



Erfolgsstory eines Kunden **fincite**

Wie fincite Morningstar-Daten nutzt, um das Private Banking-Erlebnis zu digitalisieren

„Erstklassige Daten sind das Fundament unserer Arbeit. Mit ihrer Hilfe überwachen Kunden die Performance, setzen Benchmarks und erkennen frühzeitig potenzielle Risiken. Genau deshalb ist Morningstar unser bevorzugter Datenpartner.“

Paul Kammerer

Chief Commercial Officer

Kunde

fincite

Produkt von Interesse

Morningstar Licensed Data

Anwendungsfälle

Performance-Messung & -Reporting

Kunden-Onboarding

Datenintegration

Branche

FinTech

fincite, der in Deutschland ansässige Entwickler von Wealthtech-Software, hat ein einfaches Ethos - Vermögensverwaltung vereinfachen. Wie erreichen sie das? Sie helfen Banken und Vermögensverwaltern, das Kundenerlebnis zu digitalisieren und zu optimieren.

In nur wenigen Jahren erreichte fincite schnell eine globale Präsenz. Ausgehend von seinem Heimatland Deutschland, wo das Unternehmen bereits ein wichtiger Akteur ist und mit dem Fintech Germany Award 2024 ausgezeichnet wurde, betreut fincite heute Kunden in aller Welt: in den USA und der Schweiz ebenso wie in Dänemark und den Niederlanden, um nur einige zu nennen.

Eine der treibenden Kräfte hinter der Software von fincite? Die hochwertigen Marktdaten von Morningstar.

Die Nachfrage nach Marktdaten

Als CCO bei fincite beobachtet Paul Kammerer, dass in den letzten Jahren die Zahl der Kunden stark gestiegen ist, die bessere Daten und Technologien benötigen.

„Technologie, Daten und Anlegerpräferenzen haben sich weiterentwickelt“, sagt Kammerer. „Also müssen sich auch die Banken und Vermögensverwalter weiterentwickeln. Sehen Sie sich den Beratungsprozess im Wealth Management an. Das traditionelle Modell ist die diskretionäre Portfolioverwaltung. Die Anbieter nehmen das Geld, überprüfen Risikobereitschaft und Präferenzen des Kunden und verwalten den gesamten Prozess.“

Wir beobachten jedoch, dass immer mehr Kunden aktiv mitwirken und entscheiden wollen, welche Fonds, Anleihen oder Aktien in ihr Portfolio kommen. Sie erwarten zwar noch immer, dass die Bank sie berät, aber es gehört mehr dazu. Die Banken selbst benötigen mehr Daten, um ihren Kunden bei der Zusammenstellung eines Portfolios zu helfen: aktuelle Marktdaten, Risikokennzahlen, Nachhaltigkeitsbewertungen und so weiter.

Aber die Banken brauchen auch die technologische Infrastruktur, um eine optimierte, benutzerfreundliche Erfahrung zu schaffen. Hier kommt fincite ins Spiel. Unsere Software, die auf Morningstar-Daten basiert, ermöglicht es Unternehmen, die Kundenerfahrung und den Lebenszyklus zu digitalisieren. Das kann das Onboarding sein oder die Berichterstattung für den Kundenbetreuer und den Endkunden.“

Die Performance liefert den Beweis

Kunden haben Zugang zu mehr Daten als je zuvor, eine wichtige Kennzahl blieb aber gleich – die Performance.

„Performance-Ergebnisse stehen bei unseren Kunden ganz oben auf der Liste“, so Kammerer. „Sie müssen wissen, wie sich ihr Portfolio entwickelt, wo sie investiert sind, welche Aktien in welchen Fonds enthalten sind und so weiter. Unsere Software nutzt die Datenfeeds von Morningstar, verarbeitet sie und stellt unter Verwendung der ISIN alle Informationen in unserer benutzerfreundlichen Software dar.“

„Die Daten von Morningstar treiben unsere Wealthtech-Software. Echtzeit-Marktdaten und vollständige Bestände, Risikopositionen und Nachhaltigkeitskennzahlen bieten unseren Kunden einen Blick aufs große Ganze.“

Obwohl sich die Branche weiterentwickelt hat, kämpfen einige Banken und Wealth Manager immer noch mit veralteter Technologie. Das ist ein großes Problem. Die Kunden verlangen intuitive, benutzerfreundliche digitale Erlebnisse. Sie wollen sich in ihre Konten einloggen und sehen, wie sich ihre Portfolios entwickeln. Das ist für sie nicht verhandelbar. Sie suchen aktiv nach Firmen mit erstklassigen digitalen Angeboten.

