

pay



Blühendes Kundengeschäft dank APIs? — Future Talk mit Felix Buschor — Zu Besuch bei Farmy — Nationalbank, SIX und Geschäftsbanken testen digitales Zentralbankgeld

ZU BESUCH BEI

Frisch, frischer,
Farmy

10



GLOBAL PERSPECTIVES

Weltweite ISO-
20022-Migration
in voller Fahrt

22

FUTURE TALK

Die digitale Trans-
formation ist für
Felix Buschor eine
Frage des Über-
lebens

07



HEARTBEAT

Wie viele
Bancomaten
braucht die
Schweiz?

08

Herausgeberin SIX Group AG, Postfach, 8021 Zürich, Schweiz, six-group.com/pay, pay@six-group.com Fachbeirat Daniel Berger, SIX; Boris Brunner, Leitung, SIX; Susanne Eis, SECB; Laura Felber, SNB; Pierre-Michel Gicot, BCV; Dieter Goerdten, SIX; Susanne Höhener, Liechtensteinerischer Bankenverband; Daniela Hux-Brauss, Credit Suisse AG; Peter Ruoss, UBS Switzerland AG; Stefan Schneider, PostFinance; Nino Thommen, SIX
Redaktion Gabriel Juri, Leitung, SIX
Konzept & Design MADE Identity AG, Zürich, Schweiz
Lithografie Marjeta Morinc Druck sprüngli druck ag, Villmergen, Schweiz
Übersetzungen Mark Rabinowitz, Translation Service Team, SIX (Englisch); Denis Fournier (Französisch)
Bildnachweise Tobias Siebrecht (Cover, S. 03, 05, 06, 19) Ornella Cacace (S. 02, 10-12), Ivan Samkov (S. 21) Stefan Wermuth (S. 23) Illustrationen Gregory Gilbert-Lodge (S. 02, 07, 20, 23)

RUBRIKEN

- 03 Fokusthema
- 13 Experts only
- 18 Werte
- 23 Panorama

02



Wie APIs das digitale Kundengeschäft zum Blühen bringen

TEXT
DIETER GOERDTEN



In

manchen Dingen bin ich eher traditionell. Zum Beispiel schenke ich meiner Frau regelmässig einen Blumenstrauss. Leider hat die Gärtnerei in unserem Dorf vor Kurzem den Betrieb eingestellt. Aber ich habe Glück: Meine Frau hat ein Händchen für Dekorationen. Wenn ich ihr Blumen mitbringe, die es bei der Migros im Bund

gibt, dann macht sie in Kürze wunderbare Sträusse daraus. Die Migros stellt die Komponenten für Blumensträusse in Bündeln zur Verfügung, ich wähle die für mich passenden Bündel aus, kümmere mich um den Transport – und schon kreiert meine Frau wahre Wunderwerke daraus. Das wirklich Schöne daran: Diese Form des Blumenschenkens scheint meiner Frau mindestens genauso zu gefallen, wie früher die fertigen Sträusse. Vielleicht weil das Ergebnis individueller ist?

In der IT ist eine ähnliche Entwicklung im Gange. Digitale Leistungen kommen aus Applikationen, die man als ganzen «Blu-

menstrauss» beziehen muss. Künftig werden Applikationen aber zunehmend in Teilmengen – Module – zerlegt. Konsumentinnen und Konsumenten können die von ihnen benötigten digitalen Leistungen dann quasi «häppchenweise» beziehen. Zudem können sie Module aus verschiedenen Applikationen sogar nach eigenem Gusto kombinieren. Diese Module nennt man auch «Packaged Business Capabilities» (PBCs). Ein PBC enthält jeweils Prozesse und Daten, die zusammen eine bestimmte Leistung erbringen können. Im Zahlungsverkehr könnten solche Module zum Beispiel «Kontoinformationen darstellen» oder «Zahlungen ausführen» sein.

Nehmen wir daher an, ein Unternehmenskunde möchte von seiner Bank Kontoinformationen beziehen. Aber er will sich nicht immer wieder neu in sein E-Banking einloggen, um diese abzufragen. Der «Blumenstrauss» E-Banking enthält nämlich eine Menge Funktionen, die für unseren Beispielpatienten gerade nicht relevant sind. Er will nur elektronische Kontoinformationen. Und er will sie dort, wo er damit arbeitet, nämlich in seiner Buchhaltungssoftware. Er will also keinen

Blumenstrauss, aus dem er die Rosen selbst raussuchen muss. Er will einfach nur Rosen haben und über den Zeitpunkt und die Häufigkeit selbst entscheiden. Und die Lieferung sollte selbstverständlich direkt in seine Vase erfolgen.

Individuelle Anfrage, individuelle Antwort

Natürlich ist die Erfüllung solcher Wünsche an eine Reihe von Voraussetzungen geknüpft. Zunächst müssen Banken die Fähigkeit «Kontoverwaltung für einen Kunden» isolieren können; das heisst: Sie müssen sie als PBC vorrätig haben. Dann braucht es einen Kanal, der in der Lage ist, individuelle Anfragen und ebenso individuelle Antworten – in diesem Fall zum Konto des Kunden – zu übermitteln. Application Programming Interfaces (APIs) haben genau diese Fähigkeit: Die Schnittstellen können auf Anfrage oder auch ereignisbezogen reagieren, in benötigten Teilmengen liefern und sie sind kombinierbar. Gartner schreibt dazu sinngemäss: «APIs ermöglichen Kommunikation, die einer Konversation gleicht.» Ein schönes Bild: hier eine individuelle digitale Anfrage, dort eine individuelle digitale Antwort. Als Ergebnis werden Daten nur übermittelt, wann und wie sie benötigt werden.

