zielt darauf ab, die digitale Entwicklung von Ländern zu quantifizieren, indem er eine grosse Bandbreite von Indikatoren umfasst, um eine vollständige Analyse zu diesem Thema zu liefern. Auf dem dritten Platz, hinter Finnland und Dänemark, sieht der DII die Schweiz an vorderster Front der

digitalen Innovation in Europa. Darüber hinaus weist die Schweiz laut DII eine Dynamik bei der digitalen Entwicklung auf, die vergleichbaren europäischen Ländern in nichts nachsteht. Es handelt sich also um einen in digitaler Hinsicht reifen Markt.

⁴ Quelle: Weltbank. BIP nominal (in USD). Werte für 2018-2019

⁵ Quelle: RBR

⁶ Quelle: Euromonitor



Die Plattform Digital Intelligence Index (DII) verwendet mehrere Scorecards, um die unterschiedlichen Aspekte der weltweiten digitalen Wirtschaft, wie digitale Entwicklung und digitales Vertrauen, zu messen. Die Digital Evolution Scorecard bildet den Stand und die historische Dynamik von 90 Volkswirtschaften – die 95% der weltweiten Online-Bevölkerung ausmachen – über einen Zeitraum von zwölf Jahren (2008-2019) ab. Sie misst 160 Kenngrößen in vier Schlüsselbereichen: institutionelles Umfeld, Nachfrage, Angebot sowie Innovations- und Wandlungsfähigkeit. Die Scorecard «Digital Evolution» definiert einen Rahmen, der auf einer Skala von 0 bis 100 sowohl den Stand als auch die Rate (Dynamik) der digitalen Entwicklung erfasst.

Stand der digitalen Entwicklung

Rang	Land	Punktzahl
1	Finnland	87.30
2	Dänemark	87.17
3	Schweiz	86.89
4	Niederlande	85.84
5	Norwegen	85.34
6	Schweden	85.07
7	Island	84.29
8	Grossbritannien	81.84
9	Deutschland	79.27
10	Estland	76.66
11	Österreich	75.42
12	Belgien	74.51
...	Andere europäische Länder	...
32	Aserbaidshan	51.85
33	Ukraine	46.03
34	Bosnien und Herzegowina	39.65

Dynamik der digitalen Entwicklung in den europäischen Ländern

Rang	Land	Punktzahl
1	Aserbaidshan	65.28
2	Dänemark	60.72
3	Russland	58.90
4	Polen	57.29
5	Bulgarien	55.02
6	Litauen	54.21
7	Lettland	52.82
8	Serbien	51.16
9	Tschechien	50.89
10	Ukraine	49.21
...	Andere europäische Länder	...
22	Schweiz	43.44
...	Andere europäische Länder	...
33	Belgien	36.17
34	Schweden	33.86
35	Ungarn	30.64

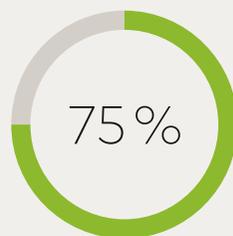


Einstellungen der Verbraucher:innen gegenüber Open Banking

In unserem Bemühen, das Wertpotenzial von Open Banking für Verbraucher:innen und ihre Einstellung dazu zu verstehen, haben wir gemeinsam mit dem LINK Institut eine detaillierte Marktstudie durchgeführt. Es wurde eine repräsentative Gruppe von mehr als tausend Personen befragt, um die Affinität der Verbraucher:innen zu digitalen und Bankdienstleistungen, ihr Interesse an Open Banking, ihre Bereitschaft, für Open Banking-fähige Dienstleistungen zu bezahlen, und ihre Bedenken, die sie möglicherweise davon abhalten, zu erfassen. In den folgenden Kapiteln sind die Ergebnisse in zusammengefasster Form dargestellt. Im zweiten Teil dieser Studie tauchen wir dann tiefer in bestimmte Dienstleistungen und die Zahlungsbereitschaft ein.

