

Expertenkommentar

Tokenisierung, Stablecoins und digitaler Euro: Was Banken und Broker jetzt entscheiden müssen

Tokenisierung, Stablecoins, Krypto und der digitale Euro verändern die Grundlagen des Retail-Investmentgeschäfts. Was häufig als Technologieentwicklung diskutiert wird, berührt in Wahrheit zentrale Ertragsquellen von Banken und Brokern – von Zugang und Abwicklung über Verwahrung bis hin zur Kundenschnittstelle. Max Biesenbach, Leonie Kriett und Jakob Dipoli Wieser von der globalen Strategieberatung Simon-Kucher ordnen ein, warum die eigentliche Herausforderung nicht in einzelnen Technologien liegt, sondern in der Frage, welche Rolle Institute künftig in einer zunehmend digitalen Wertschöpfungskette einnehmen werden.

Köln, 30. Juni 2026 – Für Retailbanken und Broker sind Tokenisierung, Krypto, Stablecoins und der digitale Euro längst kein reines Innovationsthema mehr. Sie greifen an, worauf das Investmentgeschäft über Jahrzehnte beruhte: Zugang zum Kapitalmarkt, Transaktionsabwicklung, Verwahrung, Zahlungsverkehr und die direkte Beziehung zum Kunden. Die zentrale Frage lautet daher nicht, ob Institute digitale Assets anbieten sollten. Sie lautet vielmehr: Wofür bezahlt der Kunde künftig noch, wenn Zugang, Handel und Abwicklung einfacher, günstiger und stärker automatisiert werden?

Der Kapitalmarkt wird modularer

Die Diskussion über Tokenisierung wird häufig auf neue Anlageformen oder digitale Wertpapiere reduziert. Strategisch betrachtet geht es jedoch um deutlich mehr. Tokenisierung ermöglicht es, Vermögenswerte digital abzubilden und Teile der heutigen Wertschöpfungskette effizienter zu gestalten. Aktienhandel, Verwahrung und Abwicklung können näher zusammenrücken, Prozesse automatisiert und Marktzugänge erweitert werden.

Besonders relevant ist die zunehmende Fraktionalisierung von Vermögenswerten. Dadurch werden bislang schwer zugängliche Anlageklassen potenziell einem breiteren Anlegerkreis zugänglich. Mit der breiteren Verfügbarkeit von Produkten verliert jedoch der reine Zugang zunehmend an Differenzierungskraft. Maßgeblich wird nicht sein, wer die meisten tokenisierten Assets anbietet, sondern wer sie sinnvoll in das Kundenerlebnis integriert. Beratung, Reporting, Steuerlogik, Liquidität und Verwahrung werden damit zu wichtigen Bestandteilen des Wertversprechens. Der Zugang allein wird zunehmend zur Commodity.

Regulierung schafft Markt – und Wettbewerb

Für Krypto-Assets markiert die Regulierung einen Wendepunkt. Mit der Markets in Crypto-Assets Regulation (MiCAR) verfügt Europa inzwischen über einen weitgehend einheitlichen regulatorischen Rahmen. Neue Anbieter können grenzüberschreitend leichter skalieren, etablierte Institute müssen ihre Produkt-, Preis- und Risikomodelle professioneller aufsetzen.

Für Banken und Broker wird Krypto deshalb selten zur alleinigen Ertragsquelle. Wesentlich relevanter ist die Funktion als Instrument zur Kundengewinnung und -bindung. Insbesondere jüngere Anleger

erwarten zunehmend, dass digitale Assets selbstverständlich Teil eines modernen Investmentangebots sind.

Krypto zu ignorieren, schützt daher keine Marge. Es erhöht vielmehr das Risiko, den Zugang zur nächsten Anlegergeneration an Plattformen zu verlieren, die Wertpapierhandel, Zahlungsverkehr und digitale Assets in einem integrierten Nutzererlebnis verbinden.

Stablecoins: Der Angriff auf Zahlungsverkehr und Settlement

Noch weitreichender könnten die Auswirkungen von Stablecoins – wie Asset-Referenced Tokens (ARTs) oder E-Money Tokens (EMTs) unter MiCAR – sein. Strategisch betrachtet, sind sie weniger ein Investmentprodukt als eine neue Form digitaler Zahlungs- und Abwicklungsinfrastruktur.

Für Banken ist das besonders heikel. Zahlungsverkehr und Kontobeziehung waren über Jahrzehnte zentrale Anker der Kundenbeziehung. Entstehen künftig digitale Zahlungs- und Abwicklungsstrukturen außerhalb klassischer Bankinfrastrukturen, verlagern sich mit den Transaktionen zugleich Daten, Nutzungssignale und potenzielle Anknüpfungspunkte zum Cross-Sell von weiteren Finanzdienstleistungen.

Für Broker werden Stablecoins somit weniger zur Produktfrage als zur Infrastrukturentscheidung. Wer den Handel mit tokenisierten Assets ermöglicht, muss auch definieren, wie Cash-Leg, Verwahrung, Risiko, Reporting und Abwicklung zusammenspielen. Daraus ergeben sich drei strategische Optionen: Stablecoins nur verwahren, sie in die Broker-Infrastruktur integrieren oder über Partnerschaften selbst Teil der Ausgabe- und Abwicklungsschicht werden.