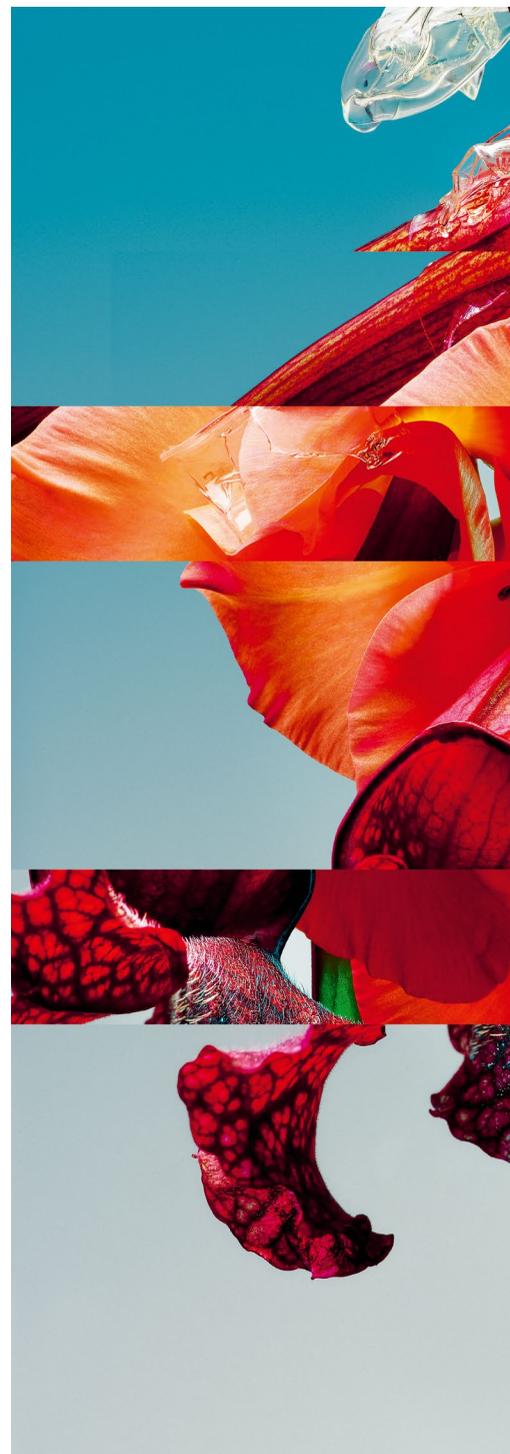
Aber auch die Empfängerinnen und Empfänger müssen Voraussetzungen schaffen: Sie brauchen den Anschluss an die digitalen Kanäle (APIs) sowie die Fähigkeit, dort passgenaue Anfragen abzusetzen. Und sie müssen natürlich auch Gefässe haben – also zum Beispiel eine Buchhaltungssoftware –, um die Antworten verarbeiten und bedarfsgerecht anzeigen zu können. Damit haben die Nutzer nun die Wahl: Sie können weiterhin ganze Sträusse beziehen und nutzen daraus vielleicht nur einzelne Blumen oder

sie beziehen nur genau die Blumen, die sie für ihre individuellen Sträusse und in ihren Vasen brauchen können.

Kundenorientierung mit der API-Brille

Leider endet unsere blumige Analogie hier, denn das Finanzgeschäft ist komplizierter, als es das Beispiel suggeriert. Zunächst brauchen Parteien, die Daten über APIs austauschen wollen, einen Vertrag. Wer schon einmal Dienstleistungsverträge mit Banken abgeschlossen hat, weiss, dass das ein recht kompliziertes Unterfangen sein kann. Banken haben – stellvertretend für ihre Kundinnen und Kunden – ein hohes Sicherheitsbedürfnis. Sie wollen zum Beispiel wissen, mit welchem Unternehmen sie Verträge abschliessen, wie sich die Besitzverhältnisse dort im Zeitablauf verändern und ob die Daten dort ausreichend geschützt werden. Ausserdem wollen sie unbedingt wissen, ob die Einwilligung der Endkundinnen und Endkunden zur Herausgabe der Daten durch die Bank – der sogenannte Consent – sehr sicher gespeichert ist. In den Worten des CEO einer Schweizer Kantonalbank: «Wir wollen auf keinen Fall, dass die Daten anschliessend irgendwo in China auftauchen ...».

Die Verträge sollen auch die Nutzung von API-Kombinationen ermöglichen. Ein Beispiel ist die Erstellung einer Steuererklärung in einer – leider noch fiktiven – digitalen Applikation der Steuerverwaltung. Nehmen wir an, dass es neben «Kontoverwaltung durchführen» (notabene: Das ist dasselbe API, das sonst meine Buchhaltungssoftware bedient) weitere APIs gibt, nämlich zur Führung von Depots und Hypotheken sowie zur Errechnung meiner Zinseinkünfte. Also könnte meine Steuerverwaltung mit meiner Zustimmung die Informationen durch



«APIs ermöglichen Kommunikation, die einer Konversation gleicht.»



Kombination dieser APIs direkt von der Bank abholen. Und plötzlich wären das mühsame Ausdrucken und Sammeln von Belegen sowie die manuelle Übertragung von Informationen in (elektronische) Formulare nicht mehr nötig. Wenn es dann auch noch APIs für Versicherungsinformationen und für meine Lohndaten gäbe, würde sich meine digitale Steuererklärung quasi von selbst ausfüllen. Kurzfristig ein – zugegeben sehr schöner – Traum, mittelfristig bin ich fast sicher, wird es diese Möglichkeit geben.

