



## NACHHALTIGE VERMÖGENSANLAGE

# Wähle M für Money Wie das Telefon den Zugang zu Finanzdienstleistungen in Entwicklungsländern verändert

Können Sie sich vorstellen, all Ihr Geld ständig mit sich herumzutragen, es nachts unter dem Kopfkissen oder in einem Erdloch zu verstecken, um es in Sicherheit zu bringen? Dass die nächste Möglichkeit, Geld zu überweisen, eine Tagesreise entfernt ist? Dass die Kosten um dorthin zu kommen, die Hälfte des abgehobenen Betrags auffressen? Dass Ihr Kind nicht in die Schule gehen kann, weil Ihnen das mühsam hierfür angesparte Geld gestohlen wurde? Ohne formelle Finanzdienstleistungen zu sein, das ist immer noch das Los von Milliarden von Armen auf der Welt von heute. Allein in Afrika sind hunderte Millionen von Familien in dieser instabilen und prekären Situation, ohne formelle Sparmöglichkeit, ohne Kredit, ohne Versicherung. Dies hält sie davon ab, Risiken einzugehen und diese abzusichern, unternehmerisch zu handeln und über die Armutsschwelle hinauszuwachsen.

Mikrofinanzinstitutionen überall auf der Welt haben solche Menschen zu ihren Kunden gemacht und ihnen damit völlig neue Perspektiven gegeben. Sie sind in den letzten 20 Jahren in den meisten Entwicklungsländern entstanden und gewachsen. Auch die BIB finanziert erfolgreich solche Institutionen in zahlreichen Ländern. Refinanzierungskredite der BIB ermöglichen den Mikrofinanzinstitutionen, ihr Geschäft auszuweiten und mehr Kunden zu erreichen.

Trotzdem gibt es noch viel zu tun. Viele Mikrofinanzinstitutionen sind auf den städtischen Raum fokussiert, es leben immer noch viele sehr weit weg von ihrem Angebot. In Afrika etwa lebt die Mehrheit der Menschen im ländlichen Raum. Dort sind sie vielfach unerreichbar –

oder sie zu bedienen ist mit hohen Kosten verbunden. Die Mikrofinanzinstitutionen scheuen sich deshalb, auf diese Menschen zuzugehen. Im ländlichen Raum ist es sehr viel teurer, Kunden zu erreichen. Meistens sind sie dann wesentlich ärmer als in der Stadt und zusätzlichen Risiken, wie etwa Dürre oder Überschwemmung, ausgesetzt. Auch die Mitarbeiter von Banken und Mikrofinanzinstitutionen bleiben manchmal lieber im klimatisierten Büro, als in Staub und Hitze mit Bauern zu arbeiten. Während in den dicht besiedelten Räumen in Südostasien inzwischen Modelle wie die Grameen Bank in Bangla Desh oder BRK in Indonesien zumindest in Gebieten mit dichter Besiedlung im ländlichen Raum den Zugang verbessern, ist Afrika hier weit hinterher. In dem dünn besiedelten Kontinent gibt es meist nur zwischen 10 und 50 Einwohner pro Quadratkilometer. Hier sind die Transaktionskosten hoch und das Angebot an Finanzdienstleistungen ist spärlich gesät. So besitzen etwa in Senegal im ländlichen Raum nur 10% der Erwachsenen ein Konto – und noch viel weniger Kredit.



## Das Telefon als Terminal

Gibt es jetzt neue Möglichkeiten, überall und zu jeder Zeit die notwendigen Finanzdienstleistungen anzubieten? Es scheint so, dass sich jetzt neue Perspektiven eröffnen, und zwar durch die Zusammenarbeit von Finanz- und Telekommunikationssektor. Die ersten Erfahrungen in Afrika und anderswo sind vielversprechend. Unter Begriffen wie Mobile Banking oder Branchless Banking ist ein neuer Ansatz entstanden, der Kosten und Erreichbarkeit von Finanzdienstleistungen neu definiert. Statt nur dort vertreten zu sein, wo die Kundendichte eine Bankfiliale rentabel macht, ist nun das Geschäft teilweise dematerialisiert und auf das Mobiltelefon verlagert. Das Telefon wird zum Terminal für Bankgeschäfte, entweder über SMS oder über eine kleine Java-Anwendung, die von der Bank auf das Telefon des Nutzers aufgeladen wird.

Die Bedeutung dieser Neuerung kann nicht überschätzt werden. Es gibt weltweit mehr als eine Milliarde Menschen in Asien, Afrika und Lateinamerika, die zwar ein Mobiltelefon besitzen, bisher aber kein Bankkonto. Dies ist der Markt für Mobile Banking – neben den Kunden, die zwar schon ein Bankkonto haben, aber durch das Telefon billigeren Zugang und ein diversifizierteres Angebot bekommen können.