Beziehungen der Kund:innen zu ihrer Hausbank und Veränderungsbereitschaft

Mit 75% ist die Mehrheit der Verbraucher:innen in der Schweiz zufrieden mit der Beziehung zu ihrer Hausbank – nur 6% erwägen, diese innerhalb des nächsten Jahres zu wechseln. Auch lässt sich ein hoher Grad an Loyalität gegenüber Hausbanken feststellen, 56% der Kund:innen haben sie noch nie gewechselt. Zurückzuführen ist dies wahrscheinlich auf die Tatsache, dass 48% seit ihrer Jugend dort Kund:innen sind.



Mit ihrer Hausbank zufriedene Verbraucher:innen

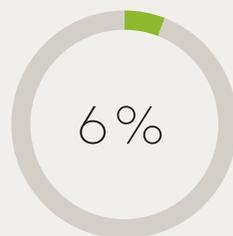


Verbraucher:innen, die ihre Hausbank noch nie gewechselt haben



Verbraucher:innen, die seit ihrer Kindheit Kund:innen ihrer Hausbank sind

Je nach Dienstleistung



Verbraucher:innen, die bereit sind, ihre Hausbank mit aktuellen Dienstleistungen zu wechseln



Verbraucher:innen, die pro getesteter Open Banking-fähiger Dienstleistung für den Zugriff darauf bereit sind, die Hausbank zu wechseln oder eine zusätzliche Bankverbindung zu eröffnen



Verbraucher:innen, die bereit sind, ihre Hausbank zu wechseln oder eine zusätzliche Bankverbindung für mindestens eine Open Banking-fähige Dienstleistungen zu eröffnen



Trotz der lang anhaltenden Beziehung zu ihrer Hausbank pflegen durchschnittliche Verbraucher:innen in der Schweiz noch zusätzliche Beziehungen zu anderen Banken. Konkret hatten 58% der Verbraucher:innen mehr als eine Bankbeziehung, wobei der Durchschnitt der gesamten Stichprobe bei 1,9 Beziehungen lag. Der meistgenannte Grund für Kundenbeziehungen mit mehreren Banken ist die Risikominimierung durch Vermögen bei unterschiedlichen Instituten, ein weiterer häufig genannter Grund ist mit 26% die Wettbewerbsfähigkeit der angebotenen Finanzprodukte. Obwohl die Bereitschaft die Hausbank zu wechseln heute offensichtlich gering ist, geben bis zu 29% der Befragten an, dies für den Zugriff auf bestimmte Open Banking-fähige Dienstleistungen zukünftig tun zu wollen, oder für diese eine zusätzliche Bankbeziehung zu eröffnen, falls ihre heutige Bank die jeweilige Dienstleistung nicht anbieten würde⁷. Über alle getesteten Open Banking-fähigen Dienstleistungen

hinweg sahen es 49% bei mindestens einer als wahrscheinlich an, dies zukünftig zu tun.

