



Deutschland
EUR 6,00

NR. 9 · SEPTEMBER 2021
39. JAHRGANG
ÖSTERREICH EUR 6,70
www.cash-online.de

Cash.

VERSICHERUNGEN, FONDS, SACHWERTE

*Multi-Asset-Fonds
Mit wenig Risiko ein Vermögen aufbauen*



APELLA AG EXKLUSIV ERWACHT HIER EIN POOL-RIESE?

Warum man mit dem
unabhängigen
Vollsortimenter
spätestens jetzt
rechnen muss.

Das erste Exklusiv-
Interview mit dem Apella-
Gründer und -CEO
Guntram Schloß.

HITLISTE DER MAKLERPOOLS Die Auf- und Absteiger · **DIGITALISIERUNG** Wo Versicherer noch
Potenziale nutzen sollten · **FRAUEN UND FINANZEN** Was alles besser werden muss ·
DIGITAL WEEK Alle Webinare im Überblick · **SCHIFFSFONDS** Das Segment steht vor einem Comeback ·
DATENSCHUTZ Was Finanzberater (wirklich) brauchen

Wenn die Firewall einen im Stich lässt, hilft unser CyberSchutz.

Weitere
Informationen und
der Online-Tarifrechner
sind hier:
maklerweb.de

Das Herz eines Unternehmens sind dessen Daten. Ein Verlust oder Missbrauch kann schnell die Existenz des Unternehmens gefährden. Unser Firmen Cyber Schutz schützt umfassend vor den finanziellen Folgen von Datenverlusten und Cyberattacken.



UNSER Einfamilien- hauskonzept



DER NACHHALTIGE VERSICHERUNGS- SCHUTZ

- Energieberatungszuschuss
- Klimafreundliche CO₂-Kompensation
- Nachhaltiger Schadensersatz

Informieren Sie sich jetzt!

www.vertrieb.domcura.de
vertrieb@domcura.de

 **DOMCURA**
GENIAL. EINFACH. SICHER.



Wachstum!

Eigentlich heißt es im Journalismus „Only bad news are good news“ und meint, dass sich nur schlechte Nachrichten gut an die Frau oder den Mann bringen lassen. Hier und heute wollen wir von dieser Regel aber ausdrücklich abweichen. Denn es geht um die Finanzbranche und die hat es gerade in Corona-Zeiten nicht gerade leicht.

Umso mehr freut es mich, dass aus dem Segment der Maklerpools sehr positive Nachrichten kommen. Kollege Kim Brodtmann hat für diese Ausgabe im Rahmen unserer alljährlich publizierten „Hitliste der Maklerpools“ die Umsätze und Provisionserlöse von 21 Branchenteilnehmern zusammengetragen. Im Ergebnis ging es für 19 Maklerpools selbst im Corona-Jahr zum Teil deutlich nach oben. Branchenprimus Fonds Finanz konnte mehr als acht Prozent zulegen. Die Plätze 2 und 3 eroberten sich in diesem Jahr Fondsnest und die Hamburger Netfonds, beide mit einem deutlich zweistelligen Zuwachs.

Fonds Finanz Chef Norbert Porazik führt die guten Ergebnisse in 2020 vor allem auf das gestiegene Sicherheitsbedürfnis in der Bevölkerung zurück, das in vermehrten Beratungs- und Vermittlungsleistungen seinen Niederschlag gefunden habe. Und hieran hat wohl auch die Digitalisierung, welche die Beratung nachweislich effizienter und schneller macht, einen maßgeblichen Anteil. Überhaupt scheint das Thema Infrastruktur und Technologie gegenwärtig einen wachsenden Stellenwert zu bekommen. Das Credo von Blau Direkt Vorstand Oliver Lang: „Wir sind jung, wild und digital, nicht ‚alt und analog‘ wie der Wettbewerb.“

Apropos Wettbewerb: Auch im Osten tut sich einiges in Sachen Finanzdienstleistung. Darauf lassen zumindest die Aussagen von Guntram Schloß deuten. Uns ist es gelungen, exklusiv und erstmals überhaupt ein Gespräch mit dem Vorstandsvorsitzenden der Apella AG, die er vor knapp 30 Jahren in Neubrandenburg, im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern, gegründet hatte, zu führen. Auf einem Rundgang durch seine Heimatstadt offenbart Schloß, warum er sich als Finanzdienstleistungs-Pionier im Osten Deutschlands sieht und warum insbesondere der Firmenstandort Neubrandenburg für ihn ein Wettbewerbsvorteil ist (siehe Seite 68).



Mehr zu Apella



Frank O. Milewski, Chefredakteur
milewski@cash-online.de

INHALT



68 TITEL Apella AG Exklusiv Guntram Schloß (links) während einer Apella-Veranstaltung als Gleicher unter Gleichen.

6 STANDPUNKTE Kolumnen und Kommentare von Robert Halver, Baader Bank; Thomas Meyer zu Drewer, Lyxor Asset Management; Marcus Renziehausen, The Engineers of Finance; Janina Bartkewitz, Union Investment

VERSICHERUNGEN

- 12 DIGITAL WEEK 2021** 15 Webcasts für mehr Kunden und Umsatz vom 6. bis 10. September
- 16 NEWS**
- 18 ESG-NEWS**
- 20 DIGITALISIERUNG** Wie werden Vermittler in die Digitalstrategien der Versicherer eingebunden?
- 26 INTERVIEW** Martin Gräfer, Chef der Bayerischen, über die Corona-Pandemie und die Zukunft der Altersvorsorge
- 30 CYBERPOLICEN** Die Entwicklung der Schadenszahlen in der Pandemie belegt, wie wichtig eine Absicherung gegen Hackerangriffe für den Mittelstand ist
- 32 KFZ-POLICEN** Die Automobilindustrie erlebt tiefgreifende Veränderungen. Das hat Folgen für das Geschäftsmodell Kfz-Versicherung
- 34 BKV** Warum sich infolge der Pandemie die Nachfrage weiter erhöhen dürfte

36 ANLAGEFOKUS Warum Immobilieninvestments für die Versicherer langfristig eine sichere Bank sind

INVESTMENTFONDS

- 38 NEWS**
- 40 ESG-NEWS**
- 42 MULTI ASSET** Mischfonds gelten als Allzweckwaffe, doch die Portfoliomanager stehen vor zunehmenden Herausforderungen. Welche Fonds im aktuellen Umfeld Chancen bieten
- 48 NORDEA** Interview mit Juliana Hansveden, Portfoliomanagerin der Nordea Emerging Stars Equity Strategy, und Harry Granqvist, Senior-ESG-Analyst
- 52 THEMENFONDS** Mithilfe von Themeninvestments können Investoren gezielt in den strukturellen Wandel investieren. Doch es lauern auch Fallen, die Investoren unbedingt erkennen und vermeiden sollten
- 54 ESG** Derzeit kommen verschiedene ESG-Aktienfonds auf den Markt, die eine Integration der Anlegerpräferenzen in die Allokation des Fonds erlauben. Wie sinnvoll ist dieses Konzept?
- 56 FRAUEN IN DER ARBEITSWELT** Warum es noch viel zu tun gibt – gerade in der Finanzbranche

FINANZBERATER

60 NEWS

- 64 HITLISTE** 90 Prozent der von Cash. befragten Maklerpools konnten ihre Provisionserlöse im Jahr 2020 steigern. Wie bei den Finanzvertrieben hat sich aber auch bei vielen Pools das Wachstum verlangsamt
- 68 APELLA** Exklusiv-Gespräch mit Guntram Schloß, dem Gründer des Maklerpools aus Neubrandenburg
- 74 INTERVIEW** Charta-Vorstand Dietmar Diegel und Smart-Insurtech-Vorstand Bernd Jakobs über die Kooperation der beiden Unternehmen
- 76 COLLECTIVE LEADERSHIP** Auf welchen zwei Ebenen die Souveränität von Führungspersönlichkeiten eine Rolle spielt

SACHWERTANLAGEN/IMMOBILIEN

80 NEWS

82 ESG-NEWS

- 84 NEUER ANLAUF?** Nach jahrelanger Krise und der riesigen Pleitewelle von Schiffsfonds gilt die Branche für Privatanleger als auf ewig verbrannt. Doch stimmt das wirklich?

DIGITALISIERUNG

88 NEWS

- 90 SOCIAL MANIA** Social-Media-Marketing ist vergleichsweise günstig und eignet sich besonders für junge Unternehmen. Welche Regeln Start-ups beachten sollten, wenn sie ihre Social-Media-Strategie entwickeln
- 92 DATENSCHUTZ** Nur wenn Finanzberater wissen, welche Prinzipien wirklich relevant sind und wie sie das Thema im Alltag umsetzen können, bleiben sie wettbewerbsfähig

RECHT & STEUERN

- 94 GRUNDERWERBSTEUER** Seit Juli sind umfassende Änderungen im Grunderwerbsteuergesetz wirksam. Sie sollen offenbar zukünftig Share Deals verhindern
- 96 IMMOBILIENKAUF** Vormerkungen in Immobilienkaufverträgen können auch für künftige Ansprüche insolvenzfest sein

RUBRIKEN

- 98** Vorschau
98 Impressum



26 Interview Warum Martin Gräfer, Vorstandschef der Bayerischen, das Drei-Schichten-Modell für eine kluge Lösung hält



42 Mischfonds Dan Sauer, Nordea, rechnet in Zukunft mit deutlich geringeren Renditen für traditionelle Anlageklassen



64 Hitliste Die Fonds Finanz mit den Geschäftsführern Norbert Porazik (rechts) und Markus Kiener liegt wieder vorn

KOLUMNE

Robert Halver

leitet die Kapitalmarktanalyse der Baader Bank, ist als Börsenkommentator aus Funk und Fernsehen bekannt und schreibt regelmäßig für Cash.

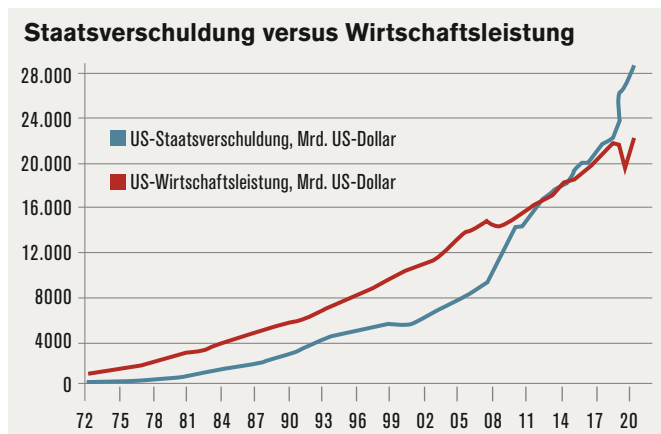


Steht die Vermögenspreis-inflation vor einem deflationären Schock?

Aktionäre haben keinen Grund, die Fed oder die EZB zu kritisieren. Als Gewinner ihrer beispiellosen Rettungspolitik müssten sie die Damen Yellen und Lagarde bzw. die Herren Powell und Draghi eigentlich sogar wie Heilige verehren. Aber hat sich die Super-Aktienhaussiege mittlerweile nicht von jeder Bodenhaftung abgehoben? Stehen die dramatisch inflationierten Aktienmärkte also vor einer saftigen Korrektur? Gerade im umsatzschwachen Sommerloch können doch schon kleine Umsätze merkliche Kursverluste auslösen.

Der Aktienmarkt steht weit über den fundamentalen Dingen

Die internationale Bruderschaft des billigen und umfangreichen Geldes macht Aktionäre reich, reicher, am reichsten. Wenn der Begriff Vermögenspreis-inflation jemals passte, dann passt er jetzt wie die Faust aufs Auge. Die Abkopplung der Aktienmärkte von der Wirtschaftsentwicklung ist auf absolutem Rekordstand. Während z.B. die amerikanische Wirtschaftsleistung nur wieder das irdische Vor-Corona-Krisenniveau zurückerobert hat, dringt der US-Aktienleitindex S&P 500 – wie Richard Branson und Jeff Bezos - in den Weltraum vor.



Früher platzten ungedeckte Finanzblasen wie ungedeckte Schecks. Sie waren transitorisch. Die Nadelstiche verabreichten die Notenbanken, die sich am Buch Hiob in der Bibel orientierten: „Der Herr hat es gegeben (die Zinssenkungen und üppige Liquidität), der Herr hat es genommen“. Leider jedoch mussten die Notenbanker feststellen, dass ihre Umkehr von anti- auf autoritär

jeweils nicht nur die hässliche Fliege auf der teuren Vase eliminierte, sondern das gute Stück gleich mit. Tatsächlich löste das Bersten der Dotcom-Blase 2000 bzw. der Immobilienblase 2008 scharfe Rezessionen aus. Das Platzen der Haus-Bubble hätte unser Finanzsystem sogar fast das Leben gekostet.

Solche Gefahren wollen Fed, EZB & Co. - und natürlich auch die mit ihnen inzwischen freundlich verbundenen Finanzpolitiker - nie mehr riskieren. Sie wissen sehr genau, dass die heutigen Anlageblasen zahlreicher und noch viel größer als 2000 und 2008 sind. Würden Immobilien-, Aktien- und vor allem die Anleiheblase zusammen platzen, wäre dies mit dem zeitgleichen Ausbruch aller großen Vulkane auf der Erde zu vergleichen. Die Wunden für Konjunktur sowie die öffentliche und soziale Ordnung wären nicht mehr zu heilen.

Auch scheint die Wirtschaftserholung nach dem Corona-Zusammenbruch noch kein Selbstläufer zu sein. Corona-Mutationen, Lieferengpässe bei kritischen Gütern und ein neuer Kalter Krieg zwischen den USA und China legen dem Weltwirtschaftswachstum Steine in den Weg. Und Europa stellt sich durch museumsreife Standortqualitäten selbst ein Bein. Sinkende Anleiherenditen und Rohstoffpreise bezeugen diese Konjunkturernüchterung deutlich. Ohnehin zeigt sich z.B. in Amerika, dass offenbar immer mehr Verschuldung nötig ist, um die Wirtschaftsleistung noch irgendwie zu dopen. Nicht zuletzt müssen Umweltschutz und in Europa der Seelenfrieden finanziert werden.

Insofern muss Staatsverschuldung billig bleiben wie Ramschware im Sommerschlussverkauf. Bereits das Zurückfahren der Liquiditätsversorgung könnte Kreditzinsen unerwünschten Auftrieb verleihen. Im Extremfall kommt es zu einer saftigen Schuldenkrise, die auch wieder die Büchse der Pandora für Banken öffnet.

Kein Ende der Vermögenspreis-inflation in Sicht

Daher wehren sich US-Notenbank und EZB gegen jede restriktive geldpolitische Maßnahme wie Kleinkinder gegen Gemüse. Um dabei dennoch den stabilitätspolitischen Schein zu wahren, wird gebetsmühlenartig die Geschichte von der nur vorübergehenden, der Ohnesorge-Inflation erzählt. Die zweifelsfrei höhere tatsächliche Preisentwicklung wird sowieso wie Dreck unter den Teppich gekehrt. Bloß keine schlafenden Hunde an den Anleihe-, Aktien- und Gütermärkten wecken.

Und so wandert das ungedeckt vagabundierende Geld weiter in Sachkapital wie Aktien und auch Immobilien. In der Tat, die Vermögenspreis-inflation ist nicht vorübergehend. Natürlich, wie in einer guten privaten Beziehung kann es auch bei Aktien im Sommer schon einmal zu einem reinigenden Gewitter kommen. Das sehen wir momentan in zyklischen Branchen, die mitunter die Knute der Wirtschaftssorgen spüren. Danach ist die Luft aber wieder rein. Grundsätzlich bieten ausgewählte Konjunktur-Aktien mit überzeugenden Geschäftsmodellen, High-Tech-Titel aufgrund ihrer Sonderkonjunktur und braven Zinsen, die die Bewertung wenig strapazieren auch zukünftig ebenso noch Substanz wie Klimaschutz-Aktien.

Dass die frühere (Notenbank-)Stabilität wie Sand zwischen den Fingern zerrinnt, ist eine Realität, mit der wir leben müssen wie mit Corona. Oder wie Konrad Adenauer sagte: Wenn wir kein sauberes Wasser haben, müssen wir eben schmutziges nehmen. Machen wir also das Beste daraus. Gehen wir mit der Vermögenspreis-inflation, gerne auch in kleinen Dosen, mit regelmäßigen Aktiensparplänen.

A stylized illustration of the Earth, showing continents in shades of green and yellow and oceans in blue. A white banner with a ribbon-like border is draped across the center of the globe. The banner contains the text 'ÖKOWORLD KLIMA' in a bold, teal, sans-serif font.

ÖKOWORLD KLIMA

*Informieren Sie sich über den Investmentfonds
ÖKOWORLD KLIMA bei Ihrer Bank.*

KOLUMNE

Thomas Meyer zu Drewer

ist Head of Public Distribution für Deutschland & Österreich bei Lyxor Asset Management



Wenn Disziplin entscheidet

Deutschland und das übrige Europa sind in der Sommerpause – in diesem Jahr gefühlt besonders verdient! Nach bald 18 Monaten wiederkehrender Lockdowns wegen Covid-19, dann zunehmender Impferfolge und der daraus resultierenden Lockerungen und schließlich auch wegen der allgemein weiter sinkenden Inzidenzzahlen freuen sich viele Menschen darauf, wieder verreisen zu können. Daher ist es auch keine Überraschung, dass die Buchungszahlen in die Höhe schnellen. Die meisten Fluggesellschaften äußern große Zuversicht, dass es eine gewisse Rückkehr zur Vor-Corona-Normalität geben könnte – zumindest auf Strecken, bei denen große Distanzen zu überwinden sind. Grund zur Zuversicht haben auch der Gastronomie-, Freizeit- und Tourismusbereich – Sektoren, die augenscheinlich von den wieder erlangten Freiheiten profitieren. Kein Wunder also, dass Preissteigerungen zu beobachten sind und die Inflationsraten in Ländern wie den USA, wo bereits die Marke von fünf Prozent überstiegen wurde, aber auch in Deutschland und der Eurozone steigen.

Manche Prognose sieht für den Herbst deutlich volatilere Zeiten aufziehen

Allerdings handelt es sich hierbei oft um Basiseffekte, denn die Nachfrage in den vorgenannten Bereichen war zuvor um bis dahin nicht gekannte Prozentsätze eingebrochen. Covid-19 hat dort noch andere Effekte erzielt: Gastronomen beklagen, dass es schwierig sei, ausreichend Fachkräfte zu bekommen. Viele Beschäftigte in der Branche haben sich in den Zeiten von Lockdown und Kurzarbeit umorientiert. In den USA ist dieses Phänomen bereits deutlich zu beobachten. Gerade im Niedriglohnssektor ist die Rekrutierung und das Halten von Mitarbeitern schwierig geworden. Mitunter steigen bereits die Mindestlöhne. Welche längerfristigen Auswirkungen dies auf die Entwicklung der Inflation hat, ist dabei noch ungeklärt. Eine ausgeprägte Lohn-Preis-Spirale ist aktuell noch nicht zu beobachten und die amerikanische Zentralbank Fed sieht derzeit keine Veranlassung, gegenzusteuern.