Die Chance für Banken

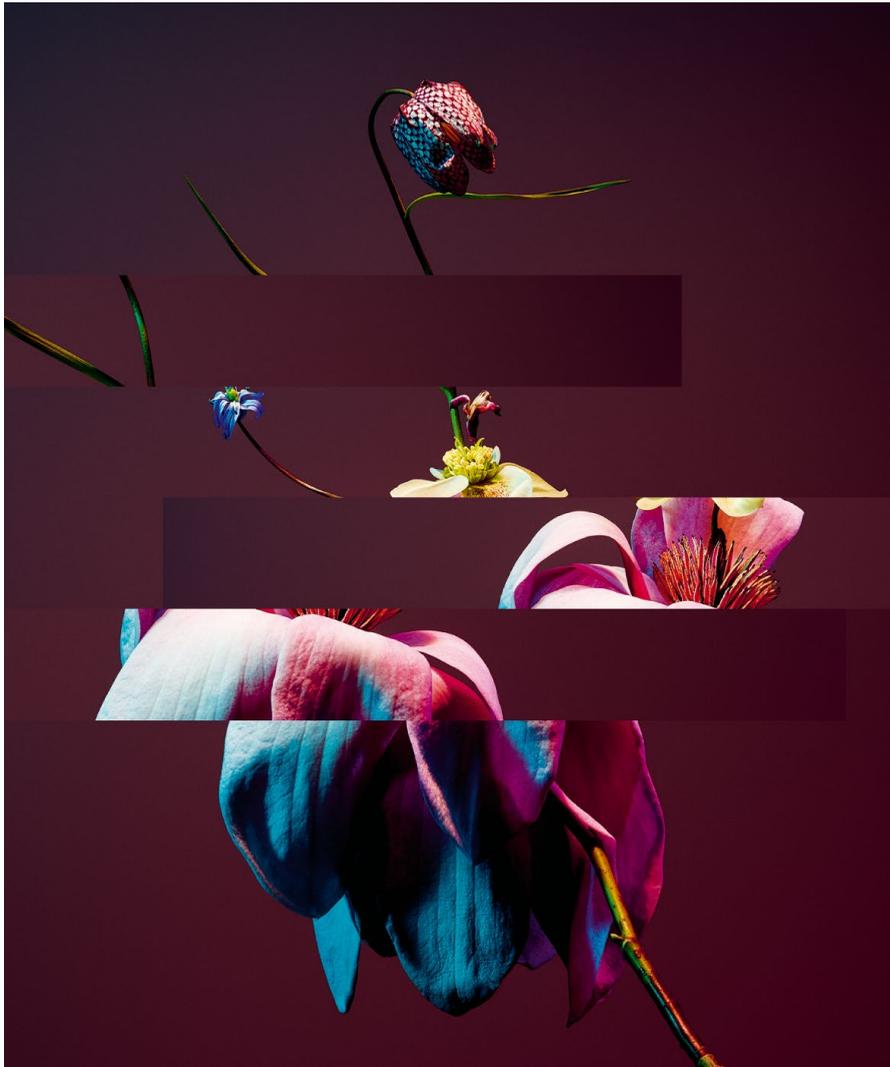
Bei genauer Betrachtung haben Banken übrigens Informationen, die weit jenseits des Banking einsetzbar sind. Vermutlich weiss sonst nämlich nur noch die eigene Ärztin, der eigene Arzt genauer über private Details Bescheid. So könnten Banken über ein Modul «Kundendaten verwalten» dafür sorgen, dass mein Sohn sein Alter an der Kinokasse beweisen kann – KYC sei Dank. Das betrifft aber auch Informationen zu meinem Einkaufsverhalten, meiner Bonität, mögliche Sparbeträge und vieles mehr. So wird es zum Beispiel möglich, dass ich mir recht genau anzeigen lassen kann, wieviel CO₂ ich mit meinen Einkäufen erzeuge. Die Zahlungsinformationen kommen von meiner Bank, werden durch einen Dienstleister nach Mobilität, Ernährung etc. kategorisiert und dann mithilfe eines weiteren Dienstes mit CO₂-Emissionsdaten für diese Kategorien versehen. Gibt's schon, nämlich für die Angestellten der SwissRe – Deedster heisst die Applikation.

Wir erkennen, dass es für Banken vorteilhaft wird, ihre digitalen Fähigkeiten in Module zu zerlegen und über APIs zur Verfügung zu stellen. Ausserdem sollten Banken dabei nicht nur

die eigenen Fähigkeiten im Blick haben. Vielmehr können sie durch innovative Partnerschaften völlig neuartige Angebote kreieren. Das erzeugt aber auch Komplexität und erfordert neue Fähigkeiten. Daher ist es ratsam, eine Plattform wie bLink von SIX zu nutzen. Hier erhält eine Bank neben standardisierten APIs auch modulare, praxiserprobte Vertragsentwürfe (siehe Artikel auf S. 13). Darüber hinaus werden Fragen zum Management und zur Sicherheit der Vertragspartner durch die Plattform gelöst. Banken können sich dann in Ruhe den wichtigen Fragen widmen: Welche Fähigkeiten differenzieren sie im Markt und welche Module wollen sie künftig im Markt anbieten? Und: Mit welchen Partnern wollen sie zusammenspannen, um ihren Kundinnen und Kunden möglichst grosse, Mehrwerte zu bieten?

In den Worten von Marty Chavez, Ex-CIO und -CFO von Goldman Sachs:

«Everything [in finance] is becoming a software service... to survive in this new economy, (...) you have to be a world class producer of a small number of APIs and you have to be a really astute consumer of lots of other APIs. And if you don't offer your service in a computer accessible way via an API... I don't think you have a business.» Das gilt übrigens auch für Bankdienstleistungen von SIX: Auch wir werden diese künftig in Module zerlegen und über APIs anbieten, wo das noch nicht der Fall ist. Auch wir halten nach Partnern Ausschau, mit denen wir durch Kombination von APIs innovative und einzigartige Dienstleistungen schaffen können. Das Projekt dazu ist schon lanciert. 🌸





«Die digitale Transformation ist eine Frage des Überlebens.»

FELIX BUSCHOR,
EHEMALIGER BEREICHSLEITER EINER BANK
UND JETZT FACHHOCHSCHULDOZENT

In welchem Mass zahlen sich digitale Investitionen traditioneller Finanzinstitute aus? Viele Aspekte der digitalen Transformation erfordern den Aufbau von Fähigkeiten. Man denke etwa an Cloud Computing oder API Management. Das lässt sich nur schwer mit Business Cases begründen. Entsprechende Investitionen sind also strategische Entscheidungen. Es geht dabei um den Erhalt der zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit oder anders ausgedrückt: ums Überleben. In diesem Sinne kann die digitale Transformation als ein «Cost-of-Doing Business» gesehen werden.

