

NACHHALTIGE VERMÖGENSANLAGE

MIKROFINANZIERUNG: DIGITAL FINANCE – PREISWERT UND KUNDENFREUNDLICH

VON ADAM BÖHM

Direkter Kundenkontakt gehört zu den Stärken klassischer Banken. Ein dichtes Filialnetz und das persönliche Gespräch waren traditionell Ausdruck für hohe Kundenorientierung. In dieser Hinsicht stehen Kreditinstitute jedoch im Zuge der Digitalisierung unter Druck. Für ärmere Bevölkerungsgruppen in infrastrukturschwachen Schwellen- und Entwicklungsländern galt diese Regel noch nie.

Ausgedehnte ländliche Räume, wie sie für Schwellen- und Entwicklungsländer typisch sind, setzen für den persönlichen Kontakt sowohl beim Kunden als auch beim Bankmitarbeiter eine hohe Reisebereitschaft voraus. Der Umgang mit Bargeld und papiergestützte Prozesse machen es umso schwerer, Kunden in abgelegenen Regionen zu bedienen. Auf arme Menschen mit kleinen Kreditsummen lassen sich die dadurch entstehenden Kosten nicht ohne Weiteres umlegen. Damit Mikrofinanz als Geschäftsmodell tragfähig ist und Kleinstkredite für den Kunden erschwinglich sind, müssen Mikrofinanzinstitutionen die Kostenseite besonders beachten. Denn umso geringer das Kreditvolumen, desto höher der Anteil der Kosten, die über die Zinsen an den Kunden weitergegeben werden. Das heißt: Arme Menschen, die sehr kleine Kredite benötigen, zahlen sehr viel höhere Zinsen als reiche Menschen mit höheren Krediten. Infolgedessen haben arme Bevölkerungsgruppen häufig keinen Zugang zum Finanzsystem – und dies hemmt ihre wirtschaftlichen und damit auch persönlichen Entwicklungschancen.

Hochleistungsrechner für die Hosentasche

Digitalisierung bezeichnet verkürzt ausgedrückt die elektronische Speicherung von Daten, die sich dadurch besonders einfach verarbeiten lassen. Digitalisierung kann die Kosten von Finanzdienstleistungen in Schwellen- und Entwicklungsländern senken. Dadurch freiwerdende Mittel lassen sich wiederum einsetzen, um mehr Menschen Zugang zu Finanzdienstleistungen zu ermöglichen. Aus wirtschaftlichen und sozialen Gründen sind Mikrofinanzinstitutionen deshalb nicht selten sogar Vorreiter bei der Digitalisierung des

Finanzsektors. Digital Finance ist das Stichwort, mit dem die Finanzbranche Vertriebswege und Produkte benennt, die auf die modernen Kommunikationsmittel aufbauen. Für viele Kunden beginnt die Digitalisierung ihrer Bankgeschäfte mit bargeldlosem Bezahlen. In Schwellen- und Entwicklungsländern spielt dabei das Smartphone als Hochleistungsrechner in der Hosentasche eine besonders große Rolle, da sie ohnehin weniger als in westlichen Industriestaaten auf ein dichtes Filialnetz und Bankautomaten zurückgreifen können. Digitalisierung kann eine Brücke in die ländlichen Regionen außerhalb der Großstädte schlagen. Wird aus bargeldlosem Bezahlen ein digitales Konto, können Geldeingänge stattfinden: beispielsweise vom Arbeitgeber, den Kindern im Ausland oder staatlichen Einrichtungen. Menschen, die vorher keinen Zugang zu Finanzdienstleistungen hatten, ermöglicht die Technik eine unkomplizierte, kostengünstige und sichere Steuerung ihrer Geldflüsse.

Geschäftspotenziale und neue Formen der Bonitätsprüfung

Schwellen- und Entwicklungsländer sind in dieser Hinsicht erstaunlich weit entwickelt. Während sich Kunden in Industriestaaten zunächst von gewohnten Technologien und Verhaltensweisen trennen müssen, haben weniger entwickelte Länder analoge Technik wie Festnetztelefon und Fax übersprungen. 2014 nutzten nach Daten der Weltbank 80 Prozent der Einwohner von Schwellen- und Entwicklungsländern ein Handy. Für 2020 gehen Schätzungen von deutlich über 90 Prozent aus. Daraus ergibt sich ein enormes Potenzial, zuvor vom Finanzsystem vernachlässigten Bevölkerungsgruppen Zugang zu Finanzdienstleistungen zu ermöglichen.