Dies könnte erheblichen Einfluss auf risikobehaftete Anlagen, in aller erster Linie also Aktien, haben – wobei Aktien ein gewisser Inflationsschutz innewohnt, zumindest, wenn die Inflationsraten nicht weit überproportional ansteigen. Davon gehen jedoch viele Marktbeobachter zurzeit nicht aus. Den erwähnten Basiseffekten sei Dank. Eine andere Möglichkeit, Inflationsschutz in Portfolios zu verankern, kann die Beimischung von Rohstoffen sein, die in den vergangenen Wochen und Monaten

bereits ganz wesentlich zum Preisauftrieb beigetragen haben. Aktuell macht beispielsweise vor allem Holz durch den großen Preisanstieg unruhliche Schlagzeilen und verdirbt so manchen Bauherren die Vorfreude auf die Immobilie. Es gibt bereits Architekten, die ihre Projekte umplanen, um nicht in allzu große Bedrängnis zu geraten.

Doch was bedeutet dies alles für Anleger, die sich gerade in ihrem Urlaub im zweiten Corona-Jahr befinden? Es könnte ungemütlicher an den Kapitalmärkten werden. Manche Prognose sieht für den Herbst deutlich volatilere Zeiten aufziehen und ein Ende der scheinbar nur nach oben gerichteten Aktienbewegungen herbeikommen. Und das gilt auch abseits von möglichen Inflations Sorgen. Natürlich ist die Ausbreitung der Delta-Mutationen ein bedrohlicher werdendes Szenario, das relativ schnell Einschränkungen der wiedergewonnenen Freizügigkeiten bedeuten könnte. Ferner bleibt die Frage nach der Beständigkeit des wirtschaftlichen Aufschwungs, denn Börsen nehmen in der Regel Entwicklungen vorweg, sie antizipieren sie. Und eine Eintrübung könnte die großen Indizes auch unter entsprechend starken Schwankungen kurzfristig korrigieren lassen, auch wenn die Aussichten für die Weltwirtschaft weit ins Jahr 2022 weiterhin als positiv erachtet werden und langfristig orientierten Investoren weiter entgegenkommen.

Die Haltedauer ist langfristig viel wichtiger als die Suche nach dem idealen Zeitpunkt

Vielen dieser Anleger fehlt aber vermutlich noch die Erfahrung, wie mit einem volatilere Kapitalmarktumfeld umgegangen werden kann. Zur Erinnerung: Im März beziehungsweise April 2020 sind viele überhaupt erst am Aktienmarkt eingestiegen, ermuntert durch eine durchschnittliche Sparrate von 16 Prozent im Jahr 2020. Wenn es nun ruckeliger wird, stellen sich nicht nur neue Investoren die Frage, wann denn der beste Tag für einen Ein- oder Ausstieg sei. „Buy low“ und „sell high“ lauten hier die Stichworte. Aber ist es möglich, tatsächlich den richtigen Ein- und Ausstiegszeitpunkt an den Kapitalmärkten zu finden? In der Fachwelt lassen sich viele Belege für ein „ja“, aber auch ein „nein“ finden in der Frage, ob Market Timing funktioniert. Die Krux: Der jeweils niedrigste und höchste Kurs ist derjenige, den Anleger im Nachhinein als solchen erkennen. Und selbst wenn jemand diese beiden Kurse vorher erkannt haben sollte, so muss er oder sie diese hellseherische Gabe auf Dauer haben, damit der Anlageerfolg auch langfristig Bestand hat.

Je öfter ein Anleger handelt, also kauft und verkauft, desto mehr Transaktionskosten entstehen. Die möglichen Gewinne werden durch sie schneller aufgefressen, als dem Investor lieb sein kann. Was ist aber die Lösung, wenn es offensichtlich nicht zuverlässig gelingt, die richtigen Zeitpunkte für Ein- und Ausstiege zu finden? Statt Market Timing lautet die Antwort: „Time in the Market“. In der Tat ist die Haltedauer langfristig viel wichtiger als die Suche nach dem idealen Zeitpunkt. Hinzu kommen noch zwei Attribute, die vor allem anfangs, wenn keine großen Anlagesummen zur Verfügung stehen, wichtig sind: Regelmäßigkeit und Disziplin. Bewährt haben sich hier ETF-Sparpläne, die es erlauben, schon mit kleinem Vermögen über einen längeren Zeitraum ansehnliche Zuwächse zu erzielen. Für den langfristigen Vermögensaufbau gibt es nämlich den besten Startzeitpunkt – und der ist heute.

KOLUMNE

Marcus Renziehausen

ist Betriebswirt und Unternehmer, Autor und Speaker. Seit 2012 ist er als Vorstandsvorsitzender bei der The Engineers of Finance AG tätig.



Schluss mit Chaos im Kalender

Wenn das Geschäft nicht läuft, beschweren wir uns. Und wenn es läuft, dann auch. Dass die Reaktion sowohl für Hochs als auch Tiefs kontraproduktiv ist, muss ich Ihnen nicht erzählen. Viele Berater treibt ja permanent die Frage um, wie sich neue Kunden gewinnen lassen. Oder wie sie mit dem Bestand mehr Geld verdienen. Doch manchmal drückt der Schuh auch an anderer Stelle. Der Umsatz stimmt, das Geschäft ist stabil, Empfehlungsmarketing läuft – aber: Der Finanzberater fällt spät abends nur noch völlig erschöpft ins Bett. Stichwort: Hamsterrad.

Gerade Unternehmer arbeiten oft extrem viel – so viel, dass Freizeit, Energie und Motivation sich immer mehr verabschieden. Es ist ein Irrglaube, dass, wer besonders viel arbeitet, besonders viel erreicht. Im Gegenteil: Stress kommt auf, Angst vor dem nächsten Tag, erste Burnout-Symptome klopfen an. Einmal im Arbeitslabyrinth gefangen, finden viele selbst keinen Ausweg mehr. Wer will schon oder kann sich leisten, Kunden zu vertrösten oder abzustoßen?

Im Grunde kann sich das jeder leisten. Mithilfe klarer Positionierung, Strategie und guter Planung. Schließlich kann niemand 60 Stunden in der Woche effektiv arbeiten. Ausgelaugt fühlen sich Menschen dann, wenn alles ungebremst auf sie einprasselt: Freitags rufen Kunden an, das Sekretariat trägt jede Menge Follow-up-Termine ein, die Kollegin plant Quartalsgespräche und abends fordern die Kinder spontan Spielzeit. Wer sein chronisches Zeitproblem in den Griff kriegen will, muss seine Woche wieder aktiv in die Hand nehmen und vom Termin-Hetzer zum Termin-Gestalter werden.

Unter eigener Kontrolle

Wer seine Woche bewusst selbst designt, lebt entspannter und produktiver. Berater schöpfen mehr Energie, mehr Motivation und haben mehr Spaß im Job. Effiziente Unternehmer arbeiten nicht einen Termin nach dem anderen ab, so wie sie sich in den Kalender schieben. Sie arrangieren ihre Woche selbst. Und vor allem: Sie kreieren keine mittelmäßige oder gute Woche, sondern die perfekten sieben Tage ohne Kompromisse.

Manchmal haben zig Menschen Zugriff auf den Kalender eines Finanzberaters – Mitarbeiter, Kollegen, Familie. Oft können auch Kunden ihre Wunschtermine für Gespräche oder Calls nach Belieben in einen Onlinekalender eintragen. Das ist für Interessenten natürlich extrem praktisch, in der Realität des Finanzberaters aber häufig ein wildes Durcheinander. Wer hier Chaos vermeiden will, gibt anderen niemals den Zugriff auf die ganze Woche frei, sondern immer nur auf bestimmte Slots. Ansonsten muss der Berater

ausbaden, was andere für ihn geplant haben. Positiver Nebeneffekt der künstlichen Verknappung: Will ein Kunde online einen Termin eintragen, begrüßt ihn keine gähnende Leere, sondern viele ausgebuchte Tage. Das signalisiert jedem Außenstehenden: „Der ist gut beschäftigt, der muss gut sein.“

Mit attraktiven Inhalten

Eine Woche ist ideal, wenn sie alle wichtigen Termine berücksichtigt und nachhaltig aufgebaut ist, sodass ein Finanzprofi das Gerüst mehrere Wochen, Monate bis Jahre nutzen kann. Es gibt fünf Themen, die darin Platz brauchen. Diese Kategorien lassen sich am besten in folgender Reihenfolge auf die sieben Tage verteilen.

Fixtermine: Als Erstes wandert alles in den Kalender, was der Berater zeitlich nicht beeinflussen kann. Manche Unternehmer haben einen festen monatlichen Call mit Partnern, andere tauschen sich jede Woche beim Netzwerk-Treffen aus.

Pausen: Auch wenn es ungewöhnlich klingt – anschließend verankert der Berater sofort seine Pausen. An welchen Tagen nimmt er frei? Wann ist Zeit für Sport oder Familie? Ohne feste Auszeiten bleibt kein Unternehmer auf Dauer kraftvoll oder motiviert. Nur wenn Erholung fest im Stundenplan steht, wird die Woche zur nachhaltigen Blaupause.

Strategieentwicklung: Im dritten Schritt reservieren Erfolgswillige sich Slots für die Strategieplanung. Hier kümmern sie sich um alle Aufgaben, die wichtig, aber nicht dringend sind und deswegen oft unter den Tisch fallen, wie Aufstellungsarbeiten, Quartalsplanungen oder Marketing- und Vertriebsstrategien.

Produktivtermine: Erst wenn der Kalender sich schon langsam füllt, entsteht der Rahmen für Kundentermine. Darunter fällt alles, was Geld bringt: Kundenberatung, Follow-up-Gespräche, Vor- und Nachbereitung sowie die Konzepterstellung.

Administration und Verwaltung: Auch administrative Themen wie Steuern oder Datenschutz nehmen im Leben eines Unternehmers jede Menge Zeit in Anspruch. In diese fünfte Kategorie fällt somit alles, was nicht direkt mit Kunden zu tun hat, sondern der Betrieb braucht, um zu funktionieren.

Nie mehr Zeitprobleme

Damit der Kalender nicht zerfasert, empfiehlt sich für jeden Block eine Dauer von 2-4 Stunden. Das sorgt für hohe Konzentration und Effektivität. Wer alle fünf Themen durchspielt, sitzt dann zum Beispiel Freitagmorgen in seinem wöchentlichen Jour Fixe. Montag, Mittwoch und Freitag stehen mit zwei Mittagsstunden Golf, Yoga oder Schwimmen vielleicht im Zeichen des Sports. Strategische Themen durchdenkt der Unternehmer montags und donnerstags von 9-13 Uhr, Zeit für Administration bleibt jeweils von 14-17 Uhr. Dienstag und Mittwoch gehören den Produktivterminen. Wer nachmittags Kundentermine macht, kann vormittags Gespräche vor- und nachbereiten.

Wer das umsetzt, wird merken: Eine gute Wochenplanung erzeugt einen riesigen Produktivitätsschub. So bekommen Finanzberater alles zuverlässig und dauerhaft unter einem Hut: Unternehmen, Familie, Privatleben. Sie genießen volle Kontrolle, nutzen ihre Zeit für attraktive Inhalte und folgen einem nachhaltigen Muster. Wer seine Woche aktiv gestaltet und lebt, stärkt seine Energie und ist dadurch extrem motiviert. Und das war schon immer der beste Boost für Erfolg.

KOLUMNE

Janina Bartkewitz

ist Junior ESG Analystin bei Union Investment.



Das Ernährungssystem muss sich ändern

Die Agrarwirtschaft und die Lebensmittelproduktion stehen vor großen Umwälzungen. Mehr Klimaschutz und gesunde Ernährung liefern gleichzeitig auch konkrete Anlagechancen.

Die Weltbevölkerung wächst – und mit ihr der Bedarf an Nahrungsmitteln. Rund 50 Prozent mehr Lebensmittel muss die Menschheit in den nächsten 30 Jahren produzieren, um die wachsende Bevölkerungsschar versorgen zu können. Beschleunigt wird diese Entwicklung zudem durch die wachsende Mittelschicht in den Entwicklungsländern. Auf der anderen Seite benötigt die globale Landwirtschaft schon jetzt fast 50 Prozent der bewohnbaren Landfläche. Davon entfallen wiederum rund 80 Prozent auf die Nutztierhaltung, die aber unter 20 Prozent der weltweiten Kalorienversorgung liefert. Die aktuelle Nutzung des Ackerlandes benötigt also viel Fläche und könnte mit Blick auf die Versorgung optimiert werden.

Zugleich stehen Öko- und Ernährungssysteme derzeit unter hohem Stress. Dort, wo vermehrt Ackerbau betrieben wird, sind die Auswirkungen des Klimawandels verstärkt spürbar. Das globale Ernährungssystem, also Landwirtschaft und Nahrungsmittelproduktion, ist aktuell für rund 26 Prozent der weltweiten Treibhausgas-Emissionen verantwortlich. Dieser Anteil dürften in den nächsten 30 Jahren um weitere 16 Prozent ansteigen. Damit einzelne Ökosysteme nicht ermatten oder sogar kollabieren, muss sich etwas ändern. Das haben mittlerweile auch viele Staaten erkannt und äußern den politischen Anspruch, bis 2050 CO₂-Neutralität erreichen zu wollen. Daraus resultiert ein erhöhter Druck zur Reform auf die gesamte Wertschöpfungskette des Ernährungssystems.

Die gute Nachricht: Das Thema ist adressiert und es gibt bereits erste Neuentwicklungen und konkrete Geschäftsmodelle, die von diesen Änderungen profitieren werden. Die Digitalisierung beispielsweise schafft auch hier neue Möglichkeiten, etwa den Anbau selbst zu verändern – zum Beispiel mittels Präzisionslandwirtschaft. Hier werden unter anderem Satellitendaten, Drohnen, Sensoren und Robotik eingesetzt, um die Effizienz und Produktivität in der Landwirtschaft zu optimieren. Das hilft dabei, den Einsatz von Düngemittel- und Pflanzenschutzmitteln zu reduzieren. Sowohl die EU als auch die USA unterstützen diese Technologie, sodass dieser Markt laut Analystenschätzungen bis 2030 um rund 13 Prozent pro Jahr wachsen wird.

Hinzu kommt der Trend zur fleischlosen Ernährung, der dem Klima gut tut. Ein Fleischersatz-Burger etwa verursacht bis zu 90 Prozent weniger Emissionen als traditionelle Fleisch-Patties. Dieser Trend wird anhalten – und ist somit auch aus Anlegerperspektive weiterhin interessant. Es gibt bereits einige börsennotierte Player wie Beyond Meat und große Lebensmittelkonzerne wie Unilever oder Nestlé, die erste Produkte auf den Markt gebracht haben. Auch das Angebot von Milchersatzprodukten wächst kontinuierlich. Hier sorgte zuletzt der schwedische Hafermilch-Produzent Oatly mit seinem Börsengang für Aufsehen.

Doch auch abseits der Supermarktregale finden sich für Investoren interessante Anlagemöglichkeiten. So wird die Düngemittel- und Pflanzenschutzproduktion weiterhin eine wichtige Rolle spielen. Laut Schätzungen von Analysten entfallen auf synthetische Düngemittel zwar rund 13 Prozent der landwirtschaftlichen Emissionen und in den nächsten 30 Jahren dürfte dieser Anteil um weitere 24 Prozent steigen; auf der anderen Seite steigern Düngemittel die Erträge und reduzieren so die Notwendigkeit, neues Land zu kultivieren. Regulatorischen Gegenwind gibt es von der EU: Bis 2030 soll der Düngemittelverbrauch um 20 Prozent gesenkt werden. Deshalb dürften „grüne“ Düngemittel wie grünes Ammoniak und Biodünger an Bedeutung gewinnen. Ähnlich ist es bei Pflanzenschutzmitteln.

Die EU will den Einsatz chemischer Pestizide reduzieren, dennoch schätzen Analysten das jährliche Wachstum auf rund drei Prozent. Auch hier dürften Unternehmen, die biobasierte Produkte entwickeln, einen relativen Vorteil haben.

Insgesamt gehen mit der Umstellung der Wertschöpfungskette im Ernährungssystem zahlreiche Chancen einher – sowohl für die Eindämmung der globalen Erwärmung als auch für die aussichtsreiche Portfoliokonstruktion.



Volatilität kann steigen

Victoria Leggett, Head of Impact Investing bei UBP, weist auf künftige Portfoliorisiken hin, sollte der Ressourcenverbrauch anhalten.

„Die Vermögensverwaltungsbranche tut sich besonders schwer damit, Dingen einen Wert zuzuschreiben, wenn sie nicht mit einer monetären Gebühr verbunden sind – das ist fatal“, sagt Leggett. Es herrsche ein lineares Wirtschaftsverständnis: Nehmen, Verarbeiten, Wegschmeißen. Wir seien konditioniert, die Natur als etwas Getrenntes, Anderes zu sehen – im besten Fall etwas Schönes, um

Zeit darin zu verbringen, im schlimmsten Fall eine kostenlose Ressource. Doch die Nachhaltigkeitsexpertin sieht auch Licht am Ende des Tunnels. „Es setzt sich die Erkenntnis durch, dass die Ressourcen nicht unendlich sind und dass der Klimawandel zu einer stärkeren Volatilität der Ökosysteme und der von ihnen zur Verfügung gestellten Ressourcen führen wird“, sagt Leggett.

150 Aussteller
90 Fachvorträge
IDD-Stunden

Produktwissen,
Social Media,
Marketing, Recht

KV, LV, Sach, Investment,
Sachwerte, Immobilien,
Baufinanzierung und Bankprodukte



**MMM
MESSE**

Wieder live!

im MOC

7. Oktober

München

Münchener Makler- und Mehrfachagentenmesse

Der Treffpunkt für Vermittler



Jetzt kostenfreies Ticket sichern:
mmm-messe.de/anmeldung

**fonds
finanz**



MIT CASH. DIGITAL ZU MEHR UMSATZ UND KUNDEN

Vom 6. bis 10. September startet Cash. in die Digital Week 2021. Im Fokus der Digital-Woche stehen die Kundengewinnung via Social Media, die Digitalisierung von Beratungsprozessen und die Rolle von Kryptowährungen als neues Geschäftsfeld für Berater und Vermittler.

Die digitale Transformation war bereits vor der Coronapandemie ein Megatrend. Die vergangenen Monate haben schließlich den Turbo für den technologischen Umbruch und haben den Wandel zugeschaltet. Die Nachfrage nach Versicherungen und anderen Kapitalanlagen hat sich deutlich in Richtung der digitalen Informationen und Abschlüsse verschoben und es hat sich gezeigt, dass digitale Kommunikationswege durchaus mit dem klassischen Vertrieb mithalten können, oft sogar noch effizienter und umsatzträchtiger sind.