Welche digitalen Services können bereits ihre erhoffte Wirkung entfalten? Digitale Technologien machen es möglich, sehr spezifische Kundenbedürfnisse anzusprechen – der Jugendlichen, von Familien, Hausbesitzerinnen und Hausbesitzern, Pensionierten usw. Solche granularen Services erzielen seitens der Benutzerinnen und Benutzer sicherlich positive Resonanz. Die Bank erreicht eine positive Wirkung, sprich Wirtschaftlichkeit durch Skalierung, über die Zahl der Nutzerinnen und Nutzer. Das ist die Herausforderung. Als bisher erfolg-

reichen Service erachte ich beispielsweise die Robo-Advisors für das Wertschriften-sparen in der 3. Säule.

Was müssen Banken tun, damit ein möglichst grosser Kundennutzen aus Open Finance resultiert? Erstens die entsprechende Fähigkeiten aufbauen: in der Regel durch eine Kombination aus Rekrutierung von Talenten und die Zusammenarbeit mit spezialisierten Unternehmen. Zweitens ist der Blick vermehrt nach aussen zu richten, d.h. die Kundenbedürfnisse ins Zentrum stellen und diese in die Entwicklung digitaler Services einbinden.

Welche Voraussetzungen müssen vorliegen, damit die offene Architektur in der Finanzbranche Fuss fassen kann? Wichtig ist, dass die Standards und die Infrastruktur vorhanden sind und allen Interessierten kostengünstig zur Verfügung stehen. Des Weiteren ist von Beginn weg dafür zu sorgen, dass durch die Öffnung das Vertrauen in die Finanzbranche keinen Schaden nimmt. Da sich das Ausland vor allem auf den Zahlungsverkehr konzentriert, bietet sich uns mit Open Wealth die Gelegenheit, in diesem Bereich den internationalen Standard zu setzen.

Bankseitig führt die Öffnung zu einem anspruchsvollen strategischen Entscheid, bei dem nicht nur die Investitionskosten eine Rolle spielen, sondern der auch verlangt, die Positionierung an der Kundenschnittstelle zu klären.

Welche Rolle kommt der künstlichen Intelligenz (KI) zu? Eine zweifache. Open Finance wird die Konkurrenz um die Kundenschnittstelle intensivieren. Der KI-Einsatz ermöglicht personalisierte Benutzeroberflächen. Zweitens bietet Open Finance die Möglichkeit, Daten aus verschiedenen Quellen in einem Datenpool zusammenzuführen und mittels Data Analytics nutzbar zu machen. Dies ist auch deshalb bedeutsam, weil nicht wenige Bankkundinnen und Bankkunden mehrere Bankbeziehungen haben und ihre Zahl noch zunehmen dürfte. Selbstverständlich sind beim Einsatz von künstlicher Intelligenz und von Data Analytics Privatsphäre der Kundschaft sowie Datenschutzgesetze einzuhalten.

Wie viele Bancomaten braucht die Schweiz? Eine Studie liefert Argumente für das ATM-Pooling.

Eine bedarfsgerechte Ausgestaltung der zukünftigen Bargeldversorgung könnte wie folgt aussehen:



Gemeinden, in denen die Anzahl an Bancomaten erhöht würde.



Gemeinden, in denen die Anzahl an Bancomaten reduziert würde.



Gemeinden, in denen die Anzahl an Bancomaten gleich bleiben würde.



Gemeinden, in denen alle Bancomaten entfernt würden.

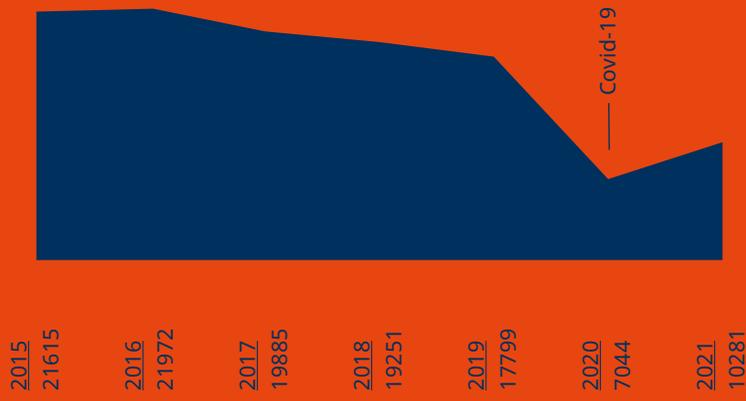
Die ganze Studie lesen:



Konzentriertes ATM-Netzwerk: Datenbasiertes Szenario zeigt Neuverteilung der Standorte bei gleichbleibender Serviceleistung

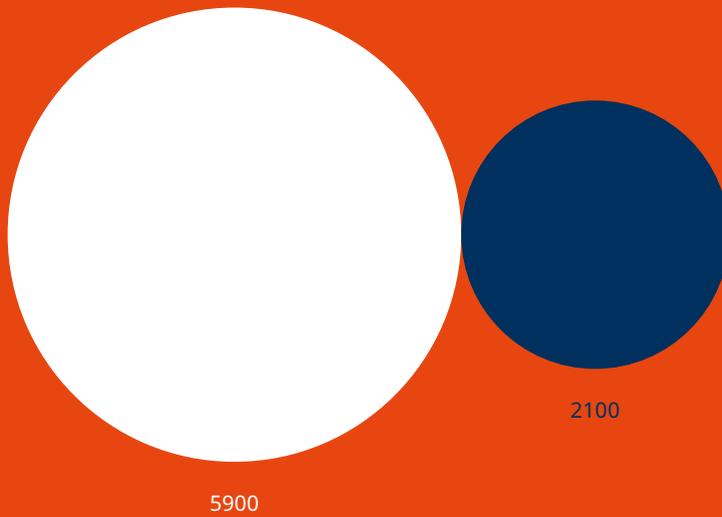
● Gemeinden

Theoretisches, modellbasiertes Szenario unter Berücksichtigung des Transaktionspotenzials und der Erreichbarkeit für die Bevölkerung