Mobile Banking ist heute ein extrem schnell wachsender Sektor und es wird in naher Zukunft wohl keine Mikrofinanzinstitution überleben können, die hier nicht ein leistungsfähiges Angebot macht. Pioniere sind etwa M-Pesa von Safaricom in Kenia, FINO in Indien, Wizzit in Südafrika oder Easy Pesa von Telenor in Pakistan.

Das Angebot umfasst vor allem Basisfinanzdienstleistungen:

- Geldtransfers zwischen Konten, besonders wichtig in Entwicklungsländern für Geldsendungen von im Ausland lebenden Familienangehörigen
- Bezahlung von Rechnungen und Dienstleistungen, etwa Strom und Wasser
- (Noch seltener) Vergabe und Rückzahlung von Kleinstkrediten
- Aus- und Einzahlungen von Bargeld über sogenannte »Cash Points«, die entweder von der Bank selbst oder durch Dritte (Läden, Tankstellen, Postschalter ...) betrieben werden. Hier wird elektronisches Geld gegen Bargeld getauscht und umgekehrt.
- Vertrieb von Versicherungen. So werden etwa Risikolebensversicherungen über das Telefon verkauft.

Die wichtigsten Vorteile für den Kunden sind die Erreichbarkeit, Ersparnis von Transportkosten und Sicherheit, während den (Mikro)finanzinstitutionen die neue Technik erlaubt in Märkte vorzudringen, die vorher nicht rentabel bedienbar waren. Der Schritt zum Mobile Banking ähnelt in mancher Hinsicht der Einführung von Geldautomaten in Deutschland. Ein Gerät (hier das Mobiltelefon) dient dazu, den Kunden zu identifizieren. Hier ist es nicht die Kreditkarte, sondern die SIM-Karte des Telefons, die zusammen mit einem PIN-Code den Zugang zum Konto ermöglicht. Wie beim Geldautomaten gibt der Kunde selbst die Daten in das Informationssystem der Bank ein, das Schalterpersonal wird gespart.

## Neue Technik, neue Risiken

Bei jeder neuen Technik tauchen in einer Anfangsphase Probleme und Risiken auf, auch hier:

- Die als Cash Point fungierenden Dritten haben häufig nicht genügend Bargeld um in Spitzenzeiten die Kunden bedienen zu können. Nicht oder schlecht eingelöste Serviceversprechen schaden dem Image.
- Regulierungsbarrieren: Zentralbanken sehen oft nicht sehr positiv, wenn Banken wichtige Dienstleistungen an Dritte abgeben wollen, die nicht ihrer Aufsicht unterliegen. In manchen Ländern ist dies einfach verboten.
- Kunden in Entwicklungsländern brauchen Zeit, um sich mit der neuen Technik anzufreunden. Dies gilt umso mehr, da viele Analphabeten sind und den Institutionen nur wenig vertrauen. Gerade deshalb sind Anstrengungen sinnvoll, auf die Kunden zuzugehen und sie entsprechend auszubilden, eine gute Hotline einzurichten und ein (beschränktes) Filialnetz, in dem die Kunden Zugang zu ihrer Bank haben, mit dem Mobile Banking zu einem Gesamtsystem zu verbinden.

Für diese Punkte gibt es eine steile Lernkurve, und auch die Sicherheitselemente werden immer weiter verbessert. So setzt sich etwa die biometrische Identifizierung der Kunden durch, über die Prüfung der Stimme, der Iris oder des Fingerabdrucks. Dies hat den Vorteil, dass nur der Kontoinhaber und nicht etwa eine andere Person Kontenbewegungen auslösen kann.

## Ein Massenmarkt in der Zukunft

Nach und nach schälen sich die tragfähigsten Methoden heraus und gleichzeitig verändert sich die Industrie: So nutzen immer mehr Telefongesellschaften Mobile Banking als zusätzliches Angebot, das im Wettkampf mit Konkurrenten einen komparativen Vorteil verschafft, aber gleichzeitig alle Nutzer der Konkurrenzgesellschaften ausschließt. Die Gestehungskosten eines Finanzgeschäfts über Telefon sind heute nur noch 10% derer einer klassischen Kontenbewegung, zu der der Kunde in die Filiale kommt. Wenn Mobile Banking das Beste von zwei Welten, der Welt der Banken und der Welt der Telefongesellschaften vereint und dabei die Kunden im Fokus hat, können daraus Win-Win-Situationen zugunsten aller drei entstehen und der Sektor kann rasch wachsen. Im menschenarmen Kontinent Afrika allein gibt es 200 Millionen Familien, die zwar mindestens ein Mobiltelefon besitzen, aber noch kein Bankkonto – ein Massenmarkt. ■

**Dr. Konrad Ellsäßer ist der Leiter der FIDES AG, einer Institution in der Schweiz, die vor allem in Afrika und Osteuropa Mikrofinanzinstitutionen aufbaut. Er ist ebenfalls der Präsident von Swiss Microfinance Holding (SMH), eines sozialen Investors der in armutsorientierte Mikrofinanzinstitutionen investiert.**