Diese Form des Kontakts wird deshalb auch nach Corona ihre Berechtigung haben, weshalb es für Makler und Vermittler immer mehr darauf ankommen wird, mit den Innovationen der digitalisierten Kommunikation Schritt zu halten. Dabei stellen sich für Makler und Vermittler gleich mehrere Fragen: Über welche Kanäle trete ich mit ihnen in Kontakt? Wie verzahne ich die Online- und Offline-Kommunikation mit meinem Kunden möglichst sinnvoll? Antworten dazu geben zahlreiche Webinare im Rahmen der Digital Week 2021. Besonders im Fokus steht dabei die Kommunikation und Kontaktaufnahme über Instagram, Facebook LinkedIn und Co. Die Nutzung von Social Media, Messengern und Chatbots wird

aus Vertriebsicht immer wichtiger. Kryptowährungen wie Bitcoin und Co. entwickeln sich immer stärker zu einer eigenen Anlageklasse. Dennoch ist die Beschäftigung mit Kryptowährungen aufgrund fehlenden Wissens häufig noch herausfordernd. In zunehmendem Maße gehen aber auch Kunden auf ihren Berater oder Vermittler zu und wünschen sich eine kompetente Beratung zu digitalen Assets. Hier setzen die Krypto-Webinare im Rahmen der Digital Week 2021 an und beantworten Fragen wie: Warum sollte ich mich als Vermittler mit dem Segment Digitale Assets beschäftigen? Was muss ich als Berater über Blockchain & Co. wissen? Wie wichtig sind Kryptowährungen für das Depot meines Kunden? In welcher Form sollte ich meinem Kunden ein Investment in Bitcoin & Co. empfehlen.

Ein weiterer Grund zur Teilnahme an der Digital Week 2021 ist die Möglichkeit, sich über unseren Weiterbildungspartner GOING PUBLIC! Akademie für Finanzberatung AG IDD-Weiterbildungszeiten gutschreiben zu lassen. Dadurch lässt sich die Pflicht zur Weiterbildung gemäß IDD anteilig erfüllen. Für welche Webinare wie viele IDD-Weiterbildungszeiten gutgeschrieben werden, entnehmen Sie bitte der Agenda für die Digital Week.

7.9. 15.30 Uhr: Jan Roß, Bereichsvorstand Makler bei der Zurich Gruppe Deutschland: **Mit Social Media Gewerbekunden gewinnen und binden.** WEBINAR-INHALTE:

Anhand von praxisnahen Beispielen zeigen wir Ihnen, wie Sie Gewerbekunden mit Hilfe von Social Media für sich gewinnen und nachhaltig binden können. Dabei gehen wir auch auf die Kampagnenplattform digidor ein, die Sie in Verbindung mit Facebook und LinkedIn für die Aktivierung Ihrer Zielgruppe nutzen sollten.



8.9. 11.30 Uhr: Stephan Schinnenburg, Mitglied des Vorstands, CSO, bei der DFV Deutsche Familienversicherung AG: **Kundenwelten als Ökosysteme – Staffinden, wo der Kunde ist** WEBINAR-INHALTE:

Wie erreichen wir Zielgruppen für Low-Involvement Produkte wie Versicherungen? Können Versicherungen eigene Ökosysteme erschaffen? Herr Schinnenburg gibt Einblick in die Vertriebsstrategie der DFV und Antworten darauf, wie das Thema Versicherung erfolgreich stattfinden kann.



DIGITAL WEEK BY CASH.

WWW.CASH-DIGITALWEEK.DE

7.9. 14 Uhr Christopher Kremser, Vertriebsmanager Private Kunden bei der BVT; Daniel Juppe, Co-Founder und Co-CEO von wealthpilot; Ferdinand Weiss, Teamlead Sales bei CrowdDesk: **Vertrieb 4.0: Mit einer digitalen Vermögensplattform Potenziale ausschöpfen**

WEBINAR-INHALTE:

Digitale Lösungen in der Finanzbranche sind eine Brücke in die Zukunft, denn nur über moderne Zugangswege lassen sich auch jüngerer, vermögendere

Anleger mobilisieren. Im BVT-Webinar zeigen wir Ihnen gemeinsam mit unseren Partnern wealthpilot und CrowdDesk - beides innovative Digitalisierungsspezialisten - wie Ihnen der digitale Prozess von der Lead-Generierung bis zum Abschluss hilft, den Ertrag zu steigern. Am Beispiel des aktuellen BVT Zweitmarktportfoliofonds demonstrieren wir



Ihnen in der praktischen Anwendung, wie Sie die Portfolios Ihrer Anleger auf Knopfdruck managen und planen können. Und wie Sie über einen integrierten Markt auch Sachwertbeteiligungen wie den BVT Zweitmarktfonds in einem komplett digitalisierten Prozess einfach und rechtssicher abschließen können.

9.9. 17 Uhr Valeria Hoffmann, Counsel im Frankfurter Büro von Dentons **Kryptowährungen im Dickicht der Regulierung – Status quo und offene Fragen zu Steuern und Datenschutz**

WEBINAR-INHALTE:

Valeria Hoffmann gibt einen kurzen Überblick über den Status quo der regulatorischen Maßnahmen und Initiativen auf nationaler und EU Ebene, die (unter anderem) auch Kryptowährungen betreffen würden. Im zweiten Teil spricht Valeria Hoffmann über einzelne offene Fragen im Zusammenhang mit Kryptowährungen, wie beispielsweise die Pläne für die Bekämpfung von Geldwäsche, den datenschutzrechtlichen Personenbezug bei Bitcoin-Adressen und kryptographischen Schlüsseln sowie die mögliche Besteuerung. Nach einem abschließenden Ausblick auf die zukünftige Entwicklung haben die Teilnehmer die Möglichkeit, Fragen zu stellen.



7.9. 11.30 Uhr Christopher Wintrich, Berater digitale Immobilienfinanzierung bei der ING: **Digital beraten – nach Corona erst recht! – Schneller, unkomplizierter, transparenter – die Digitalisierung bringt für Baufinanzierungskunden viele Vorteile.**

WEBINAR-INHALTE:

Gerade mit Blick auf eine kompetente und allumfassende Beratung – in Zeiten der Corona-Pandemie hat dieser Faktor noch einmal an Bedeutung gewonnen. Was bewegt die Kunden dabei besonders und wie lassen Sie sich am besten erreichen? Welche Bedeutung haben dabei Google und Co.? Wie kann der zielsichere Umgang mit den sozialen Medien bei der Beratung helfen? Und wie lassen sich am Ende noch mehr Finanzierungskunden gewinnen? Erfahren Sie, wie sich die Bedeutung der Digitalisierung gegenüber Ihren Kunden am besten darstellen lässt und wie Sie sich als Vermittler optimal für die Zukunft aufstellen.



Partner der Digital Week 2021



6.9. 10 Uhr Roger Rinkel, Marketing- und Vertriebsexperte sowie Bestsellerautor und Speaker des Jahres 2021

Kundenakquise heute – online permanent neue Kunden gewinnen und überdurchschnittlich viele Online-Empfehlungen erhalten

WEBINAR-INHALTE:

Performance-Marketing ist der Einsatz von cleverem Online-Marketing. Das Ziel dabei ist es, eine messbare Reaktion des Noch-nicht-Kunden zu erhalten. Und messbar bedeutet steuerbar. Bevor Kunden bei Ihnen landen, haben sie eine lange Online-Reise hinter sich. Sie haben sich über viele Produkte oder Services informiert. Auch über Ihre. Diese vergleichen User mit anderen Anbietern. Danach fällen sie dann die Entscheidung für ein Produkt oder Service. Am besten natürlich für Ihres. Der sogenannte Sales-Funnel fängt Kunden ein und schickt sie durch einen immer enger werdenden Verkaufstrichter. In diesen Trichter werden oben viele Besucher oder Interessenten hineingeschüttet (Upper Funnel). Davon kommt unten eine kleinere Menge als Kunden wieder heraus (Lower Funnel). Dazwischen durchlaufen Besucher verschiedene Stationen. Diese werden im sogenannten AIDA-Modell dargestellt. Dieses Modell wurde bereits 1898 von Elmo Lewis entwickelt. AIDA steht für die Stufen Attention (Aufmerksamkeit), Interest (Interesse), Desire (Wunsch) und Action (Handlung).



6.9. 15 Uhr Moritz Beck, Geschäftsführer Memacon GmbH

Kommunikation 3.0 – müssen Makler überall erreichbar sein?

WEBINAR-INHALTE:

Jeder muss jederzeit und überall erreichbar sein: per WhatsApp, Website, Telefon, Email, Post und am Ende auch immer noch via Faxgerät. Wie soll ein Makler das alles noch bewältigen können? „Ganz einfach“ – mit intelligenten DSGVO-konformen Softwarelösungen, die 80 Prozent der Arbeit schon im Vorfeld abnehmen und wieder mehr Zeit für den Mandanten erlauben.



6.9. 11.30 Uhr Lars Gentz, Geschäftsführer der Walnut GmbH

Online persönlich beraten und digital den Abschluss erzielen mit der Online-Plattform für verschiedene AIF und Vermögensanlagen

WEBINAR-INHALTE:

Die vertrauensvolle Beratung von Mensch zu Mensch ist entscheidend für den Verkaufserfolg. Bei einfachen, digitalisierten Zeichnungsstrecken ist der Kunde jedoch auf sich alleingestellt. Die Online-Beratungsplattform Walnut Live vereint beide Welten. Sie ermöglicht es Beratern, sich persönlich mit dem Kunden digital zu treffen, eine ausgewählte Kapitalanlage zu besprechen, gemeinsam auszufüllen und sofort abzuschließen – natürlich FinVermV-konform. Berater können über die Plattform auf eine Auswahl renommierter Anbieter von AIF und Vermögensanlagen zugreifen. Warum eine reine, digitale Zeichnungsstrecke heute zu wenig ist und wie intelligente Plausibilitäts- und Vollständigkeitsprüfungen lästige Nachbearbeitungen verhindern, demonstriert Lars Gentz in diesem Webinar.



7.9. 10 Uhr Ronald Perschke, Vorstand GOING PUBLIC! Akademie für Finanzberatung AG: **Standardisierung als Grundlage für Digitalisierung: DIN-Normen und -Spezifikationen für die Finanzdienstleistung**

WEBINAR-INHALTE:

Unternehmenserfolg verlangt heutzutage bei allen Prozessschritten Technik bzw. IT. Ein funktionierendes Technikersystem wiederum verlangt Standardisierung und Professionalität. Technik, Abläufe, etc. müssen auf den Prüfstand gestellt werden. Bei der erfolgreichen Umsetzung helfen die neuen DIN-Normen und -Spezifikationen für Privat- und Gewerbe-/Unternehmenskunden.



8.9. 16 Uhr Christopher Esche, Geschäftsführer von investment & more **So gewinnen Versicherungsvermittler qualitativ bessere Leads online**

WEBINAR-INHALTE:

Der Vortrag zeigt Versicherungsvermittlern, wie sie die Falle qualitativ schlechter Leads vermeiden und in ihren Terminkalender systematisch mit Premiumkunden füllen.



8.9. 10 Uhr Franziska Zepf, Geschäftsführerin Premium Finanz- und Versicherungsmakler

Social Media Secrets – wie Makler und Vermittler mit ein paar einfachen Tricks Ihren Erfolg in den sozialen Medien vervielfachen können.

WEBINAR-INHALTE:

Dass die „Online-Welt“ nicht mehr aus unserem Arbeitsalltag weg zu denken ist, ist bei (fast) jedem angekommen. In meinem Vortrag erfahren Sie, wie Sie ganz leicht die sozialen Medien für sich und Ihren unternehmerischen Erfolg einsetzen können.



9.9. 14 Uhr Jan Meessen, Industry Head Insurance bei Google Deutschland **User First Omni Channel – eine reibungslose Kunden-Journey durch die Verknüpfung von Online und Offline**

WEBINAR-INHALTE:

Die Verknüpfung von Online- und Offline-Strategien sind wesentlicher, um die Customer Journey erfolgreich zu gestalten. Welche Parameter für eine solche Strategie notwendig sind und wie sich eine effiziente Omni Channel Strategie unter Einbeziehung und Verbindung unterschiedlicher Unternehmensbereiche realisieren lässt.



9.9. 11 Uhr Dagmar Schoppe, Bereichsleiterin bei der SRC Security Research & Consulting GmbH

Kryptowährungen – neue Marktchancen für Banken und Finanzdienstleister

WEBINAR-INHALTE:

Die Diskussionen um die Einführungen eines Digitalen Euros sowie das zunehmende Interesse an Kryptowährungen versprechen spannende Entwicklungen im Finanzsektor mit neuen Marktchancen für Banken und Finanzdienstleister. Institute stehen vor der Herausforderung, ihre Sichtbarkeit in diesem neuen Marktsegment zu erhöhen, um auf Anfragen von Kunden, Händlern sowie Dienstleistern reagieren zu können. Mittelfristig kann das generell wachsende Interesse an Kryptowährungen Chancen für Institute ergeben, die z. B. ihren Firmenkunden selbst emittierte Kryptowährungen anbieten, um diese bei der Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse zu unterstützen. Der Digitale Euro wird von der Deutschen Kreditwirtschaft als zukunftsweisendes Zahlungsmittel in einer digitalen Wirtschaft bewertet, das die bestehenden und bewährten Systeme und Strukturen stimmig ergänzt. Dabei sollten größtmögliche Synergien mit den bestehenden Zahlungsverkehrslösungen angestrebt werden, damit der Zugang zum digitalen Zentralbankgeld für die Endverbraucher gesichert werden kann. Flankiert werden diese Entwicklungen durch die Regulierung von Krypto-Assets der Europäischen Kommission („Markets in Crypto-Assets“ – MiCA), die Ende 2022 in Kraft treten soll. Der Vortrag behandelt die Unterschiede zwischen digitalen Zahlungsmitteln und sogenanntes „Fiatgeld“, aktuelle Fragestellungen rund um bekannte Kryptowährungen und den Digitalen Euro sowie regulatorische Rahmenbedingungen.



9.9. 9.30 Uhr Jan Kühne, Leiter Bereich Institutionelle Kunden & Partnerships der BSDEX Börse Stuttgart Digital Exchange

Kryptohandel – wie Sie Kryptowährungen einfach und sicher handeln und verwahren

WEBINAR-INHALTE:

Haben Ihre Kunden FOMO? Also die „Fear Of Missing Out“, die Angst, den nächsten Bull-Run bei Kryptowährungen zu verpassen. Nun ist Angst kein guter Ratgeber, gleichwohl gibt es gute Gründe, sich mit den Chancen und Risiken von Kryptowährungen als neue Asset-Klasse auseinanderzusetzen. Ebenso stellt sich aber auch die Frage nach einem sicheren Zugang zu Kryptowährungen. Wo kann ich Bitcoin und Co. Handeln? Wie kann ich meine Coins sicher verwahren? Welche Angebote gibt es am Markt und was muss ich bei der Auswahl beachten? Am Ende muss jeder die Frage für sich und seine individuelle Situation selbst beantworten, aber wir wollen mit diesem Webinar helfen, eine gute Orientierungshilfe für Sie und Ihre Kunden zu bieten.



10.9. 11 Uhr Marc Friedrich, Bestsellerautor und Finanzexperte, im Interview mit Cash.-Chefredakteur Frank Milewski

INTERVIEW: Bitcoin und Co. – das neue digitale Gold für Ihre Kunden!

Thema des Interviews: Warum Kryptowährungen für Vermittler in der Kundengewinnung und -bindung immer wichtiger werden, wie sich das Thema in der Beratung einsetzen und damit der Umsatz steigern lässt.



Die Webinare im Rahmen der Digital Week 2021 (www.cash-digitalweek.de) im Überblick:

6.9. 10 Uhr: Keynote – Roger Rankel, Marketingexperte und Speaker des Jahres 2021: „Kundenakquise heute – online permanent neue Kunden gewinnen“

6.9. 11.30 Uhr: Lars Gentz, Walnut: „Online persönlich beraten und digital den Abschluss erzielen mit der Online-Plattform für AIF und Vermögensanlagen“

6.9. 15 Uhr: Moritz Beck, Memacon: „Kommunikation 3.0 – müssen Makler überall erreichbar sein?“

7.9. 10 Uhr: Ronald Perschke, GOING PUBLIC!: „Standardisierung als Grundlage für die Digitalisierung – Rolle der DIN-Normen“

7.9. 11.30 Uhr: Christopher Wintrich, ING: „Digital beraten – nach Corona erst recht! – Viele Vorteile für Baufinanzierungskunden“

7.9. 14 Uhr: Christopher Kremser, BVT: „Vertrieb 4.0 – mit einer digitalen Vermögensplattform Potenziale ausschöpfen“

7.9. 15.30 Uhr: Jan Roß, Zurich Gruppe Deutschland: „Mit Social Media Gewerbekunden gewinnen und binden“

8.9. 10 Uhr: Franziska Zepf, Premium Makler: „Social Media Secrets – wie Makler ihren Erfolg auf Instagram und Co. vervielfachen“

8.9. 11.30 Uhr: Stephan Schinnenburg, DFV Deutsche Familienversicherung: Kundenwelten als Ökosysteme – „Stattfinden, wo der Kunde ist“

8.9. 16 Uhr: Christopher Esche, Investment & More: „So gewinnen Versicherungsvermittler qualitativ bessere Leads online“

9.9. 9.30 Uhr: Jan Kühne, BSDEX: „Kryptohandel: Kryptowährungen einfach und sicher handeln und verwahren“

9.9. 11 Uhr: Dagmar Schoppe, SRC Security Research & Consulting: „Kryptowährungen – neue Chancen für Banken und Finanzdienstleister“

9.9. 14 Uhr: Jan Meessen, Google Deutschland: „User First Omni Channel – eine reibungslose Kunden-Journey“

9.9. 17 Uhr: Valeria Hoffmann, Dentons: „Kryptowährungen im Dickicht der Regulierung – offene Fragen zu Steuern und Datenschutz“ „Warum LinkedIn zukünftig das bessere Facebook sein wird“

Partner der Digital Week 2021





Flutkatastrophe 1

„Schadenträchtiges Jahr seit 2002“

Nach der durch Tief „Bernd“ verursachten Flutkatastrophe hat der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) seine Schadensschätzung präzisiert. „Wir gehen jetzt von versicherten Schäden zwischen 4,5 Milliarden und 5,5 Milliarden Euro aus“, sagte der Hauptgeschäftsführer des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV), Jörg Asmussen in Berlin. In der Schätzung sind neben den Schäden aus Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen (NRW) auch Zahlen aus den anderen betroffenen Bundesländern, darunter Bayern und Sachsen, enthalten. In einer ersten Schätzung hatte der Verband eine Größenordnung noch von vier bis fünf Milliarden Euro nur für Rheinland-Pfalz und NRW gesprochen. Jetzt hat der GDV einen Großteil der Schäden erfasst, die vom 13. bis einschließlich 18. Juli 2021 durch das Tiefdruckgebiet „Bernd“ verursacht wurden. Von den Gesamtschäden entfallen fünf bis zehn Prozent auf Bayern und Sachsen. Und von den verbliebenen Schäden etwa zwei

Drittel auf Rheinland-Pfalz und ein Drittel auf NRW. Laut den vorliegenden Zahlen wurden rund 40.000 Kraftfahrzeuge beschädigt oder zerstört. Der versicherte Schaden für die Kfz-Versicherer liegt nach Aussage des GDV bei rund 200 Millionen Euro und für die Transportversicherer bei rund 100 Millionen Euro.