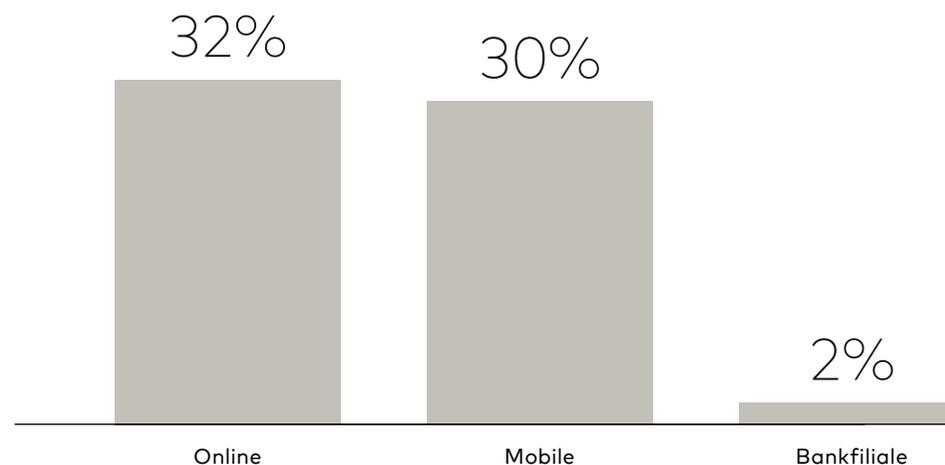
Ein weiteres Thema, das untersucht wurde, war die Interaktion der Verbraucher:innen mit ihren Banken. Betrachtet man die bevorzugten Kommunikationskanäle durchschnittlicher Schweizer Kund:innen mit dem jeweiligen Finanzinstitut, lässt sich feststellen, dass digitale Kanäle (online und mobil) die Häufigkeit des Kontakts mit den Verbraucher:innen fördern. Wir konnten ermitteln, dass 32% der Befragten mindestens einmal pro Woche Onlinebanking nutzen, dicht gefolgt vom mobilen Banking mit 30%. Nur 2% der Umfrageteilnehmer:innen besuchen wöchentlich eine Bankfiliale. Im Bereich des mobilen Bankings besteht noch ungenutztes Potenzial, denn 33% der Verbraucher:innen gaben an, dass sie bei der Verwaltung ihrer Finanzen bisher nie von diesem Kanal Gebrauch gemacht haben. Vergleicht man dies mit der Nutzung des Mobiltelefons über das

Bankgeschäft hinaus, so haben 44% der Befragten mehr als zwanzig Apps auf ihrem Telefon⁸ (und 73% mehr als zehn) in einer Vielzahl von Kategorien, was die Nutzung dieses Kanals für alltägliche Bedürfnisse weiter unterstreicht.

Die Umfrageergebnisse lassen den Schluss zu, dass Open Banking-Dienst-

leistungen das Potenzial besitzen, die Neukundengewinnung, die Kundenbindung und den Share of Wallet derjenigen zu erhöhen, die sich zu Innovationen entschlossen, was wiederum den Wettbewerb fördert. Gleichzeitig ist zu erwarten, dass das mobile Banking in diesem Szenario eine zentrale Rolle als wertvoller Interaktionskanal und Schnittstelle zu Kund:innen spielen wird.

Anteil der Verbraucher:innen, die den jeweiligen Banking-Kanal mindestens einmal pro Woche nutzen



⁷ Umfasst alle Befragten, die diese Szenarien für «sehr wahrscheinlich» oder «eher wahrscheinlich» hielten, nachdem die Dienstleistungen erklärt wurden, aber bevor ein Preisfaktor eingeführt wurde

⁸ Zu verstehen als heruntergeladene Apps, die über die in einem Betriebssystem vorinstallierten Standardanwendungen hinausgehen



Bekanntheit und Interesse an Open Banking

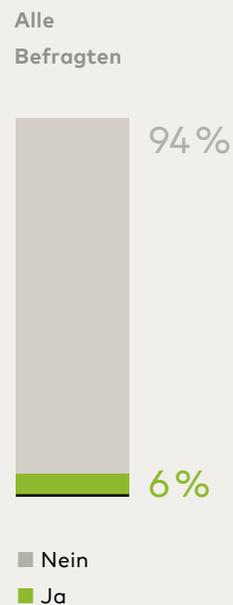
In der Schweiz scheint der Begriff «Open Banking» immer noch als Finanzjargon wahrgenommen zu werden, und sein Bekanntheitsgrad ist eher gering. Die Frage, ob sie den Begriff «Open Banking» bereits gehört hätten, konnten nur 6% der Teilnehmer:innen bejahen. Daraus lässt sich jedoch nicht auf das Interesse an Open Banking schliessen. Von denjenigen, denen «Open Banking» ein Begriff war, gaben 52% an, daran interessiert zu sein. Nachdem denjenigen, die noch nie davon gehört hatten, eine allgemeine Definition von Open Banking gegeben wurde, zeigten 14% von ihnen Interesse daran. Zusammengefasst gaben also 16% der gesamten Befragten an, dass sie allein aufgrund der Definition von «Open Bankings» Interesse haben. Dieses Interesse nahm zu, als den Verbraucher:innen reale Anwendungsfälle von Open Banking erläutert wurden, worauf für die drei Spit-