Mangelnde Kredithistorie und unzureichende Dokumentation von persönlichen und wirtschaftlichen Verhältnissen erschweren die Kreditvergabe an ärmere Kunden. In entwickelten Ländern mit formalisierten Märkten existieren häufig zentralisierte Kreditauskunfteien, die Informationen zur Kundenbonität zur Verfügung stellen. Auch müssen Unternehmen schon von Rechts wegen ihre wirtschaftliche Lage plausibel dokumentieren. In Schwellen- und Entwicklungsländern mit großem informellen Wirtschaftssektor



EINE KREDITSACHBEARBEITERIN (LOAN OFFICER) DER MIKROFINANZINSTITUTION FACES IN ECUADOR NIMMT MIT IHREM HANDY UNTER ANDEREM GPS-DATEN UND EIN FOTO DES KUNDEN AUF UND FÜGT SIE DER ELEKTRONISCHEN KUNDENAKTE BEI.

stehen diese Daten hingegen nicht in verlässlicher Form zur Verfügung. Sie selbst zu produzieren ist für den Finanzdienstleister aufwendig und kostenintensiv. Arme Menschen mit geringfügiger Wirtschaftstätigkeit sind davon besonders betroffen. Bei der Nutzung von digitalen Finanzprodukten werden jedoch Daten gespeichert, die von dem Finanzinstitut kostengünstig zur Bonitätsprüfung herangezogen werden können. Mehr Datenverarbeitungskapazitäten ermöglichen darüber hinaus, »digitale Fußabdrücke« zu analysieren, die jeder mit seinem Online-Verhalten hinterlässt. Denn was der Kunde kauft, welche Produkte er sich im Netz anschaut oder welche Begriffe er in der Suchmaschine eingibt, erlaubt Rückschlüsse auf seine Kaufkraft, Wünsche und Präferenzen. Digitalisierung ermöglicht somit auch ärmeren Menschen, ihre Kreditwürdigkeit glaubhaft zu belegen.

Privatsphäre schützen

Wichtig dabei: Wo Daten gesammelt und verarbeitet werden, sind Persönlichkeitsrechte und Privatsphäre zu schützen. Die Digitalisierung stellt die Institutionen und den Gesetzgeber vor neue Herausforderungen. Auch die Mikrofinanzinstitutionen werden dahin gehend geprüft: beispielsweise durch die smart campaign, einer Initiative zum Kundenschutz. Die meisten Partner der KCD Mikrofinanzfonds unterstützen die Initiative. ■



JORDANIEN GEHT BEI DER EINFÜHRUNG VON BARGELDLOSEM BEZAHLEN VORAN. IM BILD LINKS NUTZEN KUNDEN VON FINCA JORDANIEN DAS MOBILE ANGEBOT.

Beispiel Jordanien: Mit Regulierung und digitaler Infrastruktur zum Erfolg

Jordanien richtete im Rahmen seiner Strategie für einen besseren Zugang zu Finanzdienstleistungen eine Abteilung für die Entwicklung von mobilen Finanzdienstleistungen bei der Zentralbank ein. Diese war 2014 unter anderem dafür verantwortlich, eine Bezahlplattform einzuführen. Die Plattform vernetzt auf der einen Seite Behörden, Telekommunikations-, Transport- und Versorgungsunternehmen, sowie Bildungseinrichtungen mit Banken und Zahlungsdienstleistern auf der anderen Seite. Bankkunden können online oder über eine Handy-App Rechnungen bezahlen sowie Zahlungen auf Bankkonten oder Prepaid-Karten erhalten. Obwohl sich Jordanien durch einen stabilen und profitablen Finanzsektor auszeichnet, haben nur etwa 25 Prozent der Erwachsenen ein Bankkonto. Eine Kreditkarte für bargeldloses Bezahlen nutzen nur 6,4 Prozent. Die innovative digitale Infrastruktur bietet FINCA Jordanien, seit 2017 Kunde der KCD Mikrofinanzfonds, die Chance digitale Angebote zu entwickeln und die Reichweite von Finanzdienstleistungen zu erweitern.