Ebenfalls zu Buche schlagen verschiedene versicherte Großschäden im jeweils zweistelligen Millionen-Euro-Bereich. „Insgesamt dürfte dieses Jahr mit Stürmen, Überschwemmung, Starkregen und Hagel zum schadenträchtigen Jahr seit 2002 werden“, sagte Asmussen.

Damals lag der versicherte Unwetterschaden bei 10,9 Milliarden Euro. Bereits im Juni hatten Starkregen und Hagel einen geschätzten versicherten Schaden von 1,7 Milliarden Euro verursacht. Die Zahlen sind allerdings vorläufig, denn Asmussen sagte, dass die Schadenszahlen laufend aktualisiert würden. Bis detailliertere Daten vorliegen, könnten aber noch Wochen vergehen.

Flutkatastrophe 2

Nachfrage nach Elementarversicherungen steigt

Tief „Bernd“ und die von ihm verursachten schweren Überschwemmungsschäden in Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Bayern und Sachsen scheinen die Menschen wachgerüttelt zu haben. Ob Allianz, Ergo, HDI oder Debeka: Die Versicherer berichten unisono, dass die Zahl der Anfragen und Anträge für die erweiterte Naturgefahrenabdeckung seit Mitte Juli spürbar gestiegen ist. „Bestehende Verträge werden entsprechend erweitert“, heißt es etwa bei der Debeka in Koblenz.

Man habe derzeit „erhöhte Anfragen zu Elementardeckungen sowohl von Privatkunden als auch von kleinen und mittelständischen Firmen und Selbstständigen“, sekundiert HDI. Ähnliche Aussagen kommen auch von

der Allianz Deutschland. Die Agenturen würden seit dem Unwettern aktiv darauf angesprochen. Kunden hätten zuletzt deutlich mehr „Extremwetterschutzbausteine“ gekauft. Ob es sich bei der Entwicklung eher um ein Strohfeuer handelt oder der Trend nachhaltig sein wird, bleibt vorerst einmal abzuwarten. Ein ähnliches Verhalten war bereits im Jahr 2016 zu beobachten.

Damals gab es nach schweren Überschwemmungen in Bayern und Baden-Württemberg deutschlandweit einen Sprung mit einem Plus von acht Prozent bei Elementarverträgen. Die übliche Wachstumsrate liegt nach Angaben des GDV bei einem Plus von vier bis fünf Prozent.



Flutkatastrophe 3

Axa legt Zehn-Millionen-Euro-Hilfsfonds auf

Die Hochwasserkatastrophe Mitte Juli hatte auch viele Kunden der Axa Versicherungen schwer getroffen. Für die Privatkunden, die schwer vom Hochwasser getroffen wurden, die keine Elementarschadenversicherung besitzen und denen die finanziellen Mittel fehlen, um die Flutschäden zu beseitigen, hat der Versicherer einen zehn Millionen Euro schweren Hilfsfonds aufgelegt. Nach Aussage des Kölner Versicherer liegt die Abdeckungsquote der Axa-Kunden gegen Elementarschäden zwischen 35 bis 45 Prozent. Nach Angaben des GDV sind in den stark betroffenen Regionen von Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz nur zwischen 35 bis 45 Prozent der Immobilien gegen Elementarschäden abgesichert. „Wir möchten deshalb Kundinnen und Kunden, die von diesem Jahrhundert-Hochwasser betroffen sind, mit zielgerichteter Hilfe unterstützen“, sagt Dr. Alexander Vollert, CEO der Axa. Derzeit informieren Vertriebspartnerinnen und -partner vor Ort über die Kriterien der Vergabe der Hilfgelder. Sie koordinieren die Aktion in den Regionen, da sie die individuellen Situationen ihrer Kunden am besten einschätzen können.



Dr. Alexander Vollert, CEO der Axa

Morgen & Morgen

PKV-Beiträge steigen um 2,53 Prozent

Das Hofheimer Analysehaus Morgen & Morgen hat im Rahmen des M&M Rating PKV-Beitragsstabilität die Tarife der privaten Krankenvollversicherung untersucht. Das aktuelle Ergebnis zeigt, dass die Beiträge im Neugeschäft mit im Schnitt 2,53 Prozent zulegen. In 2020 lagen die Beitragsanpassungen (BAP) im Neugeschäft noch durchschnittlich bei 1,77 Prozent, 2019 bei 1,68 Prozent und im ersten Ratingjahrgang nach Einführung der Unisex-Tarife bei nur 1,44 Prozent. „Insgesamt ist eine steigende Tendenz der BAP im Neugeschäft zu erkennen, die sich mit den langsam alternden Beständen der Unisex-Tarifgeneration begründen lässt. Das Niveau der Bisex-Tarife mit fünfprozentiger BAP ist dabei aber noch lange nicht erreicht,“ schlussfolgert Thorsten Bohrmann, Senior Versicherungsanalyst bei Morgen & Morgen.

Die starke Entspannung der Beitragsentwicklung im PKV-Neugeschäft der vergangenen Jahre, sei vor allem dem „Beitrags-Reset“ durch die neue Unisex-Tarifgeneration in 2012 zu verdanken. Nun komme die junge Tarifgeneration langsam in die Jahre und mit zunehmendem Alter der Tarife fiele die BAP naturgemäß höher aus. Die diesjährigen Beitragsanpassungen lägen – wie bereits in der Vergangenheit auch – hauptsächlich am medizinischen Fortschritt und an der Alterung des Bestands, so die weitere Schlussfolgerung.

BU-Studie

„Die Menschen versichern ihr Smartphone, aber nicht ihre Arbeitskraft“

Die Berufsunfähigkeit (BU) bleibt für die Deutschen eine der größten finanziellen und zugleich am stärksten unterschätzten Gefahren. Das zeigen Untersuchungen der Deutschen Aktuarvereinigung (DAV). Demnach wird bis zum Renteneintritt jeder Vierte mindestens einmal in seinem Arbeitsleben berufsunfähig. Besonders drastisch ist der Anstieg bei jungen Frauen. „Ohne eine entsprechende Absicherung sind das für die meisten kaum zu kompensierende Einschnitte im Haushaltseinkommen und für Alleinverdiener oder Singles kann das sogar den Ruin bedeuten“, fasst der DAV-Vorstandsvorsitzende Dr. Herbert Schneidemann die Situation zusammen. Schneidemann zeigt sich überrascht, dass es bei über 45 Millionen Erwerbstätigen hierzulande nach Daten des GDV im Jahr 2019 gerade rund 17 Millionen Versicherungsverträge gab, die gegen eine Invalidität absichern.

„Die Menschen versichern ihr Smartphone, aber nicht ihre Arbeitskraft und damit ihre Existenzgrundlage“, mahnt Schneidemann. Dabei hat das Risiko,



Dr. Herbert Schneidemann

berufsunfähig zu werden, teilweise sogar zugenommen. So haben Frauen bis zu ihrem 40. Geburtstag im Vergleich zur vorangegangenen Untersuchung vor 20 Jahren ein um über 30 Prozent erhöhtes BU-Risiko.

„Denn in dieser Versicherten-Gruppe sind laut Daten der Rentenversicherung erheblich mehr Schadenfälle aufgrund psychischer Erkrankungen festzustellen“, so Schneidemann. Bei Männern gibt es in dieser Altersgruppe keine signifikanten Veränderungen. Erfreulich: Bei Männern wie Frauen über 40 Jahre sank die Wahrscheinlichkeit, berufsunfähig zu werden.

Sustainable Insurance

Kunden erwarten von Versicherungen Nachhaltigkeit

Über 70 Prozent der Verbraucher erwarten von Versicherungen, dass diese mit ihren Produkten nachhaltiges Verhalten fördern. Das zeigt das aktuelle Stimmungsbarometer der Unternehmensberatung Bearingpoint zum Thema „Sustainable Insurance“, das in Deutschland, Österreich und der Schweiz erhoben wurde.

Dass Versicherungsunternehmen eine wichtige Rolle bei der Förderung von Nachhaltigkeit spielen, ist bei der großen Mehrheit der Verbraucher angekommen. Für 71 Prozent der Deutschen, 80 Prozent der Österreicher und 81 Prozent der Schweizer sollten Versicherungen mit ihren Produkten nachhaltiges Verhalten fördern. Vielen Menschen ist in dem Zusammenhang sehr wichtig, wie die Nachhaltigkeit von den Versicherungen genau umgesetzt wird. Besonders wichtig ist den Verbrauchern das Thema Umweltschutz. Gefragt nach den für sie wichtigsten Themen stehen Investitionen in Umweltschutz und in nachhaltige Projekte ganz oben auf der Liste. Auch Ehrlichkeit und Transparenz spielen für die Verbraucher eine sehr große Rolle.

46 Prozent der Deutschen, 58 Prozent der Österreicher und 53 Prozent der Schweizer glauben, dass Produkte mit nachhaltiger Ausrichtung bereits grundsätzlich im Markt angeboten

werden. Für 49 Prozent der Deutschen, 49 Prozent der Österreicher und 47 Prozent der Schweizer an, kein Versicherungsprodukt kaufen zu wollen, das aufgrund seiner nachhaltigen Ausrichtung womöglich eine niedrigere Rendite verspricht. 53 Prozent der Deutschen, 60 Prozent der Österreicher und 62 Prozent der Schweizer befürworten, dass Versicherungen bei der Prämienkalkulation nachhaltiges Verhalten der Kunden berücksichtigen. In allen drei Ländern wollen aber 40 Prozent genau wissen, wie Versicherungen hierbei vorgehen und haben klare Vorstellungen.

Am wichtigsten sind ihnen ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis, Transparenz, Gerechtigkeit und nachvollziehbare Bewertungssysteme. Eine preisliche Bestrafung weniger nachhaltigen Verhaltens sei nicht Aufgabe einer Versicherung sagen in Deutschland 31 Prozent, in Österreich 30 Prozent und in der Schweiz 24 Prozent. Für 35 Prozent der Deutschen, 38 Prozent der Österreicher und 33 Prozent der Schweizer ist es Aufgabe staatlicher Regulierung zu definieren, was ein nachhaltiges Produkt ist und was nicht. Dies solle über Marktstandards festgelegt werden, finden dagegen rund 20 Prozent der Befragten in allen drei Ländern. Unternehmen sollten dies in Selbstverpflichtung entscheiden können, finden dagegen zehn Prozent der Deutschen, 14 Prozent der Österreicher und elf Prozent der Schweizer. Generell gegen Vorgaben zur Einstufung nachhaltiger Produkte sprechen sich etwa jeder siebte Deutsche, jeder neunte Österreicher und jeder sechste Schweizer aus.

„Die große Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher erwartet von Versicherungen, dass sie ihrer Verantwortung für Nachhaltigkeit gerecht werden und stärker Nachhaltigkeitsaspekte in ihren Produkten verankern. Das zeigt unser Stimmungsbarometer deutlich“, bilanziert Giso Hutschenreiter, Partner und Versicherungsexperte bei Bearing Point. Es zeige sich aber auch, dass Kundinnen und Kunden wissen wollten, wie

Nachhaltigkeit in die Prämienkalkulation einfließt. Hier erwarten sie große Transparenz und Nachvollziehbarkeit bei der Produktgestaltung. „Das Interesse für nachhaltige Produkte ist da. Doch die Versicherer müssen genau informieren und erklären, was das für ihre Kundinnen und Kunden im Einzelnen bedeutet. Denn Nachhaltigkeit ist aus Kundensicht kein Freifahrtschein, einfach die Preise erhöhen zu können. Zudem sticht die Rendite bei allen Altersgruppen nach wie vor das Thema Nachhaltigkeit“, so Hutschenreiter.

„Die Mehrheit der Verbraucher erwartet von Versicherungen, dass sie ihrer Verantwortung für Nachhaltigkeit gerecht werden.“



werden. Für jeden dritten Deutschen (34 Prozent) würde inzwischen das Angebot nachhaltiger Produkte die Versicherungswahl beeinflussen. 48 Prozent verneinen dies. Anders sieht es in Österreich und in der Schweiz aus. Für 47 Prozent der Österreicher und 46 Prozent der Schweizer spielt das Angebot nachhaltiger Produkte eine Rolle für die Wahl der Versicherung.

In Sachen Geld scheint für viele Versicherungskunden der Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit aufzuhören. So geben 53

KOSTENLOS
für Berater

Finanzberater Philipp K. berät
aus seinem Homeoffice

Julia M. folgt der Beratung aus
ihrem gemütlichen Wohnzimmer

UNSERE PARTNER

asuco

PROJECT
Investment

RWB
Spezialist für Private Equity

SOLVIUM ✓

Walnut Live

Die Online-Beratungsplattform mit digitaler Zeichnung
für AIF und Vermögensanlagen.

LIVE BERATUNG

Die einzigartige Live Beratung bringt den Berater per Laptop oder Tablet direkt auf die Couch des Kunden. Unsere Live Beratung ist mehr als einfaches Screen-Sharing.

Persönlich. Digital. In Echtzeit.

DOKUMENTATION AN BORD

Protokollierung aller Schritte und intelligente Plausibilitätsprüfungen erleichtern Ihren Beratungsalltag. Taping inklusive.

Einfach. Sicher. Dokumentieren.

ONLINE ZEICHNUNG

So verpassen Sie keinen Abschluss mehr. Die digitale Zeichnung ist direkt in die Live Beratung integriert. Digitale geldwäscherechtl. Legitimationsprüfung inklusive.

Online. Direkt. Zeichnen.

CRM BASICS

Leads produktspezifisch erfassen, Kunden gewinnen. Angebote, Anträge und Prognosen generieren. Beratung protokollieren.

Online. Einfach. Flexibel.

JETZT AUSPROBIEREN UNTER:
www.walnut.live



Michael Krebbers,
Stuttgarter: „Es gilt, neue
digitale Services mit der
bewährten, persönlichen
Beratung zu verbinden.“



„BOOTS ON THE GROUND“

Die Coronapandemie hat den digitalen Wandel massiv beschleunigt. Digitale Geschäftsmodelle und hybrider Vertrieb profitieren vom Wandel. Doch wie werden Vermittler in die Digitalstrategien der Versicherer eingebunden? Und welche Rolle spielen Plattformen und Ökosysteme?

Die digitale Transformation war bereits vor der Coronapandemie ein Megatrend. Die vergangenen 16 Monate waren schließlich der Turbo für den technologischen Umbruch und haben den Wandel massiv angeschoben. Das mehrfache Herunterfahren des öffentlichen Lebens während der Pandemie hat Kunden nicht nur scharenweise zu Versandhändlern wie Amazon getrieben. Auch die Nachfrage nach Versicherungen hat sich deutlich in Richtung digitaler Informationen und Abschlüsse verschoben. Das belegt das neue Insurtech-Radar 2021 der Unternehmensberatung Oliver Wyman und Policen Direkt. Danach konnten 80 Prozent der endkundenorientierten B2C-Insurtechs mehr Kunden gewinnen, als vor der Pandemie. „Über 20 Prozent konnten die Zahl ihrer Neukunden sogar um mehr als 50 Prozent steigern“, erklärt Dr. Dietmar Kottmann, Co-Autor und Partner bei Oliver Wyman und Leiter für das Versicherungsgeschäft in Deutschland.

Doch nicht nur bei Endkunden konnten die Insurtechs neue Pflöcke einrammen. Bei Insurtechs, deren Primärkunde die etablierte Versicherungswirtschaft ist, sogenannte B2B2C-Modelle, war die Entwicklung noch ausgeprägter: Über 80 Prozent von ihnen gewannen mehr Vertragspartner als vor der Pandemie, über ein Drittel notierten sogar einen Zuwachs von mehr als 50 Prozent. „Dies ist eine deutliche Indikation, dass es bei Versicherern eine erhöhte Nachfrage nach digitalen Versicherungsleistungen gibt und diese verstärkt Lösungsangebote von Insurtechs suchen und nutzen“, stellt Kottmann fest.

Zukaufen oder selbst mitgründen, was sich in den Strukturen im eigenen Haus nicht selbst entwickeln lässt, lautet die Devise. Wie stark sich die etablierten Versicherer engagieren, zeigt die neue Studie ebenfalls. Vor allem die Neocarrier, die klassische Versicherungsprodukte digital neu interpretieren, sind im Fokus. „Neocarrier sind das heimliche Spielfeld der Assekuranz geworden. Bei mindestens 18 Insurtechs ist die etablierte Versicherungswirtschaft stark engagiert“, erklärt Dr. Nikolai Dördrechter, Co-Autor, Insurtech-Experte und Co-Founder der Policen Direkt-Gruppe. Insurtechs hätten einen wesentlichen Beitrag zum Umdenken in der Branche geleistet und wichtige Impulse gesetzt. „Und sie haben gestandene Vorstände im fortgeschrittenen Alter dazu bekommen, sich mit den Chancen der Digitalisierung und deren Notwendigkeit ernsthaft auseinanderzusetzen. Insurtechs sind zu einer

treibenden Kraft der digitalen Transformation der Branche geworden. Zu Recht kann man den Insurtechs hierbei eine Katalysator-Rolle zusprechen“, sagt Dördrechter.

Aber nicht nur Insurtechs haben gewonnen. Auch bei etablierten Versicherern blieben die Produktivitätseinbrüche aus. Für Dr. Dirk Schmidt-Gallas, Senior Partner und Leiter des Versicherungs-Practice bei der Unternehmensberatung Simon-Kucher, ist es schon bemerkenswert, dass die Versicherer plötzlich Dinge realisieren konnten, die vorher gefühlt zwei Jahre gedauert haben. „Die ansonsten mitunter schwerfällige Branche hat im vergangenen Jahr erstaunlich schnell auf die Coronakrise reagiert“, so Schmidt-Gallas. Das ist in der Tat bemerkenswert, da die Versicherungswirtschaft gemeinhin nicht als besonders innovativ und anpassungsfähig gilt. Neodigital Vertriebsvorstand Stephen Voss zeigt sich indes wenig überrascht von der Entwicklung: „In einem Markt, der plötzlich einen Großteil seiner Kundeninteraktion verloren hat, führte die Pandemie dazu, das eigene Vertriebsmodell zu schärfen und mögliche Schwachstellen in der durchgehenden Digitalisierung im Vertrieb aber auch im Betrieb und Schaden zu identifizieren und Anpassungen vorzunehmen. Einige digitale Lücken in den Geschäftsmodellen der etablierten Versicherungsunternehmen haben sich in der Pandemie offenbart. Diese können nun geschlossen werden.“

Neocarrier, die Versicherungsprodukte digital neu interpretieren, sind im Fokus der etablierten Versicherer.