zenreiter ein Anteil von mehr als 50% jeweils Interesse bekundete.⁹ für die drei Spitzenreiter führte. Wir können also deutlich beobachten, dass die Verbraucher:innen dem Finanzbegriff Open Banking gegenüber zunächst neutral reagieren. Daher wird die Aufklärung der Kund:innen mit Open Banking-Beispielen aus dem echten Leben für Finanzinstitute entscheidend sein, um das Nachfragepotenzial der Verbraucher:innen auszu-schöpfen – selbst wenn dies heute noch nicht klar erkennbar ist. Abgesehen vom allgemeinen Interesse gaben sogar 62% der Verbraucher:innen an, dass sie bereit wären, für Open Banking-fähige Dienste eine Gebühr zu bezahlen. Wenn man sie nach einem nutzungsunabhängigen Höchstbetrag fragt, während 45% mehr als 4.- CHF pro Monat bezahlen würden. Auf diese Erkenntnisse werden wir im zweiten Teil unserer Studie näher eingehen.

Verbraucher:innen-Bewusstsein und Interesse an Open Banking

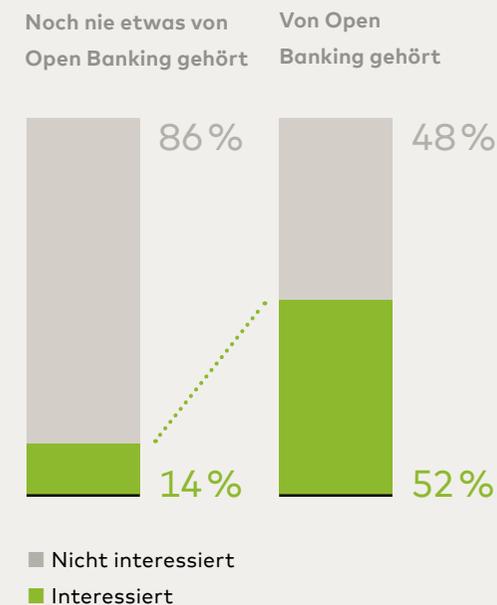
Bekanntheit

Anteil der Befragten, die von Open Banking gehört haben



Interesse

Anteil der Befragten, die Open Banking interessant finden



⁹ Interesse ist definiert als Befragte, die auf die Frage, ob sie die Anwendungsfälle nutzen würden, antworteten: «Ich würde sie auf jeden Fall verwenden» und «Ich denke, ich würde sie verwenden»



Sicherheitsbedenken

Der Austausch der Finanzdaten von Verbraucher:innen ist sowohl die Voraussetzung für das Open Banking Ökosystem als auch einer dessen am als grössten wahrgenommenen Nachteile. Der Umgang mit sensiblen, privaten Daten kann bei Verbraucher:innen wie bei Institutionen gleichermaßen Bedenken hervorrufen. Bei den Verbraucher:innen aufgrund ihrer Sorge, wie mit den Daten verfahren wird, und bei den Institutionen aufgrund der notwendigen Investitionen in Sicherheitsmassnahmen und Datenverwaltung.