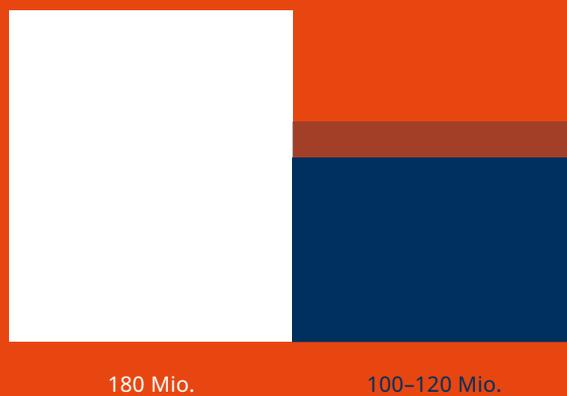
Bargeldbezüge
Schweiz, April
2015–2021

● Anzahl Bezüge



Bei einer Idealverteilung würden rund zwei Drittel weniger Bancomaten als heute genügen, um das Bedürfnis der Bevölkerung nach Bargeld ohne markante Serviceeinbusse zu bedienen.

● heute
● Szenario



Kosten heute und erwartete Kosten nach Einsparungen durch ATM-Pooling: Ein beträchtlicher Teil der heutigen Kosten ist abhängig von der Anzahl der Automaten.

● heute
● Szenario

Frisch, frischer, Farmy – das unwahr- scheinlichste Startup der Schweiz

TEXT
SIMON BRUNNER

Nach dem Lehrbuch dürfte es Farmy eigentlich gar nicht geben, viel zu aussichtslos scheint das Geschäftsmodell. Doch der Online-Hofladen ist bereits die Nummer 3 der Schweiz.

Würde die Geschichte von Farmy verfilmt werden, wäre die erste Reaktion wohl: «Nie im Leben kann das sein.» Bereits die Exposition hört sich völlig unrealistisch an: «Weder mein Geschäftspartner noch ich hatten eine Ahnung vom Detailhandel und auch die Schweiz kannten wir überhaupt nicht», sagt Tobias Schubert. Er lacht. Tobias Schubert (39) und Roman Hartmann (41), die zwei Mitgründer und Co-CEOs, lernten sich in Moskau kennen. Dort tüftelten sie an der Idee für einen nachhaltigen Online-Detailhändler. Ihre Marktsegmentierung ergab, dass die Schweiz der perfekte Ort für Farmy ist, denn den «Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten ist gute Qualität etwas wert und der Onlinehandel ist hier noch

nicht gesättigt», so Schubert.

Doch der Umzug in die Schweiz war noch die kleinste Unwägbarkeit, die die beiden E-Commerce-Spezialisten überwinden mussten. Hat das Geschäftsmodell hohe Fixkosten? Ja. Hat es hohe Investitionskosten? Ja. Ist es personalintensiv? Ja. Braucht es eine komplexe IT? Ja. Droht starke Konkurrenz? Ja. Ist es schwierig, Schweizer Bäuerinnen und Bauern zu überzeugen, einem kleinen Startup den Verkauf und Vertrieb ihrer Produkte anzuvertrauen? Ja. Ist das Geschäft skalierbar? Nicht wirklich.

Trotzdem startete Farmy 2014. Und heute erzielt die Firma bereits 32 Millionen Schweizer Franken Umsatz. Die Wachstumsraten sind Jahr für Jahr zwei- bis dreistellig. Bereits ist Farmy die Nummer 3 im Schweizer Online-Detailhandel für Lebensmittel, «allerdings mit grossem Abstand zur Nummer 1 und zur Nummer 2», wie Schubert bescheiden anmerkt. Gewinn wird noch keiner erzielt, «dafür





müssten wir ungefähr 100 Millionen Franken umsetzen, das dauert noch zwei bis drei Jahre», ergänzt der ehemalige Mitarbeiter der legendären Berliner Startupschmiede Rocket Internet. Bereits wurden eine Filiale in Lausanne, ein Softwarestudio in Barcelona und ein weiteres Büro in Berlin für Supportfunktionen eröffnet. Gut 70 Festangestellte und ungefähr 150 Mitarbeitende auf Stundenbasis arbeiten heute bei Farmy.

Wie anspruchsvoll das Geschäftsmodell ist, wird bei einem Besuch im Hauptquartier klar. Hier, in Zürich-Altstetten, in einem ehemaligen Industriequartier, das immer hipper wird, haben der Deutsche (Schubert) und der Deutsch-Russe (Hartmann) einen grossen Industriebau übernommen. Es ist später Nachmittag. Die Bestellungen werden gerade ausgeliefert und die 2000 Quadratmeter sind in Bewegung wie ein Bienenstock in der Pollensaison. Hartmann, längere Haare, Strickjacke und Jeans, führt durch das Gewusel. Die Tour beginnt in einer Kühlzelle, gross wie ein Klassenzimmer. Sogenannte «Picker und Packers» (Deutsch: Pflücker und Packer) schieben kleine Wagen vor sich her, mit denen sie die Bestellungen zusammenstellen.

«Als wir in die Schweiz kamen, wussten wir, dass es den Menschen hier sehr gut geht. Wir dachten aber nicht, dass es hier so schwer ist, zuverlässiges Personal für körperliche Arbeit zu finden», so Schubert. «Starke und loyale Mitarbeitende finden wir bisweilen auch unter Menschen, die sich nach schwierigen Lebenssituationen wieder in die Gesellschaft integrieren wollen, wie ehemalige Häftlinge und Suchterkrankte oder Geflüchtete.»