Spannend wird nun, in welchen Bereichen der Versicherungswirtschaft die Digitalisierung zu neuen Impulsen führt. „Die Pandemie hat klar gezeigt, dass bei fast allen Marktteilnehmern dringender Handlungsbedarf besteht“, sagt Dr. Sebastian Grabmaier, Vorstandsvorsitzender von Jung, DMS & Cie (JDC). Dabei seien die Herausforderungen für Pools und deren Vertriebspartner sowie für Versicherer letztlich nahezu identisch. „Es gilt einerseits Kunden, die im Internet nicht nur Informationen suchen, in Form von einfachen Online-Abschlussstrecken Lösungen anzubieten, und andererseits auch allen anderen Kunden in Form von einfachen Übersichten und Transaktionsmöglichkeiten über Smartphone, Ta-



blet oder PC einen digitalen Standard zu bieten, den sie von den meisten anderen Branchen bereits gewohnt sind“, erklärt Grabmaier. Denn Versicherungskunden verstehen nicht, warum eine amerikanische Plattform einen Liter Milch in zwei Stunden vor die Haustüre liefern könne, eine marktführende Versicherung aber für eine E-Mail mit einer Versicherungspolice zwei Wochen brauche. Grabmaier hat vollkommen recht. Denn wie kann es sein, dass ich eine Rechnung für eine einfache Zahnreinigung per App bei meiner Zahnzusatzversicherung zwar digital einreichen kann, dann aber rund sechs Wochen auf die Erstattung warten muss?



Herrmann Schrögenauer, LV 1871: „Wir helfen, den digitalen Fußabdruck zu vergrößern.“

„Die Kunden sind hier schon konditioniert. Wie gut oder wie schlecht ein Versicherer hierauf eingestellt ist, ist nicht mehr die Frage. Sie müssen sich darauf einstellen. Zeit wird zu einem immer wichtigeren, weil konkret erlebbaren Servicefaktor. Da wird und muss der Vertrieb mitziehen“, sagt Voss.

Fakt ist, dass sich in den vergangenen Jahren das Konsumverhalten der Kunden

entlang der Customer Journey verändert hat. Die Pandemie hat den Trend weiter forciert. „Spätestens seit Covid-19 haben die Vermittler die Notwendigkeit erkannt und die Leistungsfähigkeit digitaler Vertriebstools schätzen gelernt. Mehr noch: Vermittler wie Kunden haben erleben können, dass man sich nicht immer nur persönlich treffen muss. Für Vermittler schafft das die Möglichkeit, anstatt drei bis vier Kundenterminen plötzlich zehn Termine zu vereinbaren, ein enormer Effizienzgewinn. Nach der Pandemie wird es sicher wieder mehr persönliche Treffen geben, aber die digitale Komponente, die Beratung wird hybrid bleiben. Insofern sind viele Vermittler schon digitalaffiner, als man vermuten würde“, zeigt sich Dördrechter, überzeugt.

War früher „boots on the ground“, das entscheidende Kriterium für den vertrieblichen Erfolg, hat der Digitalisierungsturbo die Karten im Markt neu gemischt. Das hat Auswirkungen auf die Arbeit der Vermittler, die sich nun neu aufstellen müssen. „Das digitale Geschäft wächst weiter und entwickelt sich dynamisch. Die Pandemie hat aber auch einmal mehr deutlich gemacht, dass die meisten Kunden auf ihre persönlichen Berater nicht verzichten wollen, auch wenn sie die Annehmlichkeiten der Digitalisierung gerne nutzen. Hier gilt es, neue digitale Services mit der bewährten persönlichen Beratung zu verbinden“, sagt Peter Stockhorst, Vorstand Direct & Digital bei der Zurich Gruppe Deutschland. „Eine starke Positionierung der Vermittler im Web ist für die zunehmend digitale Zukunft entscheidend. Die

Kunden sollen sich beim Partner nicht nur informieren, sondern auch kaufen können. Dafür müssen sie ganz einfach mit ihrem Berater interagieren können“, ist sich Stockhorst sicher. Bei der Umsetzung der digitalen Transformation arbeitet der Versicherer mit den Vermittlern eng zusammen. „Es ist unser Anspruch, unseren Vermittlern eine wettbewerbsfähige Website zur Verfügung zu stellen. Diese ist das neue Agentur-Schaufenster, denn der Erstkontakt entsteht mehr und mehr online“, formuliert der Digital-Vorstand den Anspruch.

Auch die LV 1871 unterstützt ihre Vertriebspartner, gerade weil die Orientierung im Digitalisierungsdschungel alles andere als einfach ist. „Mit unserem umfassenden B2B2C-Angebot helfen wir unseren Geschäftspartnern dabei, ihren digitalen Fußabdruck zu vergrößern und sich zukunftsfähig aufzustellen“, erklärt LV 1871-Vorstand Herrmann Schrögenauer. Es geht hierbei um Punkte wie die Sichtbarkeit im Netz, die Content-Entwicklung und das komplexe Thema Datenschutz (siehe auch Seite 92). Zudem spielt die Infrastruktur für Vermittler eine wichtige Rolle, denn für den einzelnen ist sie oft zu teuer oder es fehlt das technische Know-how. „Neben Web-Days, Online Summer und Winter Schools oder Ask-me-anything-Sessions haben wir deshalb im vergangenen Jahr auch das Digital Partner Programm und die LV 1871 Media Hubs als Teil unserer Filialdirektionen eingeführt. Neben den bekannten Vertriebservices werden Vermittler dort bei der Erstellung von audiovisuellem Content – vom Video-Einspieler über Social-Media-Content bis hin zu Podcasts – in einem professionell ausgestatteten Studio unterstützt. Gleichzeitig können sie die Infrastruktur der Media Hubs auch für Onlineberatung und -konferenzen nutzen. Es finden Trainings und Coachings durch die Experten und Expertinnen der LV 1871 vor Ort statt und es gibt Support bei Fragen zu Produkten und Services“, erklärt der Vorstand.

„Der persönliche Kontakt gerade in den beratungsintensiven Kerngeschäftsfeldern Leben und Unfall ist und bleibt wichtig.“

Ob diese Maßnahmen allerdings auf fruchtbaren Boden fallen, dürfte nicht zuletzt auch von der digitalen Affinität und dem digitalen Reifegrad der Vermittlerinnen und Vermittler abhängen. „Größere Vermittler schätzen die Effizienzvorteil digitaler Verkaufs- und Kommunikationsstrecken. Und auch die Schnelligkeit digitaler Ende-zu-Ende-Strecken“, weiß Stuttgarter Chief Operation Officer Michael Krebbers. Einzelvermittler, die sehr lange in analogen Abschlussstrecken erfolgreich waren, tun sich dagegen mit rein digitalen Lösungen schwerer. „Das liegt zum einen am fehlenden digitalen Mindset und zum anderen an den Rückkosten der Digitalisierung“, sagt der Experte.

Unabhängig davon bleiben die „Boots on the ground“ ein wichtiges Kriterium für den vertrieblichen Erfolg. Davon ist auch Krebbers überzeugt. Natürlich hätten sich Videoberatung sowohl B2B als auch B2C etabliert und Online-Seminare seien im B2B-Bereich zum Standard entwickelt. „Der persönliche Kontakt gerade in den beratungsintensiven Kerngeschäftsfeldern Leben und Unfall ist und bleibt wichtig. Hier wird sich die Zukunft hybrid gestalten: mit und ohne medial-digitale Unterstützung“, argumentiert Krebbers. Und erst wenn beispielsweise Chatbots in der Lage seien, auch komplexe Beratungssituationen der Altersvorsorge zu meistern, würden Vermittler und Versicherer den

„Wer sich für die Digitalisierung entscheidet, aber keine Kenntnis mitbringt, braucht starke Partner“

Ein Kommentar von Dr. Philipp Kanschik, Geschäftsführer von Policen Direkt

Die Gewinner der Corona-Krise im Vermittlermarkt sind vergleichsweise schnell gefunden: da sind einige Insurtechs, die mit Rekordfinanzierungsrunden aufwarten konnten. Da sind zum anderen die immer selbstbewusster werdenden Maklerpools, von denen mehr als 75 Prozent laut aktuellem Pool-Radar einen stärkeren Zulauf von Vermittlern erwarten. Und nicht zuletzt liest man auch 2021 von Großmaklern und Maklerketten weiter zahlreiche Erfolgsmeldungen über Zukäufe und Wachstum.

Diese kurze Liste zeigt, dass die Corona-Krise zur Digitalisierung und Konsolidierung im Vermittlermarkt beiträgt. Zahlreiche kleinere Einzelmakler sind hingegen Krisenverlierer, weil sie die Vorzüge der digitalen Vertriebswege noch nicht in ihr Geschäftsmodell integrieren konnten. Die überwiegende Mehrheit dieser Makler ist 55 Jahre und älter und steht im Herbst der Karriere vor enormen Herausforderungen – neben der Digitalisierung vor allem auch die zunehmende Regulierung unserer Profession. Manch einer winkt ab und sagt, „die paar Jahre wird es schon noch gehen.“ Angesichts immer strengerer Beratungs-, Dokumentations- und Weiterbildungspflichten ist das äußerst fahrlässig. Dass hier tatsächlich Strafen drohen, zeigt ein aktueller Bericht der europäischen Versicherungsaufsicht. Mehr als 1.000 Vermittler haben so bereits ihre Erlaubnis verloren.

Dabei sollte gerade auch mit Blick auf die Nachfolge klar sein: Der Wert eines Unternehmens bemisst sich allein darin, ob und wie erfolgreich es an einen Nachfolger übergeben werden kann. Und je digitaler und rechtssicherer ein Versicherungsmakler aufgestellt ist, desto erfolgreicher wird er in der heutigen Zeit sein und desto leichter kann er sein Geschäft einem potenziellen Nachfolger übergeben. Überwiegend analoge Versicherungsmakler können ihrem Bestand dagegen fast beim Dahinschmelzen zuschauen – sofern die Excel-Listen regelmäßig gepflegt werden. Sie haben aber trotzdem die Wahl und sollten eine schnelle und klare Entscheidung treffen: entweder jetzt digitalisieren oder eben jetzt den Bestand abgeben. Egal in welche Richtung es gehen soll: durch Warten ist nichts gewonnen.

Wer sich für die Digitalisierung entscheidet, aber keine entsprechenden Kompetenzen mitbringt, wird einen starken Partner brauchen. Wer dieses Projekt direkt mit seinem Nachfolger angeht, erhält eine speziell auf den Kundenstamm und Nachfolgefähigkeit abgestimmte Digitalisierungsstrategie. Schließlich besteht ein gemeinsames Interesse am Erhalt des Bestandes.



Dr. Philipp Kanschik,
Policen Direkt

BU: Leistung ohne Kompromisse

Verständlich. Einfach. Fair.

Mehr erfahren Sie unter:
[dialog-versicherung.de](https://www.dialog-versicherung.de)



- ✓ **Verständlich**
Bei der Dialog wissen Kunden genau, was Sache ist.
- ✓ **Einfach**
Bei der Dialog haben es Kunden im Leistungsfall leicht.
- ✓ **Fair**
Bei der Dialog können sich Kunden auf eine offene, ehrliche und kompetente Bearbeitung verlassen.

Ein Unternehmen der



GENERALI

Dialog Lebensversicherungs-AG
Stadtberger Str. 99, 86157 Augsburg

nächsten Schritt in der Evolution gehen. Ähnlich sieht es JDC-CEO Grabmaier: „Manche Versicherungslösungen brauchen in der Tat wenig Beratung und können vom Endkunden problemlos online erledigt werden. Dagegen sind viele Produkte, die langfristig angelegt sind und wichtige Bereiche des Lebens betreffen – etwa in der Altersvorsorge oder dem Portfoliomanagement – erklärungsbedürftig, und hier wollen Endkunden auch eine kompetente, persönliche Beratung.“ Insofern sei auch in der zunehmend digitalisierten Vertriebswelt ein enger Kundenkontakt weiter wichtig. „In einem hybriden Modell allerdings in



Peter Stockhorst, Zurich: „Die Webseite wird das neue Agenturschaufenster.“

Kombination mit innovativer, digitaler Vertriebs-technologie“, so Grabmaier.

Ende Juni 2021 arbeiteten 199.645 Vermittlerinnen und Vermittler in der Branche. 2018 waren es rund 11.000 mehr. Nicht nur Versicherer, sondern auch Pools, Vertriebe und besonders Vermittlerinnen und Vermittler bekommen den Kostendruck zu spüren. Sie suchen neue Vertriebsansätze.

ze. „Ich befürchte, dass der eine oder andere in den nächsten Jahren unter die Räder kommen wird. Einfach, weil er mit der Schnelligkeit der Transformation nicht mehr Schritt halten kann“, sagt Melanie Freund, Leiterin des Fachbereichs Schaden, Unfall, Haftpflicht beim Hamburger Analysehaus Softfair.

Eine Studie von Oliver Wymann erwartet, dass der Vertrieb sich bis 2030 deutlich verändern wird. „Die größte Änderung wird sich im ungebundenen Vertrieb – also Maklern, Banken aber auch Vertrieben ergeben. Denn der wird in 2030 zu 63 Prozent Plattformen einsetzen“, sagt Oliver Wymann-Partner Kottman. 2018 lag die Vergleichszahl nur bei nur 23 Prozent.

„Das wird die Branche verändern. Plattformen sorgen für mehr Transparenz und einen unmittelbareren Wettbewerb. Versicherer, die sich auf diese entstehenden Plattformökonomie nicht ausrichten, werden es schwer haben“, zeigt sich der Experte überzeugt.

Eine entscheidende Rolle wird hierbei die Implementierung von Künstlicher Intelligenz spielen. „Künstliche Intelligenz ist eine Schlüsselkompetenz. Nicht mehr nur in der Konvertierung von analogen Prozessen, sondern auch im Vertrieb. Manche Vertriebs-Plattformen arbeiten bereits mit Systemen, die unter Einsatz von KI das Datenmanagement und die Pflege von Bestandsdaten –

beispielsweise bei der Zusammenführung von Kundendaten – unterstützen. Im Versicherungsmodell der Zukunft werden deutlich mehr Prozesse auf Plattformen ausgelagert, so dass alle Beteiligten von deren Effizienz und Schnelligkeit profitieren“, prophezeit Mobilversichert-Geschäftsführer Dr. Mario Herz.

„Financial Homes bieten Lösungen für alle Finanz- und Versicherungsfragen aus einer Hand. Convenience, Bequemlichkeit, zählt.“

JDC arbeitet mittlerweile mit einer Plattformtechnologie. „Dadurch sind wir sehr gut aufgestellt, weil wir etwa über unsere Finanz- und Versicherungs-App „allesmeins“ und über unser innovatives Verwaltungsprogramm „iCRM“ sowohl Kunden als auch Vermittlern marktführende, digitale Tools zur Verfügung stellen. Damit können bei uns angeschlossene Makler und Mehrfachagenten Ihren Kunden ein so genanntes „Financial Home“ bieten, über das sämtliche Finanz- und Versicherungsbelange für deren Kunden transparent angezeigt und abgewickelt werden können“, sagt Grabmaier.

Die Studie von Oliver Wymann sagt, dass der Trend zum Financial Home das Potenzial habe, die etablierten Beziehungen zwischen Anbietern und Kunden in der Finanz- und Versicherungsbranche aufzubrechen und die Marktanteile neu zu verteilen. Die neuen Technologien, schufen smarte, vernetzte Ökosysteme oder Plattformen, die Kundenbedürfnisse adressierten. „Financial Homes bieten Lösungen für alle Finanz- und Versicherungsfragen aus einer Hand an. Das ist für viele Kunden zunehmend attraktiv – ähnlich einer Pauschalreise. Alles kommt aus einer Hand und ist aufeinander abgestimmt. Convenience, also Bequemlichkeit, zählt“, bestätigt auch Krebbers.

Die Attraktivität des Financial-Homes-Ansatzes liegt für Versicherer darin, dass sie von hohen Zugriffsfrequenzen profitieren können und sichtbarer sind als im Rahmen singulärer Lösungen. Eine Herausforderung dürfte für die Unternehmen allerdings sein, dass sie – wie im Fall von JDC – nur Zulieferer sind. „Hier ist Exzellenz ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Versicherer, die nicht selbst Anbieter beziehungsweise Betreiber eines Ökosystems sind. Das gilt für Produkte, Prozesse und die Services“, gibt Krebbers zu bedenken. Zustimmung kommt von Neodigital-Vorstand Voss: „Das Produkt spielt nur einen Teil der Rolle. Dazu kommen noch die digitale Verarbeitbarkeit, agile Einbindung in bestehende technologische Systeme, zeitgleiche synchrone Verarbeitung sowie performante Schnittstellen.

Wer als Versicherer diese Attribute beherrscht, ist dann auch nicht mehr austauschbar. Allerdings bedeutet das auch im Umkehrschluss: einzig ein gutes Produkt anzubieten, reicht nicht mehr.“

Voss ist sicher, dass der Vertrieb sich mit dieser Konkurrenz auseinandersetzen wird. „Es wird zu Verschiebungen kommen. Vermittler, die sich auf ihre Kernkompetenz „Beratung“ konzentrieren und damit das Vertrauensverhältnis zum Kunden halten, werden hier weiterhin ihren Platz im Markt haben“, ist Voss überzeugt.



Autor: Jörg Droste, Cash.

EXPORO AG

Exporo startet nächste Evolutionsstufe: Vermögensaufbau mit PROPVEST

Welche Ziele verfolgen Sie mit der neuen Plattform „Propvest“?

Brunke: Nachdem Exporo Bestand sehr erfolgreich angelaufen ist, gehen wir mit dem Markteintritt von PROPVEST und der damit einhergehenden Diversifizierung sowie dem Ausbau unseres Produktangebots den nächsten konsequenten Schritt in Richtung Wachstum und Weiterentwicklung unserer Unternehmensstrategie. Ziel dieser ist es, den Markt für Immobilienanlagen nachhaltig zu verändern und mit dem Zugang zu Renditen mit Bestandsimmobilien, wie PROPVEST ihn bietet, ist die nächste Evolutionsstufe erreicht.

Warum ist dafür eine weitere Plattform erforderlich? Machen Sie sich damit nicht selbst Konkurrenz?

Brunke: Mit der eigenen Plattform PROPVEST möchten wir Privatanlegern nun das „beste“ Anlageprodukt für einen langfristigen Vermögensaufbau mit Bestandsimmobilien inkl. Immobilien-Sparplan bieten. Dabei wird Exporo Bestand im Laufe einer Übergangsphase mit der PROPVEST-Plattform verschmelzen, sodass auf exporo.de schlussendlich nur noch kurzfristige Finanzierung von Immobilienprojekten angeboten werden, die sich an risikoaffinere Investoren richtet. Zusammengefasst: Die beiden Plattformen ergänzen sich vielmehr gegenseitig, als dass sie konkurrieren. Und dennoch halten wir eine klar getrennte Positionierung für den Anleger sehr sinnvoll.