Für Banken und Vermögensverwalter ist es wirtschaftlich sinnvoll, ihre Technologie und ihr Angebot nicht nur auf den neuesten Stand zu bringen, sondern auch zu versuchen, sie wettbewerbsfähig zu machen. Das ist ein echter USP mit greifbaren Vorteilen. Digitalisierte Unternehmen haben einen straffen und effizienten Beratungsprozess und stärken so Kundenbeziehungen. Intern profitieren sie von einer höheren Produktivität, da sie sich von Tabellenkalkulationen und PowerPoint-Dokumenten verabschieden und zu maßgeschneiderten, fortschrittlichen Technologien übergehen.

Nachhaltige Lösungen

Die Präferenzen der Anleger haben sich dramatisch verändert, insbesondere wenn es um Nachhaltigkeit geht.

„In den letzten Jahren hat sich ein neuer Kundentypus herausgebildet“, stellt Kammerer fest. „Sie machen sich Gedanken über ESG, Nachhaltigkeit und Impact Investing. Sie sind zwar meist jünger, aber wir beobachten, dass Kunden jeden Alters in ihren Portfolios auf Nachhaltigkeit achten. Unternehmen müssen nicht nur ihre Technologie weiterentwickeln, um eine jüngere Zielgruppe anzusprechen, sondern auch ihre Denkweise in Bezug auf ESG weiterentwickeln. Das ist unerlässlich, um regulatorische Anforderungen wie MiFID II zu erfüllen.“

Unsere Software ist so konzipiert, dass Nachhaltigkeitsaspekte auf Fondsebene einfach dargestellt werden können. Alle dazu erforderlichen Daten stammen von Morningstar.“

Wenn es um ESG-Lösungen geht, weiß fincite, wovon es spricht. 2024 wurde das Unternehmen in die ESGFinTech100 aufgenommen, eine jährliche Liste der innovativsten ESG-Unternehmen der Welt. Ausgewählt von einem Gremium aus Branchenexperten und Analysten, ist 2024 das dritte Jahr in Folge, in dem fincite für seine Arbeit ausgezeichnet wurde.

Der nächste Schritt

fincite baut seine globale Präsenz weiter aus. Das Unternehmen hat noch viel vor, aber einige wichtige Ziele stehen im Vordergrund.

„Wir sind in Deutschland bekannt“, sagt Kammerer. „Unsere Kunden kommen aus verschiedenen Ländern, und viele von ihnen sind selbst internationale Organisationen. Besonders angetan sind wir aber vom Schweizer Markt.“

Die Schweiz ist ein etablierter Standort für Private Banking- und Wealth Management-Unternehmen. Einige von ihnen sind schon seit Jahrzehnten tätig, es gibt also große Akteure. Doch trotz des guten Rufs des Landes sind viele Unternehmen noch nicht so weit, wie sie sein müssten, vor allem in einer Zeit, in der sie ihre Kosten senken, neue Kunden gewinnen und ihre Prozesse rationalisieren müssen.

Wir glauben, dass wir unser Fachwissen in diesen Markt einbringen können. Es gibt echte Wachstumschancen, und wir freuen uns auf die Zukunft. Je mehr Märkte und Kunden wir bedienen, desto mehr Daten werden wir benötigen, und daher wird Morningstar eine entscheidende Rolle bei unserer Expansion spielen.“

Erfolgsstory eines Kunden **fincite**

Schauen Sie sich selbst die Daten von Morningstar an

Sprechen Sie mit einem Spezialisten über das Wachstum Ihres Unternehmens mit Hilfe von Morningstars Licensed Data.

Um mehr über **fincite** zu erfahren, besuchen Sie www.fincite.de

Paul Kammerer hat von Morningstar weder direkt noch indirekt eine Vergütung in Form von Geld oder Sachleistungen für diese Kundenerfolgsgeschichte erhalten.