Laut den Umfrageergebnissen haben 88% der Verbraucher:innen Bedenken, ihre Finanzdaten mit Nicht-Banken zu teilen. Die Hauptgründe für diese Bedenken liegen in der möglichen Nutzung ihrer Finanzdaten für kommerzielle Zwecke und in möglichen Sicherheitsmängeln, die zur Preisgabe ihrer Daten führen. Während

die Verbraucher:innen also der Weitergabe von Finanzdaten an Nichtbanken skeptisch gegenüberstehen, ist die Mehrheit (69%) gleichzeitig bereit, ihrer Hausbank die Verwaltung ihrer Finanzdaten von Drittanbietern anzuvertrauen. Dies bringt uns zu einer wichtigen Erkenntnis: Während etablierte Beziehungen zu Hausbanken in Frage gestellt werden könnten, wenn neue Marktteilnehmer beginnen, Open Banking-fähige Dienstleistungen anzubieten, sind Hausbanken immer noch in einer idealen Position, um die Vertrauenslücke der Verbraucher:innen zu schliessen, indem sie Partnerschaften mit Nicht-Banken/TPPs eingehen. Basierend auf den Umfrageergebnissen konnten wir Faktoren identifizieren, welche die Bereitschaft der Verbraucher:innen, ihre Daten zu teilen, möglicherweise erhöhen. Hier sind die zwei wichtigsten:

Bereitstellung zusätzlicher Informationen:

57% der Kund:innen zeigten sich bereit, ihre Daten einem Dienstleister (Bank oder TPP) gegenüber offenzulegen, wenn vorab bestimmte Informationen vermittelt werden, die zu einem hohen Mass an Transparenz führen (z. B. der Verwendungszweck der Daten, welche Daten genau geteilt werden und welche Sicherheitsmassnahmen der Anbieter in Bezug auf die Daten getroffen hat). Trotzdem sind 41% der Kund:innen nicht zur Offenlegung ihrer Daten bereit, unabhängig von den begleitenden Informationen (die übrigen 2% haben diese Frage nicht beantwortet). Interessanterweise bedeutet dies angesichts des oben festgestellten Interesses an Anwendungsfällen auch, dass nur ein kleiner Teil der Verbraucher:innen Open Banking-fähige Dienste interessant finden könnte, während sie die für ihre Bereitstellung im Hintergrund erforderlichen Mechanismen ablehnen.

Schaffung klarer Vorteile vom Datenaustausch:

Für TPPs ist es weitaus schwieriger, Kund:innen dazu zu bringen, ihre Daten mit ihnen zu teilen, als für Hausbanken. Wenn die Vorteile der Datenoffenlegung – monetärer und nicht-monetärer Art – den Verbraucher:innen jedoch verdeutlicht werden können, sinkt deren Ablehnung. Diejenigen, die weniger Bedenken gegen den Austausch von Daten mit TPPs hatten, nannten als Hauptfaktoren den Zugang zu besseren, bequemeren Dienstleistungen, bessere Gebührenbedingungen oder Rabatte und Cashbacks. Dies erhöht zwar die Hürde für TPPs, die Vertrauenslücke zu schliessen, verdeutlicht aber auch die Chance für diejenigen, die einen solchen Wert vermitteln können, viele Verbraucher:innen davon zu überzeugen, sich mit ihnen zu vernetzen – und Daten zu teilen.



Bedenken der Verbraucher:innen bezüglich Datenaustausch



Hauptsorgen:

- 1 «Nicht-Banken nutzen die Finanzdaten zu kommerziellen Zwecken»
- 2 «Finanzdaten sind bei Nicht-Banken nicht sicher»
- 3 «Finanzdaten könnten missbraucht werden und ich verliere Geld»

In der Umfrage wurde auch untersucht, was die Verbraucher:innen über die gemeinsame Nutzung von Versicherungsdaten denken. Verglichen mit den Finanzdaten zeigten die Befragten geringere Bedenken, Versicherungsdaten mit Nicht-Versicherern zu teilen, auch wenn der Prozentsatz der besorgten Verbraucher:innen mit 78% auch in diesem Bereich hoch ist. Die Gründe für die

Besorgnis entsprechen denjenigen für Finanzdaten. Interessanterweise war der Anteil derjenigen, die einen Versicherer als vertrauenswürdige Partei für Versicherungsdaten von Dritten ansahen, mit 38% niedriger als der der Hausbanken für Finanzdaten. Auch bei den Versicherungsdaten waren die Hausbanken mit 32% der Verbraucher:innen als vertrauenswürdige Partei dicht auf den Fersen.