Die Picker und Packers tragen einen kleinen Scanner am Finger, mit dem sie die Ware registrieren. Ein Display auf

dem Einkaufswagen zeigt, was noch fehlt und wo sich die Produkte befinden. «Die ganze Software haben wir selber entwickelt», sagt Hartmann stolz und ergänzt: «Sie ist so gut, dass wir sie bereits weiterverkaufen konnten.» Kürzlich gründeten die beiden ehemaligen Unternehmensberater sogar «Farmy Solutions», eine neue Abteilung, die Software speziell für den Detailhandel entwickelt. Der erste grosse Kunde ist aus Deutschland.

Hartmann hastet weiter. Es folgen mehr Kühlzellen mit Frischartikeln, während Hiphop aus den Boxen dröhnt. «Wir haben eine Studie gemacht», sagt der gelernte E-Commerce-Experte, «und dabei festgestellt, dass wir bei relevanten Artikeln wie Salat, Gemüse oder Früchten drei Tage frischer sind als die Grossverteiler.» Wie ist das möglich? Im Unterschied zu Migros oder Coop führt Farmy für solche Produkte kein Lager, sondern diese werden am Morgen vom Bauernhof angeliefert und sind am Abend bei den Kundinnen und Kunden.

Der nächste Bereich ist erstaunlicherweise ... leer. «Hier starten wir unseren Blumenhandel», so Hartmann. Ausserdem erzählt er, dass die eigene Bäckerei bereits in Betrieb sei. Ein paar Schritte weiter stehen ein paar leere Flaschen auf einem aufgestellten Fass. «Heute Mittag degustierten wir alkoholfreien Wein – zu unserer Überraschung macht er bereits 14 Prozent des gesamten Weinumsatzes aus», verrät Hartmann.

Dann springt er die Treppen hinunter in den Keller. Hier sieht es aus wie auf einer Autoscooter-Anlage, doch niemand sitzt in den kleinen Flitzern, die auf dem Boden surren. «Das sind unsere Roboter», erklärt er, «die transportieren ganze Regale und bringen sie zu den Pickern und Packern, denn das spart Zeit und Platz.»

Tobias Schubert (links) und Roman Hartmann, die Gründer der Farmy AG.

Über eine Rampe klettert Hartmann ins Freie, um eines der hauseigenen Elektroautos vorzuführen, mit denen die Bestellungen ausgefahren werden – doch alle sind weg. «Wir müssen derzeit für die Auslieferung sogar Privatautos einsetzen», so Hartmann, der oft auf dem Bauernhof seiner Grosseltern in Sibirien mithalf und selber leidenschaftlich kocht.

Über 8000 Produkte lassen sich bei Farmy in der Deutschschweiz bestellen. Mit regionalen Frischwaren und Bioprodukten (70 Prozent der Artikel) ist der Lebensmittelversender gestartet. Längst sind aber auch ausländische Produkte wie Avocados oder Bananen und Non-Food-Artikel wie Kosmetik oder Babysachen im Sortiment, «aber sicher keine Erdbeeren im Januar!», wie Hartmann betont. Die beliebtesten Zahlungsmittel sind der Einzahlungsschein inklusive QR-Rechnung (21 Prozent), die Kreditkarte (30 Prozent) und TWINT (30 Prozent). «Uns ist eigentlich egal, wie man die Rechnung begleicht», sagt Hartmann, wobei TWINT, die Schweizer Zahlungslösung, in den letzten Jahren einen Boom erlebt habe. «TWINT-Kundinnen und -Kunden sind interessant für

uns, denn sie sind mobile-affin und zeigen somit eine hohe Bereitschaft, digital einzukaufen», so Hartmann. Farmy seinerseits bezahlt die Lieferanten – also die Bäuerinnen und Bauern – ein- bis zweimal pro Monat via Rechnung.

Der Rundgang ist fertig, Hartmann eilt zurück ins Grossraumbüro. Es gibt gerade viel zu tun. Farmy konnte bereits rund 35 Millionen Franken Kapital von privaten Investorinnen und Investoren aufnehmen. Kurz nach unserem Besuch geben Hartmann und Schubert dann auch bekannt, dass sie nach Spreitenbach umziehen und die Umschlagsfläche mehr als verdreifachen werden. Der unwahrscheinliche Startup-Film der Schweiz, die Farmy-Story, geht also rasant weiter. 🐔



1,8

Das Kaurigeld breitete sich von den Malediven auf den gesamten asiatischen Raum aus, nach Afrika und zu den Südseeinseln. Bedeutung erlangte es vor allem im alten China, wo es von 1500 v. Chr. bis 200 n. Chr. die anerkannte Leitwährung war. Eine Muschelkette, deren Faden 1,8 Meter lang ist und die aus 300 bis 400 Schnecken besteht, wechselt die Tolai Exchange Bank in Papua Neuguinea in harte Landeswährung: zu einem Kurs von umgerechnet rund einem Schweizer Franken.







Wholesale CBDC erfolgreich in der End-to-End-Abwicklung getestet

Projekt Helvetia Phase II konnte im Januar 2022 erfolgreich abgeschlossen werden. Das Projekt untersuchte die Abwicklung von Transaktionen mit tokenisierten Vermögenswerten in digitalem Zentralbankgeld für Finanzinstitute (sog. wholesale central bank digital currency, wCBDC). Am Experiment beteiligt waren die Schweizerische Nationalbank (SNB), das Schweizer Zentrum des BIS Innovation Hub, SIX und fünf Banken – Citi, Credit Suisse, Goldman Sachs, Hypothekbank Lenzburg und UBS.

Das Experiment fokussierte auf die Integration von wCBDC in Kernbankensystemen, wodurch die Nachhandelsprozesse bei Interbank-, geldpolitischen und grenzüberschreitenden Transaktionen auf der Plattform von SIX Digital Exchange (SDX) end-to-end getestet werden konnten. Das heisst von der Eingabe der Abwicklungsinstruktion und deren Ausführung auf SDX bis hin zur Verbuchung und zur Abstimmung in den Kernbankensystemen.