Werden alle oder nur ausgewählte Exporo-Projekte der Produktlinie „Bestand“ auch über Propvest angeboten?

Brunke: Bei PROPVEST setzen wir konsequent auf die hocheffiziente tokenbasierte Struktur, also digitale Wertpapier mit Transaktionen in Echtzeit. Folglich werden alle neuen Anlagen auf PROPVEST verfügbar sein, anfangs aber auch noch bei Exporo für bestehende Anleger -wobei diese auch heute schon automatisch Zugang zu PROPVEST haben. Mit der Zeit wird dann die Produktlinie „Bestand“ nur noch über PROPVEST angeboten. Ebenso werden zeitnah alle tokenisierten, bestehenden „Bestands“-Angebote über den Handelsplatz verfügbar sein.

Wird das Geld bei einem Sparplan gleichmäßig auf alle verfügbaren Projekte verteilt, oder gibt es eine Gewichtung, zum Beispiel in Abhängigkeit von der Risiko-Einstufung der Projekte und/oder nach einem gewählten Risikoprofil des einzelnen Anlegers?

Brunke: Der PROPVEST Immobilien-Sparplan ist ein Robo Advisor für Immobilien, aber der Anleger definiert vorab selbst seine persönlichen Anlagekriterien, wählt seinen

monatlichen Sparbetrag und erstellt abschließend seinen Immobilien-Sparplan. Anschließend wird immer zum 15. eines Monats der Sparbetrag eingezogen und das freie Kapital automatisch in ausgewählte Bestandsimmobilien angelegt. Das Besondere: Anleger können sich auch mehrere Sparpläne anlegen, um z.B. auf konkrete Ziele zu sparen, oder einen Sparplan für die Kinder zu erstellen. Zukünftig wird es dann auch weitere Auswahlkriterien geben, in welche Form von Bestandsimmobilien automatisch investiert werden soll.

Anleger haben auch die Möglichkeit, individuell einzelne Projekte auszuwählen. Welche Vorteile bietet die Zeichnung bei Propvest?

Brunke: Neben dem automatisiert diversifizierten Ansatz beim PROPVEST Immobilien-Sparplan ermöglicht dabei das Anlageprodukt PROPVEST Select auch

denjenigen Nutzern, die besonders viel Wert auf Selbstbestimmung bei ihrer Immobilienanlage legen, sich einzelne Objekte vorab detailliert anzusehen, darauf basierend individuelle Entscheidungen zu treffen und so von attraktiven Bestandsimmobilien ihrer Wahl zu profitieren.

Hierbei handelt es sich dann auch im Vergleich zum Sparplan um eher höhere Einzelinvestments, die unregelmäßig investiert werden - je nach verfügbarem Anlagekapital. Schon heute haben wir aber viele Anleger, die sowohl monatlich automatisch kleinere Beträge investieren, parallel aber auch immer wieder größere Einzelinvestments tätigen.

Als Ergänzung zum eigenen Asset Management Team haben wir außerdem parallel bereits sehr erfahrene externe Asset Manager an unsere Plattform angebunden. Dies nicht nur mit dem Ziel, die Expertise zu verbreitern, sondern auch, um den Zugang zu einer Vielzahl von attraktiven Immobilien sicherzustellen. Mittelfristig wollen wir bis zu 10 neue Bestandsimmobilien monatlich auf die Plattform bringen.

Simon Brunke,
Co-CEO und
Gründer
Exporo AG



Kontakt: Exporo AG, Am Sandtorkai 70, 20457 Hamburg, Tel.: +49 (0) 40 / 210 91 73 00, E-Mail: info@exporo.com, www.exporo.de, www.propvest.de

„ES KOMMT KÜNFTIG AUF DAS RISIKOPORTFOLIO DES KUNDEN AN“

Martin Gräfer ist ein Mann klarer Worte und glaubt, dass die Riester-Rente eine Zukunft hat. Auch weil die gesetzliche Rente nicht mehr sicher ist. Cash. traf den Vorstandsvorsitzenden der Bayerischen. Ein Gespräch über die Coronapandemie, digitale Transformation, Senkung des Garantiezinses und die Zukunft der Altersvorsorge. Teil 1 des Cash.-Sommerinterviews.

Die Coronapandemie begleitet uns seit über 18 Monaten. Wie hat sich das Auf und Ab auf die Bayerische ausgewirkt?

Gräfer: Nachdem der erste Lockdown spürbare Folgen hatte, haben wir überlegt, was die Auswirkungen auf der ökonomischen Seite, bei der Kapitalanlage und auf der vertrieblichen Seite sind. Und haben vorsorglich ein Hilfspaket für unsere Vertriebspartner aufgelegt. Wir haben die Kosten, die wir für ausgefallene Veranstaltungen wie die DKM oder andere Events eingespart haben – das ist ein relativ großer Kostenblock – Eins zu Eins haben wir stattdessen für eine temporäre Erhöhung von Provisionsfaktoren genutzt. Die Sorge war glücklicherweise völlig unberechtigt. Das Jahr 2020 und das erste Halbjahr 2021 sind vertrieblich viel besser gelaufen, als gedacht. Wir haben in nahezu allen Bereichen alle Pläne erfüllt. Zum Teil haben wir das Vorjahr sogar übertroffen. Bei der Kapitalanlage haben wir nahezu keine spürbaren Einflüsse, weil wir uns 2019 im Wesentlichen von allen Aktienpositionen getrennt hatten. Nicht weil wir eine Glaskugel hatten, sondern die Kapitalanlagestrategie hinsichtlich der HGB-Bilanz beziehungsweise Solvency-II-Bilanz neu justiert haben.

Sie sagten gerade, dass Sie die Aktienpositionen abgebaut haben. Bereuen Sie das nicht vor dem Hintergrund der Entwicklungen im zweiten Halbjahr 2020. Zudem kritisiert auch die Kölner Ratingsagentur Assekurata die sehr zögerliche Aktienstrategie der Versicherer.

Gräfer: Assekurata sagt, die Versicherer sind bei Aktien zu konservativ in der Kapitalanlage. Wenn Sie unser Assekurata-Rating für die BL und BBV-L lesen, dann sind wir aus Sicht der Ratingsagentur eine rühmliche Ausnahme bei der Kapitalanlagestrategie. Denn wir sind dort deutlich offensiver. Das merkt man an der Quote für Staats- und Unternehmensanleihen. Dort sind wir sehr zurückhaltend. Mit einer hohen Solvenzquote kann man Marketing machen, aber keine Zinsversprechen erfüllen. Wir wollen eine Balance aus einer angemessenen hohen Solvenzquote und auf der anderen Seite einer hohen Verzinsung. 2020 haben wir unseren Kunden sowohl bei der Run-off-Gesellschaft als auch bei der operativen Gesellschaft 5,2 Prozent geboten. Das liegt definitiv nicht an einer defensiven Kapitalanlagestrategie. Unsere Immo-

bilienquote liegt deutlich oberhalb des Marktes, zwischen 14 und 17 Prozent. Zudem sind wir bei Pfandbriefen und Hypothekendarlehen investiert, aber nicht im privaten Sektor. Das zeigt schon, dass da eine Menge Potenzial besteht. Aktien müssen mit 46 Prozent Eigenkapital hinterlegt werden. Immobilien nur mit 25 Prozent. Im Mittelpunkt steht immer: Was will ich erreichen? Und da passt zu einem Lebensversicherer die Immobilie besser als die Aktie.

Sie haben in die Digitalisierung investiert. Was waren denn die digitalen Stellschrauben, die letztlich dazu beigetragen haben, dass Sie erfolgreich waren. Was waren die radikalen oder besser die bedeutenden Veränderungen?

Gräfer: Bleiben Sie ruhig bei radikal. Sie haben ihr Büro im Dachgeschoß und es wäre uns vor drei Jahren nicht eingefallen, ein Interview in der virtuellen Form über ein Videokonferenztool zu führen. Obwohl die Technik vor drei Jahren bereits vorhanden war. Mein Arbeitsalltag hat sich in den vergangenen 18 Monaten radikal verändert. Die Menge der Gespräche hat sich verdreifacht. Es gibt deutlich mehr Interaktion. Und das ist den meisten im Vertrieb auch so gegangen. Die Vermittlerinnen und Vermittler sind viel anpassungsfähiger als vorhergesagt. Diejenigen, die diese Anpassung nicht mitnehmen und behaupten, ihre Kunden seien digital nicht gewillt, haben Unrecht. Meistens sind es nicht die Kunden, sondern die Berater. Diejenigen, die sich umgestellt haben, haben einen Mehrwert erlebt. Wir haben für Kunden, die in wirtschaftliche Schwierigkeit gekommen sind, in der Pandemie Programme entwickelt und über die digitalen Kanäle ausgespielt. Und wir hatten nur einen geringen Beitragsabrieb. Vor einigen Jahren haben wir über unsere Tochter IS2 die digitale Unterschrift in der Branche eingeführt. Und dieses ist bei uns auch intern eingezogen. Früher hatten wir das nur im Vertriebsprozess genutzt. Heute nutzen wir es für nahezu alle Unterschriften im Haus. Unterschriftenmappen gibt es kaum noch. Zudem haben wir das digitale Kundenkonto, dass wir erst 2021 bringen wollten, auf April 2020 vorgezogen. Mittlerweile nutzen das rund 100.000 unserer 1,1 Millionen Kunden. Diejenigen, die sich dafür entschieden haben, nutzen es sogar stärker als gedacht. *Wie gut setzt der Vertrieb die digitalen Mittel denn ein?*



Martin Gräfer:
 „Rund 80 Prozent
 der Vermittler nutzen
 digitale Hilfsmittel.
 Wer sich nicht
 umstellt, sortiert sich
 selber aus.“

Gräfer: Gut 80 Prozent der Vermittler nutzen die digitalen Hilfsmittel. Der Rest tut sich eher schwer damit. In unserem Exklusivvertrieb liegen wir bei rund 90 Prozent Digitalisierungsbefürwortern. Das betrifft nicht nur die digitale Kommunikation, sondern auch die digitalen Beratungswerkzeuge. Zehn Prozent können sie nicht überzeugen. Das ist natürlich ein Problem. Wir hatten Makler, die in der bAV tätig waren und jegliche Art digitaler Kommunikation ablehnen. Die hatten keinen Einbruch. Die hatten Null-Umsatz. Wer sich nicht umstellt, sortiert sich selber aus. Die 80 Prozent haben allerdings mehr Umsatz als früher. Sie überkompensieren die Umsatzrückgänge der anderen.

Zum 1. Januar sinkt der Höchsrechnungszins auf nur noch 0,25 Prozent. Welches Signal hat das für die Altersvorsorge und die Vorsorgebereitschaft?

Gräfer: Eigentlich gar keines. Es ist völlig egal, wie hoch der Rechnungszins ist. Es kommt künftig auf das Risikoportfolio des Kunden an. Wir haben eingangs über die Kritik von Assekurata gesprochen. Die gleiche Diskussion führe ich doch mit Ihnen als Kunde. Als 54-jähriger haben Sie für die Altersvorsorge nicht mehr viel Zeit. Und eine Garantie würde zu viel Rendite kosten. Es braucht entweder einen extrem hohen Sparbeitrag, wenn sie nun einsteigen würden oder aber eine hohe Performance. Die Höchstrechnungszinsdiskussion wäre – wenn ich Ihr Berater und Sie mein Kunde wären – höchst irrelevant. Sie hat eine Relevanz für statische völlig risikoaverse Anleger. In dem Fall müssten wir

dann über die Vermittlervergütung sprechen.

Für uns beide stellt sich die Frage der kapitalmarktorientierten Anlage nicht. Viele Kunden möchten allerdings nicht progressiv anlegen, sondern agieren eher risikoavers. Das zeigt auch eine Studie des IVFP.

Gräfer: Ich glaube nicht, dass das stimmt. Ich bin 36 Jahre im Markt. Wenn ich Ihnen unser Produktgebirge zeigen würde, die Verträge, die wir verkaufen: Danach legen die Kunden in der Ablaufphase viel Wert darauf, möglichst lange eine garantierte Rente zu erhalten. Vor dem Hintergrund würde ich uns beiden in der Ansparphase keine Garantien mehr empfehlen. Das heißt nicht, dass ich in der Rentenbezugsphase gleicher Meinung bin. Da machen durchaus garantierte Lösungen Sinn. Das tun die fondsgebundenen Policen über die Rentengarantiefaktoren. Da gibt es Anbieter mit Treuhänderklausel. Das haben wir nicht. Wir haben echte harte Garantiefaktoren. Insofern ist hier differenzierte Beratung so wichtig wie nie. Online-Standard-Produkte sind hier meines Erachtens fehl am Platz. Dann können wir alle auch das gleiche Auto fahren. Alle das gleiche Haus bauen. Die Beratung ist hier absolut entscheidend. Ich vertrete die These, die Beratung ist wichtiger als der Tarif.

Wie viel Prozent ihrer Kunden setzen in der Anlagephase in der Altersvorsorge noch auf Tarife mit Garantiebausteinen?

Gräfer: Wir verkaufen Garantieprodukte noch in der betrieblichen Altersvorsorge und der Sterbegeldversicherung. In der

privaten Altersvorsorge sind 90 Prozent der Kunden außerhalb der in der Ansparphase garantierten Produkte investiert.

Fakt ist doch, dass die Menschen von den gekannten Vorsorgepfaden runter müssen. Wie überzeugen Sie die Menschen, die immer noch auf Sicherheit setzen, von dem neuen Weg?

Gräfer: Ich überzeuge sie nicht. Ich zeige ihnen Handlungsalternativen. Ich kann ihnen alles bieten. Insofern entscheidet der Kunde. Mit Pangaea Life haben wir ein besonders spannendes Produkt. Eine Fondspolice, die in nachhaltige ökologische Projekte und künftig auch in nachhaltig ökologisches Wohnen investiert. Die Performance liegt seit Auflage bei 7,1 Prozent. Oder man investiert in konventionelle Produkte und hat eine Performance von null. Das ist die Wahl. Das Geld unter dem Kopfkissen liegen zu lassen, wird wahrscheinlich dazu führen, dass es zwei Prozent pro Jahr an Wert verliert. Meine Aufgabe als Berater ist es, Handlungsalternativen aufzuzeigen, den Kunden wählen zu lassen. Es geht nicht darum zu überzeugen und den Kunden zu überrumpeln.

Vor dem Hintergrund der Garantiezinssenkung fordern Verbraucherschützer, die Riester-Rente zu beerdigen. Grüne und SPD fordern eine Bürgerversicherung. Und selbst die CDU präsentiert neue Pläne. Welche Signalwirkung geht hier für die staatlich geförderte private Altersvorsorge aus?

Gräfer: Die Branche registriert die Diskussionen, die Bevölkerung aber kaum. Die Riester-Rente ist für einen großen Teil der Bevölkerung eine sensationelle Altersvorsorge. Solange es die Förderung gibt, werden wir die Riester-Rente auch verkaufen. Wir bieten die Riester-Rente in diesem Jahr, anders als die Allianz, vollumfänglich ohne reduzierte Garantien an. Und wir werden auch im nächsten Jahr eine Riester-Rente ohne reduzierte Garantien anbieten. Dann aber nur noch im Honorartarif. Der Vermittler erhält dementsprechend vom Kunden eine Beratungsfee. Es gibt die private Altersvorsorge, es gibt die bAV. Es gibt die Basisrente. Die FDP hat kürzlich die Immobilie als wichtigen Baustein für die Altersvorsorge in das Parteiprogramm aufgenommen. Ich halte diesen Ansatz für falsch. Es gibt viele Immobilienbesitzer, die sind über 80, haben ein eigenes Haus und bekommen eine Minirente. Wenn dann das Dach neu gedeckt oder das Haus gedämmt werden muss, fehlt das Geld. Und das ist die Altersvorsorge? Immobilien sind Altersvorsorge, wenn sie zwei oder drei Wohnungen in Hamburg, in München oder Berlin besitzen. Das eigene Haus entlastet. Aber die Belastung durch Renovierung ist ebenso hoch wie die Entlastung durch die fehlende Miete.

Warum fährt die Politik die Riester-Rente gegen die Wand?

Gräfer: Die Riester-Rente fährt nicht gegen die Wand. Die CDU ist tendenziell eher pro Riester. Das weiß ich aus Gesprächen. Die SPD, die ja das Produkt erfunden hat, denkt da leider ideologisch und möchte sich von Gerhard Schröders Agenda 2010 verabschieden und zurück zur gesetzlichen Rente. Die demographische Krise ist nicht mehr zu vermeiden. Die Mädchen, die nicht geboren wurden und werden, können heute und morgen keine Kinder bekommen. Das gesetzliche Rentenversicherungssystem steht vor der Apokalypse. Wenn SPD und Linke glauben, mit zusätzlichen Beitragszahlerinnen und Beitragszahlern das System renovieren zu können, ist das quasi das Reiten eines toten Pferdes. Wenn wir beide Mitte der 30er Jahre in den Ruhestand gehen, sind wir die erste Generation, bei der weniger als zwei Erwerbstätige die Rente einer Rentnerin, eines Rentners werden stemmen müssen. Die gesetzliche Rente ist nicht mehr sicher.



„Ich halte das Drei-Schichten-Modell für eine sehr kluge Lösung.“

Weil die Höhe anpassbar ist. Was niemand sagt ist, dass die gesetzliche Rente in 20 Jahren definitiv niedriger ist als heute. Woher soll das Geld denn kommen. Wenn Sie sich anschauen, wie viel Geld im Staatshaushalt für die gesetzliche Rente aufgewendet wird, braucht es neben dem Umlageverfahren, dass ich für eine sehr kluge Idee halte, zusätzliche Kapitaldeckungsverfahren. Und die müssen steuerlich gefördert werden. Die Investitionen in Riester rentieren sich für den Staat. Und worin liegt die Rendite? In deutlich weniger Aufwendungen für die Sozialhilfe.

Neben Riester hat ja auch die bAV mit mangelnden Reformwillen der Politik zu kämpfen. Die Reform bleibt aus. Die vertrieblichen Folgen, das zeigt eine Studie von Assekurata, sind sichtbar.