Digitaler Euro: Nicht Krypto, aber strategisch relevant

Anders als Stablecoins ist der digitale Euro keine private Initiative, sondern eine mögliche Erweiterung des bestehenden Geldsystems. Seine strategische Bedeutung liegt jedoch ebenfalls weniger in der Technologie als in der künftigen Architektur des Finanzökosystems.

Im Zentrum steht die Frage, wer die Beziehung zum Kunden organisiert und Zahlungsverkehr, Wallets, Vermögensverwaltung und Beratung zu einem integrierten Kundenerlebnis verbindet. Wenn Banken diese Position aktiv gestalten, kann der digitale Euro bestehende Kundenbeziehungen stärken. Wenn nicht, droht eine weitere Verlagerung ökonomischer Bedeutung in andere Teile des Ökosystems.

Das Geschäftsmodell steht zur Debatte

Der gemeinsame Nenner von Tokenisierung, Krypto, Stablecoins und digitalem Euro ist nicht Technologie. Es ist die Verschiebung ökonomischer Funktionen entlang der Wertschöpfungskette. Über Jahrzehnte konnten Banken und Broker Zugang, Transaktionen, Verwahrung, Zahlungsverkehr und Produktvertrieb monetarisieren. Genau diese Ertragsquellen geraten nun gleichzeitig unter Druck – durch technologische Entwicklungen, regulatorische Veränderungen, sinkende Preistoleranz und neue Marktteilnehmer. Die nächste Wettbewerbsphase wird deshalb nicht über die Frage entschieden, wer die meisten Produkte anbietet. Sie wird darüber entschieden, welche Rolle ein Institut künftig in der neuen Wertschöpfungskette einnimmt. Institute müssen festlegen, wo sie künftig Wert schaffen und welche Ertragsquelle sie verteidigen oder neu aufbauen und welchen Beitrag sie leisten wollen.

Drei strategische Geschäftsmodelle erscheinen dabei besonders relevant: Utility-Anbieter erzielen ihre Erträge primär über Transaktionsvolumina, Abwicklung, Verwahrung und die effiziente Skalierung standardisierter Prozesse. Vermögensbegleiter monetarisieren hingegen die laufende Kundenbeziehung – etwa über Beratungs-, Service- und Abo-Modelle sowie ergänzende Premiumleistungen. Infrastruktur- und Plattformanbieter schaffen Wert vor allem über die Bereitstellung regulierter Infrastruktur und verdienen an Verwahr-, Plattform-, Nutzungs- oder Transaktionsentgelten von Partnern und anderen Marktteilnehmern.

Viele Institute werden versuchen, mehrere dieser Modelle gleichzeitig zu verfolgen. Genau darin liegt jedoch ein erhebliches Risiko. Wer keine klare Positionierung entwickelt, läuft Gefahr, zwischen den Modellen gefangen zu bleiben: zu teuer für den Utility-Wettbewerb, zu wenig relevant für den Beratungsansatz und zu langsam für die Infrastrukturperspektive.

Simon-Kucher Expertenmeinung

Tokenisierung, Krypto, Stablecoins und der digitale Euro werden häufig als voneinander getrennte Entwicklungen betrachtet. Tatsächlich markieren sie gemeinsam den Übergang zu einer neuen Finanzinfrastruktur. Die Gewinner werden nicht zwangsläufig die ersten Anbieter neuer Technologien sein. Ausschlaggebend wird vielmehr sein, wem es gelingt, digitale Assets in ein belastbares Geschäftsmodell zu übersetzen und daraus nachhaltige Erträge zu entwickeln.

Der Wettbewerb bleibt dabei überraschend vertraut. Auch künftig geht es um Vertrauen, Relevanz und die Nähe zum Kunden. Neu ist jedoch, dass diese Stärken allein nicht mehr ausreichen. Sie müssen in einer zunehmend digitalen Finanzarchitektur in tragfähige Ertragsmodelle übersetzt werden. Wer digitale Assets nur als weitere Produktkategorie behandelt, bleibt austauschbar. Wer sie nutzt, um seine Rolle in der Wertschöpfungskette neu zu definieren, kann sich strategisch differenzieren.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit mehr als 2.200 Mitarbeitenden in über 30 Ländern. Als verlässlicher Partner für Commercial Excellence unterstützen wir Unternehmen dabei, nachhaltiges und profitables Wachstum zu realisieren. Wir verbinden tiefgehende Beratungsexpertise mit Spezialisierung auf Wachstumsstrategien und technologischer Kompetenz, um messbare Ergebnisse zu erzielen. Wir optimieren sämtliche Hebel der kommerziellen Strategie – von Produkt, Pricing und Innovation bis hin zu Marketing und Vertrieb – konsequent ausgerichtet am Kundennutzen und der Zahlungsbereitschaft. Mit über 40 Jahren Erfahrung in der Monetarisierung gelten wir als weltweit führende Beratung für Commercial Growth und Pricing.

simon-kucher.com

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Roxana Müller (Communications & Marketing Manager)
Tel.: +49 160 92180752
Email: roxana.mueller@simon-kucher.com