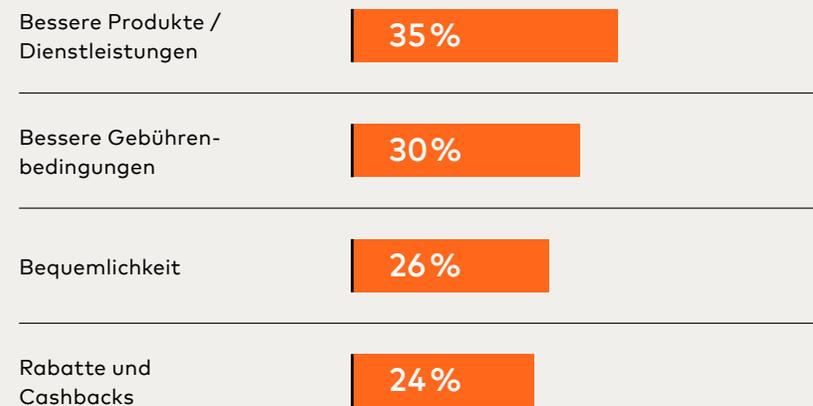
Welche Informationen brauchen Sie, damit Sie bereit sind, Ihre Finanzdaten mit einem Anbieter (Bank/TPP) zu teilen?

Ergebnisse: die häufigsten vier (alle Befragten), mehrere Antworten möglich



Wofür würden Sie Ihre Finanzdaten mit einem TPP teilen?

Ergebnisse: die vier wichtigsten (unter denjenigen, die keine Bedenken angaben), mehrere Antworten möglich





Einstellungen der Marktakteure gegenüber Open Banking

Zusätzlich zu der Verbrauchenumfrage umfasste unsere Untersuchung auch Interviews mit wichtigen Akteuren auf dem Schweizer Markt. Hierbei ging es um deren Überlegungen und Einstellungen zu verschiedenen Themen rund um das Open Banking. Um sicherzustellen, dass unsere Erkenntnisse nicht nur die Sicht traditioneller Institutionen widerspiegeln, haben wir auch Vertreter von aufstrebenden Marktakteuren, Finanzdienstleistern und Wissensplattformen befragt. Die Ergebnisse dieser Gespräche sind in viele Teile und Schlussfolgerungen dieser Studie eingeflossen, dabei waren unsere Hauptkenntnisse die Folgenden:

Die meisten Marktteilnehmer sehen die **Kundenachfrage** als Hauptantrieb für die Entwicklung des Open Banking und damit als Katalysator

für weitere treibende Faktoren wie Standardisierungsbemühungen, die Entwicklung neuer Dienstleistungen und den daraus resultierenden Marktwettbewerb. Die Sichtbarkeit einer solchen Nachfrage ist auch einer der Gründe, warum sich viele der aktuellen Open Banking-fähigen Dienstleistungen und Entwicklungen in der Schweiz auf kommerzielle und vermögensverwaltungsbezogene Anwendungsfälle konzentrieren. Gleichzeitig wird die Wahrnehmung des Open Banking seitens privater Kund:innen bisher als unterentwickelt angesehen (was unsere Verbrauchenumfrage bestätigt). Infolgedessen besteht eine gewisse Skepsis gegenüber dem Ausmass des Verbraucherinteresses an Open Banking-fähigen Dienstleistungen für Privatkund:innen. Mehrere Marktteilnehmer waren jedoch übereinstimmend der Meinung, dass das