Das Experiment wurde unter realitätsnahen Bedingungen in Testumgebungen der SDX-Plattform, des SIC-Systems sowie von Kernbankensystemen der SNB und Banken durchgeführt. SDX ist die weltweit erste regulierte Finanzmarktinfrastruktur, die auf der Distributed-Ledger-Technologie (DLT) basiert.

Projekt Helvetia blickt auf eine Zukunft, in der Vermögenswerte zunehmend tokenisiert sind und DLT-basierte Systeme mit der heutigen Infrastruktur koexistieren. Interoperabilität zwischen neuen DLT-basierten und heutigen Systemen ist daher unabdingbar für ein funktionierendes Finanz-Ökosystem. Projekt Helvetia Phase II präsentiert einen Ansatz, wie sich

wCBDC nahtlos in bestehende Prozesse und Systeme integrieren lässt (siehe S. 16).

Der Abschlussbericht von Helvetia Phase II und ein Video sind auf der SNB-Website abrufbar. Dort sind auch die Abschlussberichte und Videos von Projekt Helvetia Phase I und Jura zu finden. Projekt Jura, das im Dezember 2021 abgeschlossen wurde, untersuchte den Einsatz von wCBDC in grenzüberschreitenden Devisen- und Wertschriftentransaktionen. Die genannten Projekte sind exploratorischer Natur und können nicht als Hinweis auf eine geplante Ausgabe von wCBDC durch die SNB interpretiert werden.

[WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN
ABSCHLUSSBERICHT UND VIDEO ZU HELVETIA
PHASE II](#)



TEXT

BENJAMIN MÜLLER,
SENIOR ANALYST, SCHWEIZERISCHE NATIONALBANK

OLIVER SIGRIST,
ADVISOR, BIS INNOVATION HUB



Embedded Finance en Vogue

Es gab eine Zeit, da gingen die meisten von uns regelmässig zur Bank. Seit einiger Zeit kommt die Bank mit E- bzw. M-Banking zu uns. Nun steht wieder ein Paradigmenwechsel an: Embedded Finance. Das sind Finanzprodukte, die bankfremde Unternehmen an den Mann oder an die Frau bringen. Diese Nicht-Banken «betten» Finanzdienstleistungen in ihre Verkaufsprozesse ein. Banken braucht es zwar noch, aber sie bleiben weitgehend unsichtbar.

Die Solarisbank in Deutschland ist Vorreiterin solcher Angebote: Sie besitzt eine deutsche Banklizenz und bietet Finanzprodukte für Nicht-Banken an. Samsung ist einer ihrer bekanntesten Kunden: Wer dort ein Smartphone kauft, kann Samsung Pay aktivieren und ein Konto eröffnen. Was die Endkundinnen und Endkunden in der Regel aber nicht wissen: Es ist die Solarisbank, die ihre Konten bei Samsung Pay und alle Prozesse für die Kontoeröffnung und -bewirtschaftung bereitstellt. Mehr als eine Million Menschen nutzen inzwischen das Angebot. Die Bank kooperiert auch mit dem Immobilienunternehmen Engel & Völkers: Unter dem Namen «E&V Smart Money» ermöglicht das Unternehmen den Endkundinnen und Endkunden, mit einem Konto alle

immobilienbezogenen Bankgeschäfte über eine App zu tätigen. Kostenlose Kontoführung und Debitkarte inklusive.

Diesen Januar hat die Metro AG ebenfalls ein Embedded-Finance-Angebot lanciert. Das deutsche Grosshandelsunternehmen, das Lebensmittel und Non-Food-Produkte für insgesamt 2,5 Millionen Hotels, Restaurants und Caterer in Deutschland vertreibt, bietet in Kooperation mit Mastercard auch eine Debitkarte an. 0,5 % Cashback auf alle Einkäufe, flexibles Bezahlen des offenen Saldos innert 60 Tagen («Buy now, pay later») und die Umwandlung von Zahlungen in Ratenkäufe sind die Angebotsmerkmale. Das eigentlich Neue ist: Für die Nutzung der Karte muss die B2B-Kundschaft kein Konto eröffnen. Stattdessen verknüpft sie ein bestehendes Geschäftskonto mit der Karte. Die Metro AG beauftragt die Transaktionen dann direkt bei der Bank – die Zahlungsdiensterichtlinie PSD2 macht das in der EU möglich.

Embedded Finance macht das Leben von Endkundinnen und -kunden weltweit einfacher und schafft Chancen für einen neuen Typ Bank. Die herkömmlichen Banken laufen dagegen Gefahr, ihre direkten Kundenkontakte, die damit verbundenen Informationen und schliesslich die Geschäftsmöglichkeiten zu verlieren.

TEXT

DIETER GOERDTEN,
HEAD PRODUCTS & SOLUTIONS,
BANKING SERVICES, SIX

Globale ISO-2022-Migration in voller Fahrt

Geschätzt mehr als 70 Zahlungsverkehrsmärkte auf der ganzen Welt entwickeln aktuell Migrationsstrategien und -pläne für den Übergang zum ISO-2022-Meldungsstandard. Der Schweizer Finanzplatz hat diesbezüglich eine Vorreiterrolle eingenommen und seinen Zahlungsverkehr schon vor einigen Jahren vollständig auf ISO 2022 umgestellt.

Die globale Einführung von ISO 2022 führt zu einer erheblich verbesserten Endbenutzer- und Kundenerfahrung mit schnellerer Verarbeitung, höheren Straight-Through-Processing-Raten während des gesamten Lebenszyklus der Transaktion, Interoperabilität über verschiedene Märkte und Finanzmarktinfrastrukturen hinweg und folglich zu niedrigeren Kosten. Insbesondere zu nennen sind die effizienteren und effektiveren Prozesse in Bezug auf die Zahlungsabwicklung, die Sanktionsprüfung und den Abgleich in der gesamten Zahlungskette sowohl durch die Banken als auch durch die Endkundinnen und -kunden einschliesslich ihrer Dienstleister.