Gräfer: Die Idee bei der bAV ist die gleiche wie bei Riester. Eine Standardlösung, ein Fonds, idealerweise staatlich verwaltet, mit niedrigen Kosten. Im Augenblick haben wir einen Beitragssatz in der Rentenversicherung von 18 Prozent. Die FDP will davon zwei Prozent in einen Staatsfonds leiten. Das wäre nicht realistisch, weil dann ja nur noch 16 Prozent im Umlageverfahren ankämen. Und das reicht nicht aus, um die laufenden Renten zu decken. Hinzu kommt: Bis die zwei Prozent Rendite erwirtschaften, braucht es Zeit. Die CDU plant mit weiteren Fonds. Und will über die 18 Prozent hinauszugehen. Das Geld, das heute für die Riester-Förderung genutzt wird, würde in eine staatliche Fondslösung geleitet. Das Problem solcher Fondslösungen sehen Sie im angelsächsischen Raum. Läuft es schlecht und Sie gehen zum falschen Zeitpunkt in Rente, fehlt Geld. Deswegen ist eine Diversifikation für die Altersvorsorge von hoher Relevanz. Eine ausschließliche Fondslösung halte ich für falsch. Nur auf das Umlageverfahren zu setzen, ist auch keine Lösung. Ich halte das Drei-Schichtenmodell, das übrigens von SPD und den Grünen stammt, für eine sehr kluge Lösung.

Das Interview führte Jörg Droste, Cash.



ING



Jetzt
informieren

Erfolgreiche Perspektiven entdecken? Werden Sie Partner der ING.

- Finanzierungen blitzschnell bestätigen, einreichen und immer im Blick
- Einfachheit erleben: mit schlanken Prozessen und kundenfreundlichen Unterlagen
- Persönliche Betreuung direkt vor Ort – über 20 Key-Account-Manager bundesweit

[ing.de/partner](https://www.ing.de/partner)

Hier geht's zum Partner-Podcast der ING



CYBER-VERSICHERUNGEN: TROTZ STEIGENDER PRÄMIEN UNVERZICHTBAR

Cyber-Versicherungen werden immer häufiger in Anspruch genommen und die Entwicklung der Schadenszahlen in der Pandemie belegt, wie wichtig eine Absicherung gegen Hackerangriffe für mittelständische Unternehmen ist. Auch wenn die vielen Cyber-Angriffe die Prämien steigen lassen dürften: Cyber-Policen lohnen sich für Vermittlerinnen und Vermittler, gerade weil das Potenzial bei kleinen und mittelständischen Unternehmen noch längst nicht ausgeschöpft ist.

Der Albtraum eines jeden Unternehmers zu Beginn des Arbeitstages: Nichts geht mehr! Die Computer der Mitarbeiter lassen sich zwar hochfahren, aber statt des gewohnten Desktops sind nur kryptische Zeichen zu sehen. Kein Programm lässt sich starten, keine Mails lesen oder schreiben, keine Aufträge verwalten, keine Videocalls durchführen, keine Produktionsmaschinen steuern ... Nur bei der Geschäftsführung ist eine E-Mail zu lesen: eine Lösegeldforderung im zweistelligen Millionenbereich für einen Code, der die Systeme wieder zugänglich machen soll. Das alles passiert unter den Augen der Kunden, der Lieferanten, der Mitarbeiter und im schlimmsten Fall auch der Presse.

Die Cyber-Angriffe kommen

Deutsche Unternehmen stehen nach wie vor im Fokus von Cyber-Kriminellen. Aktuelle Beispiele wie die Attacken auf ein Unternehmen aus dem Lebensmittel-Einzelhandel, einen bekannten E-Commerce Shop und das Online-Banking einer Bankengruppe zeigen, dass nicht nur Unternehmen, sondern zunehmend auch die Endverbraucher und Kunden als Folge betroffen sind. Cyber-Angriffe auf die deutsche Wirtschaft werden immer spezialisierter und für die betroffenen Firmen in den meisten Fällen teurer. Der Schadensaufwand weist teilweise extrem hohe Summen auf, gesamtwirtschaftlich ebenso wie für die betroffenen Unternehmen. Dies geht z.B. auch aus dem aktuellen Hiscox Cyber-Readiness Report sowie den Schadensstatistiken von Allianz und Chubb hervor. Es lässt sich beobachten, wie eine Professionalisierung bei den Cyber-Kriminellen einsetzt, und lukrative Ziele in vielfältigen Branchen attackiert werden. Von Behörden, Hochschulen, Kliniken und Arztpraxen über Dax-Unternehmen und Konzerne bis hin zum Einzelhandel und Mittelstand – jede Institution kann und wird von

Cyber-Kriminellen ins Visier genommen. Insbesondere für kleine Unternehmen ist das Risiko groß, denn schnell kann ein Cyber-Angriff die wirtschaftliche Existenz gefährden. Häufig fehlt gerade bei KMUs das Risikobewusstsein für die abstrakte Gefahrenlage. Meist werden erst nach einem Angriff im engeren Umfeld Absicherungen in Betracht gezogen.

Die Prämien steigen

Der Schadenaufwand der Cyber-Versicherer hat im Jahr 2020 ein Niveau erreicht, das kaum noch durch die eingenommenen Versicherungsprämien zu finanzieren ist. Seit 2018 sind Schadenhäufigkeit und -höhe bei Cyber-Attacken um bis zu 300 Prozent gestiegen. Größere Sicherheitslücken der vergangenen Monate und ihre Auswirkungen – wie beispielsweise bei den Microsoft Exchange-Servern aus März und April 2021 – sind dabei darin noch gar nicht berücksichtigt. Die Folge: Prämien für Cyber-Versicherungen erhöhen sich stark. Ein Versicherer sieht sich beispielsweise gezwungen, seinen Bestandskunden Prämienaufschläge von über 50 Prozent aufzuerlegen. Gleichzeitig steigt die Nachfrage, denn das Thema wird immer präsenter.

Die Chance in der Krise

Wie sollten Versicherungsmakler in der aktuellen Situation vorgehen, um als Sachwalter des Vermögens ihrer Kunden richtig zu agieren? Wie lassen sich Kunden überzeugen? Hier empfiehlt es sich, sich auf fünf Kernpunkte zu konzentrieren:

Punkt 1: Die Wirklichkeit spiegeln

Ausmaß und Häufigkeit von Cyber-Attacken sowie das eigene Risiko werden durchweg unterschätzt. Dabei sind Cyber-Risiken für jedes Unternehmen tatsächlich vorhanden. Aktuelle Beispiele von Cyber-Schäden aus den Medien oder die Berichte der





Hanno Pingsmann, Inhaber und Geschäftsführer von CyberDirekt in Berlin, sieht trotz stark steigender Prämien Potenzial für Makler im Bereich der Cyber-Versicherungen.

Versicherer können im Beratungsgespräch verdeutlichen, wie real die Gefahr ist.

Punkt 2: Offen und sachlich beraten

Den Kunden sollte die Möglichkeit des Risikotransfers als eine weitere und ergänzende Maßnahme zu bestehenden IT-Sicherheitsstrukturen vorgestellt werden. Klartext ist dabei wichtig: Eine Cyber-Versicherung kann den Kunden nicht vor einem Hackerangriff schützen. Sie schützt aber sehr wohl vor den zumeist gravierenden finanziellen Folgen, die sich zwangsläufig aus Cyber-Attacks ergeben, beispielsweise welche Leistungen die Versicherung übernimmt, wenn der Betrieb aufgrund eines Hackerangriffs mehrere Wochen stillsteht. Das Szenario einer schwerwiegenden Cyber-Attacke und Erklärungen, wann dabei die Versicherung das Unternehmen bei der Bewältigung des Schadensfalls entlastet, machen die Notwendigkeit der Cyber-Versicherung klar.

Punkt 3: Zahlen auf den Tisch legen

Wie sähe die Situation bei einem Cyber-Angriff ohne Cyber-Versicherung aus? Finanzielle Worst-Case-Szenarien zeigen die unmittelbaren Konsequenzen eines Cyber-Angriffs: ca. 18.000 Euro/Arbeitswoche für IT-Forensik (beispielsweise um die Ursachen des Hackerangriffs festzustellen, Schadsoftware zu entfernen und verschlüsselte Datensätze wiederherzustellen) ca. 10.000 Euro/Arbeitswoche zur Wiederherstellung der IT-Systeme durch externen IT-Support rund 400 Euro/h Rechtsanwaltskosten (z.B. im Zusammenhang mit Datenschutzverletzungen) rund 2,50 Euro/Datensatz für zeitnahe Benachrichtigung der Kunden (entspricht 50.000 Euro bei 20.000 Kundendatensätzen) entgangener Gewinn/Deckungsbeitrag bei Ausfall des Online-Shops, der Kassensysteme oder des Enterprise Resource Planning Systems (ERP) pro Woche dazu kommen eventuelle Schadensersatzkosten durch Haftpflichtansprüche von Kunden, deren Persönlichkeitsrechte verletzt wurden.

Punkt 4: Verantwortung aufzeigen

Im Fall der Fälle sind durch die Cyber-Versicherung die notwendigen Aktionen und Folgen eines Cyber-Angriffs finanziell abgedeckt. Zudem bieten professionelle Dienstleister im

Wege der Assistance Leistungen, die ein Unternehmen nicht selbst stemmen kann, wie z.B. Incident Response und IT-Forensik. Unglücklicherweise hat es im deutschsprachigen Raum infolge von Cyber-Angriffen bereits Insolvenzen gegeben. Schuldhaftes Unterlassen in Zusammenhang mit IT-Sicherheitsstrukturen, Risikomanagement, Notfallplänen und Prävention kann auch zu einem Haftungsrisiko für die Organe der Gesellschaft werden.

Punkt 5: Auf Gefahren sensibilisieren

Die Bedrohung einer Cyber-Attacke ist vorhanden, die Verantwortlichen müssen hierfür sensibilisiert werden. Auch ordnungsgemäß geführte Unternehmen mit etablierten Sicherheitsstrukturen sind den Risiken ausgesetzt. Die Microsoft Exchange Sicherheitslücke und über 9.000 vom BSI bestätigte Server-Kompromittierungen haben dies im März und April 2021 eindrucksvoll bewiesen. Das „ob“ ist also gar nicht mehr die Frage, sondern das „wann“ – und wie das Unternehmen darauf vorbereitet ist. Es ist die Chance und gleichzeitig auch die Pflicht der Makler, Firmenkunden auf die Absicherung dieser Risiken anzusprechen.

Den auch bei steigenden Prämien lohnt sich die Cyber-Versicherung. Die Investition bietet einen ganzheitlichen Lösungsansatz zur Absicherung digitaler Risiken. Dazu gehören beispielsweise die Übernahme der entstehenden Kosten etwa für Experten in den Bereichen IT-Forensik, Rechtsberatung und sogar der Öffentlichkeitsarbeit. Eine 24h-Hotline mit IT-Spezialisten, um Sachlagen zu analysieren und direkte Gegenmaßnahmen einzuleiten, ist ebenfalls inkludiert. Auch die Übernahme von Benachrichtigungskosten, Vertragsstrafen und Aufwendungen zur Abwehr von Bußgeldverfahren sind Bestandteile einer leistungsstarken Cyber-Versicherung.

Autor Hanno Pingsmann ist Geschäftsführer von CyberDirekt mit Sitz in Berlin. Der Cyberexperte hat das Unternehmen im Mai 2017 als erste digitale Beratungsplattform für den Abschluss von Cyber-Versicherungen für Makler gegründet.



Dr. Thomas Zwack
(li.) und
Marcel Heinz, Capco:
„Das Mobilitätsöko-
system erlebt einen
Wandel und macht
auch vor Versiche-
rern nicht halt.“



MEGATRENDS DER AUTOBRANCHE KÖNNEN DAS VERSICHERUNGSGESCHÄFT UMKREMPELN

Die Automobilindustrie erlebt tiefgreifende Veränderungen. Autobauer sind mit den Themen Elektrifizierung und Konnektivität konfrontiert. Gleichzeitig verändern Besitz- und Geschäftsmodelle die Mobilität nachhaltig. Das hat Folgen für das Geschäftsmodell Kfz-Versicherung.

Die digitale Transformation und die Elektrifizierung sorgen für einen gewaltigen Innovationsschub in der Automobilindustrie. Hinzu kommen neue Besitzmodelle. Es scheint keineswegs sicher, dass die Versicherungs-Granden von heute auch die maßgeblichen Spieler in der Zukunft sein werden.

Umsatzpotenziale und Datenhoheit

Bei der Absicherung von Risiken werden Automobilhersteller zukünftig wohl eine deutlich dominantere Rolle einnehmen. Ein Faktor dabei ist die zügige Umstellung der eigenen Produktpalette in Richtung elektrischer Antriebe, welche aufgrund der anhaltenden Klimadebatte und verschärfte Regulatorik deutlich an Fahrt gewinnt. Diese Entwicklung wirkt sich auch entscheidend auf die erzielbaren Umsätze über den gesamten Lebenszyklus der Fahrzeuge aus. Sinkende Wartungseinnahmen wie auch ein deutlich reduziertes Reparaturvolumen sind für Hersteller,

aber insbesondere für den Handel, ein gefährliches Szenario. Ein Öl- oder Zahnriemenwechsel ist bei einem Elektrofahrzeug nicht mehr notwendig und die Besitzer von E-Fahrzeugen suchen deshalb deutlich weniger oft Konzernwerkstätten auf.

Um diese Einbußen aufzufangen, ist der Kampf um neue Zusatzdienstleistungen, wie etwa Batterieversicherungen, längst entbrannt. Bei neuen, datengetriebenen Geschäftsmodellen erfahren Automobilhersteller bereits reichlich Konkurrenz, wenn es um die Software in den Automobilen geht. Für Volkswagen ist die Eigenentwicklung dieser Software bereits das strategisch wichtigste Projekt.

Nun scheint naheliegend, dass Automobilhersteller in absehbarer Zeit dazu übergehen, die Vielzahl der Daten, die beim Fahren erhoben werden können, selbst zu nutzen, um personalisierte Kfz-Versicherungen und weitere Zusatzdienste, wie etwa integrierte Zahlungssysteme, anzubieten. Elektropionier Tesla hat in den USA bereits im Jahr 2019 ein Pilotprojekt gestartet und

bietet in Kalifornien Versicherungen für E-Fahrzeuge an, auch weil traditionellen Versicherer bis dato teurer sind.

Die Hersteller selbst profitieren dabei von einem deutlichen Informationsvorsprung, denn Hardware, wie Sensorik und Softwarebestandteile, sind in fester Hand der Hersteller. Gleichzeitig ist es möglich, über eingebaute Messsysteme Daten zu erfassen, welche Rückschlüsse auf das Fahr- und Risikoverhalten von Nutzern ermöglichen. Anders als die Versicherungsbranche genießen Automobilkonzerne einen direkten Zugang zu diesen Informationen. Auf der Basis kann es nun durchaus gelingen, individualisierte Tarife für Versicherungsnehmer anzubieten. Gibt ein Fahrer sein Einverständnis zur Analyse und Nutzung seiner Daten, ließen sich passgenaue Tarifoptionen für ihn eröffnen. Risikoaverse Fahrer mit regelkonformer Fahrweise könnten mit niedrigeren Prämien gelockt werden, die auf Basis der Datenreichhaltigkeit und -qualität recht exakt kalkulierbar wären.

Auch die Entwicklung von Fahrerassistenzsystemen (FAS), wie etwa Brems- und Spurwechselassistenten, begünstigen sowohl das autonome Fahren, als auch die Sicherheit im Straßenverkehr. Eine Studie des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) zufolge werden die Entschädigungsleistungen der Kfz-Versicherer bis 2035 durch die neuen Systeme um sieben bis 15 Prozent sinken. Viele Versicherer begegnen diesem Trend bereits heute mit ersten Rabatten in den Prämien, wenn bestimmte FAS verbaut wurden.

Das Versicherungsgeschäft birgt Tücken

Was auf den ersten Blick schlüssig und attraktiv erscheint, ist aus Sicht der Kfz-Hersteller mit einer Vielzahl von neuen Herausforderungen verbunden. Die Kfz-Versicherung ist in Deutschland seit langer Zeit ein umkämpfter und sehr margenschwacher Markt. Vergleichsportale ermöglichen es Autofahrern, schnell und komfortabel einen attraktiveren Tarif bei einem Wettbewerber zu wählen. Eine durchschnittliche „Combined Ratio“ von über 100 in diesem Versicherungszweig zeigt, dass es schwierig ist, das Geschäft mit Kfz-Versicherungen allein effizient zu gestalten.

Bereits heute gibt es erste Telematiktarife bei etablierten Playern, die zudem im Wettbewerb mit Insurtechs stehen. Dabei sind die Versicherer aktuell von zwischengeschalteten Datenlieferanten abhängig oder betreiben mit viel Aufwand eigene Technologien, wie Apps oder Telematik-Boxen, die über eine Schnittstelle im Kfz rudimentäre Fahrzeugdaten auslesen. Der große, wirtschaftliche Erfolg blieb bis dato jedoch aus. Zu groß scheinen in Deutschland die Vorbehalte etwa in puncto Datenschutz. Nutzer scheuen sich, sensible Daten an Großunternehmen wie Versicherer zur Auswertung freizugeben.

Am ehesten können datenbasierte Policen jüngeren, digitalaffinen Kunden schmackhaft gemacht werden. Wichtig ist in jedem Fall, deutlich zu dokumentieren und zu kommunizieren, wo und wie die Daten gespeichert werden und in welcher Form die Auswertung stattfindet. Ein geschlossenes System hingegen könnte bei den Fahrern die Bereitschaft erhöhen, Daten preiszugeben. Entscheidend wird jedoch sein, dem Nutzer klare Mehrwerte aufzuzeigen: bei der Preisersparnis oder in Form zusätzlicher, individualisierter Service- und Versicherungsleistungen. Eine weitere, nicht zu unterschätzende Herausfor-

derung für den Aufbau eigener Versicherungsleistungen durch Automobilhersteller, ist der Aufbau der für das Versicherungsgeschäft notwendigen Infrastruktur und Prozess-Know-hows. Gerade die Bearbeitung von Schadenfällen ist aktuell ohne fachkundige Sachbearbeiter, entsprechende digitale Infrastrukturen und Netzwerke, wie zu Werkstätten oder anderen Dienstleistern, kaum möglich. Für Neueinsteiger besteht somit die Herausforderung, in einem ohnehin umkämpften Markt entsprechende fachfremde Geschäftsbereiche auf der grünen Wiese aufzubauen und reibungslos zu betreiben.

Zwar haben Insurtechs bewiesen, dass Digitalisierung und Automatisierung enorme Potentiale bei Effizienz, Kundenkomfort und auch Kostenersparnis entlang der gesamten Kfz-Wertschöpfungskette bieten. Jedoch sind Alleingänge von Herstellern sehr gewagt, zumal das Versicherungsgeschäft in klar vorgegebenen regulatorischen Rahmenbedingungen operiert, was den administrativen Aufwand zusätzlich verschärft und somit für viele Automobilhersteller eine unüberwindbare Hürde darstellt.