vermeintliche Fehlen des Verbraucherinteresses eine Folge des mangelnden Angebots an Dienstleistungen sein könnte, das jedoch durch die Einführung und Aufklärung über erste innovative Anwendungsfälle angekurbelt werden wird. Die Ergebnisse unserer Studie unterstützen diese These, denn das Interesse an Open Banking stieg erheblich, sobald die Dienstleistungen erläutert wurden. Es ist zwar klar, dass die Aufrechterhaltung der Kundenschnittstelle für viele Marktteilnehmer ein vorrangiges Ziel sein wird, doch könnte dies letztlich das Vorrecht der stärksten Innovatoren und besten Berater sein, während andere sich für Prozesse und Skalierbarkeit im Hintergrund entscheiden. Für welche Rolle sie sich auch entscheiden werden, viele Schweizer Finanzinstitute sind bereits überzeugt davon, dass das Open Banking in der Schweiz eine

unausweichliche strategische Frage und die Ausarbeitung eines entsprechenden strategischen Ansatzes wichtig für eine gute Aufstellung in der Zukunft ist.

Damit ein Marktteilnehmer zu den «First Mover» gehört, müssen jedoch mehrere **Hindernisse berücksichtigt werden**. Die Finanzinstitute scheuen die Investitionskosten (z. B. für die Überwindung von Altsystemen, die Entwicklung und Anwendung neuer Konnektivitätsschichten), die für die Entwicklung des Open Banking und der damit verbundenen Dienste erforderlich sind. Die Herausforderungen, die sich bei der Beurteilung des Kundeninteresses stellen, führen zu Unsicherheiten bei der Erarbeitung eines entsprechenden Business Case, das wiederum helfen könnte, die Priorisierung in der Entwicklungs-Pipeline



sicherzustellen. Gleichzeitig sahen die etablierten Finanzinstitute die Gefahr, dass die Öffnung der Datentore fast zwangsläufig zu einem Verlust von Kund:innen und der Kundenschnittstelle führen würde, nicht mehr als gleich gross an, wie zum Zeitpunkt als das Konzept des Open Banking noch neuer war als dies heute der Fall ist. Es besteht kein Zweifel daran, dass die derzeitigen Betriebsmodelle in Frage gestellt werden, doch setzt sich zunehmend die Ansicht durch, dass es im Sinne von Win-Win-Szenarien für alle Seiten von Vorteil ist, wenn sich die Marktteilnehmer auf die Teile der Wertschöpfungskette konzentrieren, in denen sie am stärksten sind.

Die Marktteilnehmer sehen einen der wichtigsten Faktoren für die weitere Entwicklung von Open Banking in der **Etablierung von Standards** für APIs

und Prozesse. Mit den verschiedenen, heute existierenden Standardisierungsplattformen zeigen die aktuellen Bemühungen in der Schweiz eine Heterogenität in der API Entwicklung, und es gibt eine gewisse Erkenntnis, dass zukünftige Marktbedürfnisse über einen ganzheitlicheren Ansatz angegangen werden sollten. Das heisst über APIs hinausgehend, um auch angrenzende Prozesse zu standardisieren (z. B. Verträge zwischen Finanzinstituten und TPPs, Verwaltung der Zustimmung der Verbraucher:innen, Due Diligence von TPPs usw.). Die Festlegung solcher Standards wäre auch für diejenigen, die bisher bei der Entwicklung von Dienstleistungen noch abwartend zusehen, ein entscheidendes Argument.

Obwohl diese Vielzahl konkurrierender Normen sicherlich das Ergebnis

eines von der Branche gesteuerten Marktes ist, besteht weitgehend Einigkeit darüber, dass **die Regulierungsbehörde** weiterhin eine begrenzte Rolle im Ökosystem spielt und die Marktakteure sich durch Wettbewerb und Zusammenarbeit selbst «regulieren» sollten. Dies beruht unter anderem auf der Vorstellung, dass die Regulierung von Anwendungsfällen und technologischen Standards sich als Hindernis für die Fähigkeit des Marktes erweisen könnte, das Innovationspotenzial zu maximieren und diejenigen Anwendungsfälle zu bedienen, von denen erwartet wird, dass sie für Verbraucher:innen und Marktteilnehmer gleichermassen den grössten Wert schaffen, da sich die Anforderungen so schnell entwickeln, dass die Regulierung möglicherweise nicht folgen kann. Gleichzeitig wurde mehrfach erwähnt, dass der Beitrag