Die Umstellungszeit über das global bedeutungsvolle SWIFT-Netzwerk er-

streckt sich von November 2022 bis November 2025. In diesen drei Jahren sehen sich insbesondere jene Märkte vor Herausforderungen bezüglich Interoperabilität gestellt, die die aktuellen ISO-2022-Meldungsformate noch nicht übernommen haben.

Bei dieser globalen Umstellung ist eine enge, abgestimmte Zusammenarbeit aller Akteure innerhalb des Zahlungswirtschafts (Banken, ihrer Kundinnen und Kunden und Dienstleister, SWIFT, Marktinfrastrukturen, Industriegruppen und Regierungsbehörden) unerlässlich.

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN SWIFT PAYMENTS MARKET PRACTICE GROUP



TEXT

PETER RUOSS,
PRODUCT OWNER PAYMENT SOFTWARE
PARTNERSHIPS, UBS SWITZERLAND AG

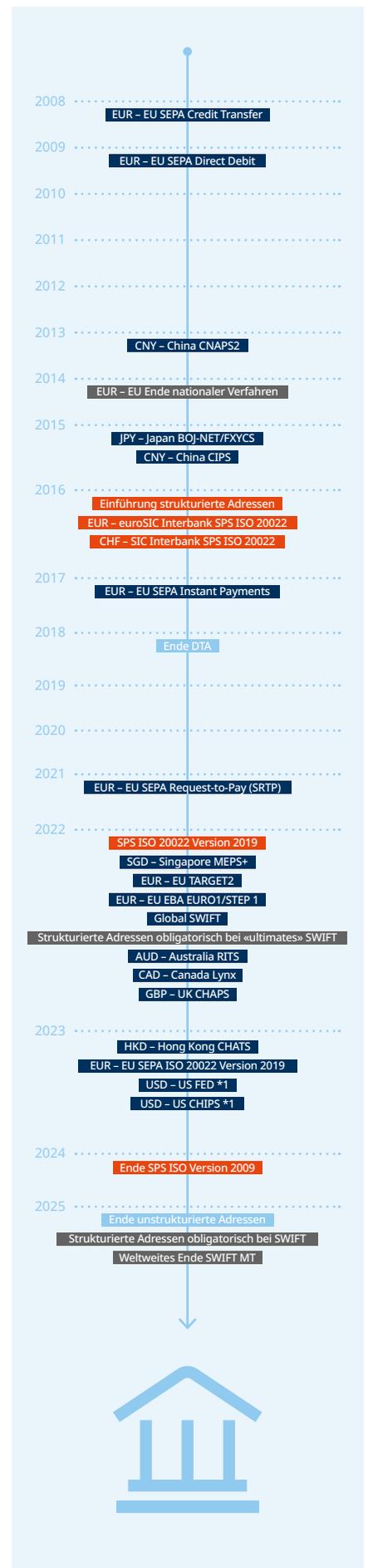
ISO 2022 / marktgetrieben (international)

Regulatorisch/marktgetrieben (international)

ISO 2022 / marktgetrieben (CH)

Regulatorisch/marktgetrieben (CH)

*1 vorläufig geplanter Meilenstein



Länder uneins bei Bitcoin & Co.

In Indien liegt ein Gesetzentwurf vor, wonach Kryptowährungen für Zahlungen im Land nicht zugelassen werden sollen. Ganz anders in El Salvador: Als erstes Land der Welt hat der zentralamerikanische Staat im letzten Herbst Bitcoin als gesetzliches Zahlungsmittel eingeführt.

Weitere Informationen

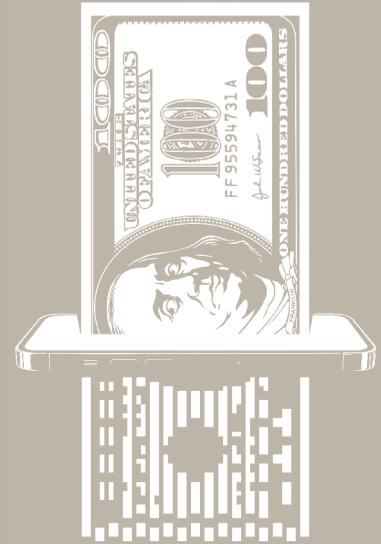
- 🌐 prsindia.org
- 🌐 transparencia.gob.sv



Vom Warengeld zum Metallgeld, von der Münze zum Papier, von der Banknote zum elektronischen Coin: Das Bernische Historische Museum lädt in der Ausstellung «Das entfesselte Geld – die Geschichte einer Erfindung» zu einer emotionalen und berausenden Reise ein. Die diskursorientierte Ausstellung wagt sich an die zentrale Frage: Können wir unserem Geldsystem vertrauen?

Weitere Informationen

- 🌐 www.bhm.ch/geld



FED schiebt digitalen Dollar auf die lange Bank

Die US-amerikanische Zentralbank (FED) hat vor einigen Wochen ihre lang erwartete Studie über einen digitalen Dollar veröffentlicht. Das 40-seitige Papier gibt keine Empfehlungen für ein digitales Zentralbankgeld (CBDC) ab. Stattdessen nennt die FED eingehend die Vor- und Nachteile von CBDC: Auf der einen Seite mehr und schnellere Zahlungsmöglichkeiten, auf der anderen Seite Risiken für die Finanzstabilität sowie den Schutz der Privatsphäre und die Gefahr von Betrug.

Weitere Informationen

- 🌐 federalreserve.gov

Es gibt Leute, die gut zahlen, die schlecht zahlen, Leute, die prompt zahlen,
die nie zahlen, Leute, die schleppend zahlen, die bar zahlen, abzahlen, draufzahlen,
heimzahlen – nur Leute, die gern zahlen, die gibt es nicht.

Georg Christoph Lichtenberg (1742-1799)