durch eine regulierende Stelle bei der Registrierung und Lizenzierung von TPPs am sinnvollsten wäre. Dies könnte den Kund:innen (und anderen Teilnehmer:innen des Ökosystems) das nötige Vertrauen in die Interaktion mit neuen Marktteilnehmern geben – und die klare Botschaft vermitteln, dass die sehr hohen Standards der Schweizer Finanzdienstleistungsbranche aufrechterhalten werden.



Folgerungen und Erkenntnisse aus Teil I

Aus dem ersten Teil unserer zweiteiligen Studie lassen sich folgende Erkenntnisse zusammenfassen:

- Die Schweiz befindet sich mit der Einnahme eines hohen Rangs in Bezug auf die digitale Bereitschaft und ihrem branchenorientierten Ansatz insgesamt in einer soliden Position, um die Entwicklung von Open Banking zu fördern.
- Es wird erwartet, dass die Verbrauchernachfrage die Entwicklung von Open Banking vorantreiben wird, und auch wenn sie heute auf dem Markt noch nicht deutlich sichtbar ist, zeigt ein grosser Teil der befragten Verbraucher:innen Interesse an Open Banking-fähigen Dienstleistungen und ist bereit, dafür zu bezahlen.
- Die Loyalität der Kund:innen gegenüber ihrer Hausbank ist hoch. Dennoch ist ein höherer Anteil der Verbraucher:innen bereit, für Open Banking-fähige Dienstleistungen in Zukunft die Hausbank zu wechseln, oder eine zusätzliche Bankbeziehung zu eröffnen, als dies heute der Fall wäre.
- Die Mehrzahl der Verbraucher:innen gab an, Bedenken hinsichtlich der Offenlegung ihrer Finanzdaten gegenüber TPPs zu haben, und vertraut hauptsächlich ihrer Hausbank, weshalb diese eine vertrauensbildende Brückenfunktion einnehmen sollte. Solche Bedenken können durch ein hohes Mass an Transparenz hinsichtlich der Datennutzung und – für TPP – durch den Nachweis eines eindeutigen monetären oder nichtmonetären Werts, den andere möglicherweise nicht bieten können, entkräftet werden.
- Viele Schweizer Marktteilnehmer haben Open Banking als unumgängliches strategisches Thema erkannt, und die Erkenntnis des Win-Win-Potenzials setzt sich zunehmend durch. Bei der Entwicklung und Priorisierung bleiben noch zahlreiche Hindernisse auszuräumen und klare „First Mover“ stehen noch aus.
- Zum jetzigen Zeitpunkt führen private Initiativen die Bemühungen um Standardisierung an, die Regulatorischen Stellen hingegen beteiligen sich nur in geringem Umfang. Diese privaten Initiativen werden für die Entwicklung und Einführung von Diensten entscheidend sein, und zwar nicht nur bei denjenigen, die bereits beteiligt sind, sondern insbesondere auch jenen, die noch am Rande stehen.

Wir werden unsere Analyse in Teil II der Studie fortsetzen und die Monetarisierungsmöglichkeiten für die Schweizer Marktteilnehmer näher beleuchten, wobei wir einen detaillierteren Blick auf die Dienstleistungen, das Interesse der Verbraucher:innen und die Zahlungsbereitschaft werfen werden.



Anhang

1073 Verbraucher:innen aus der Schweiz im Alter von 18 bis 74 Jahren, die das Internet mindestens einmal pro Woche für private Zwecke nutzen und ein Smartphone besitzen und dieses täglich verwenden, wurden vom 9. bis 19. April 2021 im Rahmen einer Feldforschung befragt. Die computergestützten Web-Interviews wurden vom LINK Institut durchgeführt.