Neue Ökosysteme prägen die Mobilität von morgen

Trotz des Für und Wider zeigen die jüngsten Entwicklungen, dass Hersteller in Zukunft eine weit größere Rolle im Versicherungsgeschäft spielen und möglicherweise den zukünftigen Weg maßgeblich mitbestimmen. Dabei scheint der Ansatz über Kooperationen zwischen Automobilherstellern, Versicherern und anderen Serviceanbietern zunächst Mittel der Wahl. So haben unlängst etwa Daimler und der Schweizer Rückversicherer SwissRe die gemeinsame Plattform Movinx angekündigt. Mit der neuen Versicherungsplattform wollen sie tiefer in die Wertschöpfungskette der Versicherungsbranche einsteigen und zusätzlichen Einfluss auf Produktentwicklung und die Preisgestaltung neuer Lösungen bekommen. Auch Allianz oder Ergo kooperieren seit Jahren erfolgreich mit Automobilproduzenten.

Kfz-Hersteller hegen die Ambition, im Zuge der Digitalisierung des Fahrerlebnisses zum aggregierenden Plattformanbieter zu werden. Die Bereitstellung von Daten an ausgesuchte Partner bietet dabei zahlreiche Potentiale, um Nutzern weitere Services anzubieten. Schon heute ist die Kfz-Versicherung für viele Anbieter reines Commodity, um einen Kundenzugang zu gewährleisten, über den weitere Produktangebote an den Nutzer erfolgen können.

Auf Basis der Fahrzeugdaten könnte dies in Zukunft weit zielgenauer und nachhaltiger erfolgen. Etwa wenn es darum geht, bei Grenzübertritten spezielle Auslandsversicherungen anzubieten oder den Versicherungsschutz für Fahranfänger in der Familie anzupassen. Auch sind On Demand-Versicherungslösungen denkbar, die dann greifen, wenn das Auto auch tatsächlich bewegt wird. Oder Mobilitätslösungen, die den Nutzer bei jeder Art der Mobilität, wie Auto, Bahn, Fahrrad, E-Bike, etc. absichern. Es scheint unstrittig, dass die nächste Dekade geprägt sein wird von neuen Lösungen – das Mobilitätsökosystem erlebt einen Wandel, der auch vor Versicherern nicht Halt macht.

Autoren: Dr. Thomas Zwack ist Partner bei Capco und leitet dort den Bereich Versicherungen für Deutschland, Österreich und die Slowakei. Marcel Heinz ist Senior-Consultant und spezialisiert auf digitale Versicherungslösungen mit Fokus auf neue datenbasierte Geschäftsmodelle.



NEUE CHANCEN FÜR DIE BETRIEBLICHE KRANKENVERSICHERUNG

Das Interesse an der betrieblichen Krankenversicherung (bKV) steigt ungebrochen an. Infolge der Pandemie dürfte sich die Nachfrage sogar weiter erhöhen. Denn zwei Themen beschäftigen die Firmen derzeit besonders: Erstens: Der Neu-Zuschnitt von Angeboten der Betrieblichen Gesundheit, um auch Mitarbeiter im Homeoffice zu erreichen. Zweitens: Der Wettbewerb um Fachkräfte, der sich in dem Maße verschärft, wie sich die Wirtschaft erholt. Profitieren können nun vor allem Vermittler, die Unternehmen umfassend zu diesen Fragen beraten.

Dass Krisen auch Chancen eröffnen, ist zwar ein Allgemeinplatz – deswegen aber noch lange nicht falsch. Auf den Vertrieb der bKV trifft der Satz jedenfalls zu, so viel ist bereits klar. Denn durch die Pandemie haben sich Bedürfnisse verändert oder verstärkt, auf die eine bKV genau die passenden Antworten gibt.

Viele Arbeitnehmer stellen sich Sinnfragen

Kaum je zuvor in den letzten Jahrzehnten haben sich Mitarbeiter wohl so sehr mit ihrer Gesundheit beschäftigt wie während der Pandemie. Vielen Arbeitnehmern dürfte das Thema weiter wichtig bleiben. Denn seit Ausbruch der Corona-Krise war nahezu tagtäglich zu hören, dass viele Risiken für einen schweren Covid-Verlauf direkt mit unserem Lebensstil zusammenhängen, etwa eine erworbene Diabetes oder Bluthochdruck.

Zudem war und ist die Pandemie für die meisten Menschen sehr belastend. Da kommen Sinnfragen auf, man hält inne, ordnet Prioritäten neu, nimmt sich vielleicht vor, gesünder zu leben, mehr Zeit mit Freunden und Familie zu verbringen und generell eine bessere Balance zwischen beruflicher Belastung und Erholung herzustellen.

Eine Zahl illustriert dieses Innehalten ganz besonders: Nahezu jeder Vierte will nach der Pandemie den Job wechseln. Das hat eine Umfrage von StepStone unter rund 28.000 Arbeitnehmern ergeben. Vier Gründe sind den Experten zufolge ausschlaggebend: Manche Arbeitnehmer streben jetzt eine sichere Stelle an – so habe etwa die Suche nach Positionen im öffentlichen

Dienst stark zugenommen. Es ist davon auszugehen, dass dieser Effekt sich nach der Krise wieder abschwächt. Anderen geht es der Umfrage zufolge darum, sich für die digitale Zukunft besser zu wappnen. Aber auch zwei weitere Argumente spielten eine wichtige Rolle – die Sinn-Suche und das Verhalten des eigenen Arbeitgebers in der Krise, etwa die Frage: Wie viel Verständnis hat der Chef aufgebracht für die Sorgen um die Gesundheit und die familiären Belastungen?

Neben der Fürsorge des Arbeitgebers ist ein weiteres Bedürfnis der Beschäftigten der Wunsch nach mehr Home-Office, auch nach der Pandemie. 74 Prozent sagen dem Digitalverband Bitkom zufolge, dass Home-Office noch sehr viel stärker genutzt werden sollte.

Der Verband geht davon aus, dass in der Corona-Pandemie 10,5 Millionen Berufstätige ausschließlich im Home-Office gearbeitet haben, weitere 8,3 Millionen zum Teil. Das wären 45 Prozent aller Beschäftigten. Laut Bitkom könnte auch nach der Pandemie mehr als jeder Dritte seinen Arbeitsort wenigstens teilweise flexibel wählen.

Fachkräftemangel nimmt zu

Diese Entwicklungen stellen die Arbeitgeber vor neue Herausforderungen: Die gesteigerte Jobwechsel-Lust verschärft den Fachkräftemangel weiter, und der Fokus auf die eigene Gesundheit – kombiniert mit dem Wunsch nach mehr Home-Office – verändert die Anforderungen an die Betriebliche Gesundheit.

Im Jahr vor der Krise, in 2019, verzeichnete die Bundesrepu-

blik eine Rekord-Beschäftigung. Für manche Qualifikationen war der Arbeitsmarkt buchstäblich leergefegt; der Mangel an Fachkräften drohte das Wachstum zu bremsen. Dann kam die Pandemie, ein schwerer wirtschaftlicher Einbruch, ein zeitweiliger Crash an den Börsen. Doch anders als vielleicht zu erwarten, stieg die Arbeitslosigkeit infolge nur leicht ein. Zuletzt betrug die Erwerbslosenquote mit knapp 6% gerade mal rund einen Prozentpunkt mehr als 2019. Das Kurzarbeitergeld federte die Krisen-Effekte ab; zudem agierten viele Unternehmen weitsichtig – und vermieden es, Personal abzubauen, das nach der Krise fehlen würde.

Mittlerweile hat der Aufschwung bereits begonnen. Zwar ist die Pandemie noch nicht überstanden, aber die Bundesregierung rechnet für dieses und das kommende Jahr mit einem so starkem Wachstum, dass Deutschland schon in 2022 wieder auf Vorkrisenniveau ankommen soll. Das heißt: Schon sehr bald dürfte sich der Wettbewerb um die besten Arbeitskräfte erneut intensivieren. Hinzu kommt, dass unsere Gesellschaft weiter altert; das ist zwar nicht neu, allerdings spüren die Unternehmen diesen Effekt jetzt mit jedem Jahr mehr. Laut Bundeswirtschaftsministerium verringert sich die Zahl der Menschen im erwerbsfähigen Alter bereits in den kommenden zehn Jahren um 3,9 Millionen. Alternde Belegschaften und erhöhte Belastungen im Aufschwung können sich wiederum nachteilig auf die Zahl der Krankentage auswirken.

Unternehmen können mit dem Thema Gesundheit punkten

Genug Gründe also für Firmen, sich um die gesundheitlichen Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter besonders zu kümmern. Zugleich sollten Gesundheitsprogramme so konzipiert sein, dass sie auch Beschäftigte im Home-Office oder auf Dienstreise erreichen.

Denn mehr Home-Office heißt: Viele Angebote können nicht so bleiben, wie sie vor der Krise waren. Die Rückenschule Dienstag um 17 Uhr? Schwierig, wenn mehr als die Hälfte der Belegschaft an dem Tag von Zuhause arbeitet und extra reinpendeln müsste, um teilzunehmen. Das gilt genauso für Gesundheitstage in der Kantine, Massage-Angebote oder das eigens eingebaute Sportstudio im Souterrain des Bürogebäudes.

Gerade die bKV kann hier punkten: Sie lässt sich orts- und zeitunabhängig nutzen. Diese Art der privaten Krankenzusatzversicherung durch den Arbeitgeber ermöglicht Mitarbeitern Versorgung auf Privatpatienten-Niveau und ist – unabhängig von der Pandemie – ein stark motivierendes Personalinstrument.

Mittlerweile sind die Angebote so flexibel gestaltet, dass Mitarbeiter die Leistungen oft weitgehend frei wählen können.

Bei der Barmenia haben wir beispielsweise einen sogenann-

Daniel Schmalley:
„Corona verändert die Perspektiven und macht die bKV zum Personalinstrument der Stunde.“



ten Budget-Tarif eingeführt, unter dem Namen WellYou. Mitarbeiter können dabei je nach Vereinbarung jährlich 300, 600 oder 900 Euro für gesundheitliche Zusatz-Leistungen ihrer Wahl ausgeben – ob für umfassende Vorsorge-Untersuchungen, Arzneimittel, Naturheilverfahren, den Zahnarzt, Sehhilfen oder ein Krankenhaustagegeld. Das Angebot wird erweitert um Assistance-Leistungen. Die lassen sich ebenfalls sehr flexibel in Anspruch nehmen – etwa die kostenlose telemedizinische Beratung rund um die Uhr; ein Facharztterminalservice, um frühestmöglich einen Spezialisten treffen zu können; oder die Erschöpfungsprävention, also professionelle Hilfe für den Umgang mit Stress.

Vermittler sollten umfassend zu Personalthemen beraten

Der Wunsch nach mehr Fürsorge durch den Arbeitgeber; der verstärkte Fokus der Beschäftigten auf die eigene Gesundheit; der Fachkräftemangel; der Trend zum Home-Office, der die Anforderungen an Gesundheitsangebote verändert; alternde Belegschaften und der Wunsch der Unternehmen, durch bessere Vorsorge Krankentage zu senken – all das macht die bKV zum Personalinstrument der Stunde.

Wer es als Vermittler versteht, Unternehmen zu den jetzt drängenden Personalfragen umfassend zu beraten und fachlich zu begleiten, dürfte daher kaum Probleme haben, Kunden zu finden und echten Mehrwert zu schaffen.

Autor: Daniel Schmalley, Leiter des Competence Centers Firmenkunden der Barmenia



ANLAGEFOKUS IMMOBILIEN

Immobilieninvestments sind für die Versicherer langfristig eine sichere und vor allem hochattraktive Bank. Auch weil die Rendite stimmt. Die Coronapandemie sorgt dafür, dass sich der Fokus auf risikoarme Investments verschiebt. Besonders Deutschlands Wohn- und Logistikimmobilien gelten hierbei als sicherer Hafen.

Der seit über einem Jahrzehnt anhaltende Appetit der Versicherer nach Immobilienanlagen hält auch in der Covid-Pandemie weiter an. Neben Aktien gehören vor allem Immobilien zu jenen Assetklassen, die ein vergleichsweise attraktives Rendite-Risiko-Verhältnis bieten. Wer nun aber meint, dass sich durch die Pandemie im Grunde kaum etwas geändert hat, der irrt. Andere Nutzungsarten geraten in den Fokus und auch die regionale Diversifizierung nimmt eine gewichtigere Rolle ein. Das zeigt das neue Trendbarometer Immobilienanlagen der Assekuranz von EY Real Estate, für das 30 Versicherer befragt wurden.

Versicherungen in Deutschland bauen unvermindert auf Immobilieninvestments. Die Immobilienquote ihrer Portfolios liegt mit 11,5 Prozent so hoch wie nie zuvor. 63 Prozent der befragten Versicherungsunternehmen wollen ihre Immobilienquote weiter steigern, während die übrigen 37 Prozent sie konstant halten möchten. Eine Trendumkehr bei der nunmehr seit einer Dekade kontinuierlich steigenden Immobilienquote ist damit auch in der Pandemie nicht festzustellen. Die Pandemie hat zudem die große Mehrheit der Versicherer (82 Prozent) kaum daran gehindert, ihre Anlagestrategie umzusetzen.

Mehr als die Hälfte der Versicherungen möchte Immobilienanlagen innerhalb ihrer Gesamtportfolios am stärksten ausbauen. Allerdings streben 77 Prozent der Befragten nun eine breitere Diversifizierung an. „Immobilienanlagen mit stabilem Cashflow sind für die Assekuranz im Niedrigzinsumfeld unabdingbar, um Garantiezinsversprechen weiterhin einhalten zu können, auch wenn der Garantiezins wie geplant zum Beginn des nächsten Jahres zum wiederholten Male gesenkt wird“, sagt Dietmar Fischer, Partner bei EY Real Estate und Autor der jährlich durchgeführten Studie. „Die Corona-Pandemie steigert die Attraktivität risikoarmer Immobilieninvestments sogar noch, wengleich sie zu einer Verschiebung hin zu pandemieresistenten Nutzungsarten führt.“

So gehen auch alle Umfrageteilnehmer davon aus, dass die Immobilienwirtschaft stabil bleiben wird. Allerdings gaben 86 Prozent der Befragten an, dass ihnen das hohe Preisniveau zu

schaffen mache. 95 Prozent intensivieren ihre Suche nach Rendite, um die eingegangenen Garantiezinsversprechen erfüllen zu können. Derzeit wird der Immobilienbestand der Versicherungen zu 60 Prozent direkt, zu 40 Prozent indirekt gehalten. Für den letzten Bereich erwarten sich die Umfrageteilnehmer eine durchschnittliche Rendite von 5,6 Prozent. Wie in den Vorjahren liegt die erwartete Rendite für direkt gehaltene Bestände mit durchschnittlich 4,7 Prozent darunter – allerdings ist diese Renditeerwartung im Vergleich zum Vorjahr um 1,5 Prozentpunkte recht deutlich angestiegen (2020: 3,2 Prozent).

Geschlossene Immobilienspezialfonds sind die beliebteste Anlageform der Befragungsteilnehmer (82 Prozent). Auch Investitionen in den Direktbestand werden weiterhin als attraktive Anlageform wahrgenommen (67 Prozent), gefolgt von Projektentwicklungen (63 Prozent) sowie offenen Immobilienfonds (55 Prozent). Bereits im vergangenen Jahr hatten sich aus heutiger Sicht recht erwartbare Änderungen bei den von der Assekuranz präferierten Nutzungsarten ergeben. So war das einstige Hauptinvestitionsziel der Versicherer, das Büroimmobiliensegment, von Logistik- und Wohnimmobilien überholt worden. Einzelhandels- und Hotelimmobilien hatten bereits massiv an Beliebtheit verloren.

Diese Verschiebungen setzen sich fort. Am stärksten in den Investitionsfokus der Versicherungen ist nun das Wohnimmobiliensegment gerückt (96 versus 75 Prozent 2020). Es löst damit in der Beliebtheit die präferierte Assetklasse des vergangenen Jahres ab: Logistikimmobilien (84 versus 83 Prozent 2020). Büroimmobilien verlieren weiter (62 versus 73 Prozent 2020) und sind nun sogar weniger im Investitionsfokus als Infrastrukturinvestments (79 versus 42 Prozent 2020).

Deutschland bleibt unisono der beliebteste Standort für Immobilienanlagen. Europa liegt in der Gunst der Investoren weit vorn (55 Prozent), allerdings steigt das Interesse an Investments in Nordamerika (29 versus 4 Prozent 2020) sowie Asien und Ozeanien (19 versus 4 Prozent 2020) deutlich. Innerhalb Europas bleibt Westeuropa der beliebteste Investitionsstandort (72 Prozent).

Jörg Droste, Cash.

Cash. Podcast

Die Zwei & Dein Geld



„Herr Kaiser bleibt wichtig“

Nick Wilder,
Schauspieler

„Konsum von Versicherungen ungebrochen“

Michael Neuhalfen,
Alte Leipziger

„Sach ist nicht so zyklisch“

Uwe Schumacher,
Domcura

**Jetzt anhören,
abonnieren,
folgen!**

WWW.CASH-ONLINE.DE/PODCAST



SPOTIFY UND



ITUNES



5G fürs Portfolio

Der US-amerikanische Vermögensverwalter Neuberger Berman erweitert sein thematisches Angebot um eine Aktienstrategie mit dem Fokus auf disruptive Innovationen und Anwendungen in Asien. Der neue UCITS-Fonds Neuberger Berman InnovAsia 5G investiert in innovative Technologien und Geschäftsmodelle in der frühen Einführungsphase, um das wachsende thematische Universum rund um die 5G-Technologie zu erfassen. Zusätzlich investiert er in IPOs (Initial Public Offerings oder erste öffentliche Aktienangebote) in diesem Bereich. Co-Manager des Fonds werden der ehemalige Chipentwickler Yan Taw Boon aus Hong Kong und Hari Ramanan aus New York sein. Fokus des thematischen All-Cap-Aktienfonds liegt auf Unternehmen mit einer Marktdurchdringung von weniger als 20 Prozent, bei denen der Großteil ihres Wachstums von Asien getrieben wird. Das Fondsmanagement-Team wird dabei insbesondere



Mobilfunkmast mit 5G-Sender

nach Unternehmen suchen, die über eine nachweisbare Erfolgsbilanz und eine strategische Verbindung zu etablierten asiatischen Innovationsökosystemen verfügen – zum Beispiel die 5G-Netzinfrastruktur, das Internet der Dinge (IoT), digitale Lifestyle-Trends oder industrielle Innovationen.

„Asien entwickelt sich zum neuen Silicon Valley. Mit ihrer Vorreiterrolle bei der Einführung von innovativen Technologien ist die schnell wachsende Region längst nicht mehr nur ein kostengünstiger Produktionsstandort“, ist Yan Taw Boon überzeugt. „Bis zum Jahr 2025 wird Asien 70 Prozent der weltweiten 5G-Verbindungen besitzen. Um dieses enorme Potenzial zu erschließen, verteilen wir die Positionen dynamisch auf verschiedene Innovationsbereiche. Wir erhoffen uns davon, die versteckten Juwelen der asiatischen Innovationen ausfindig zu machen, die eine lange Wachstumsperspektive haben.“

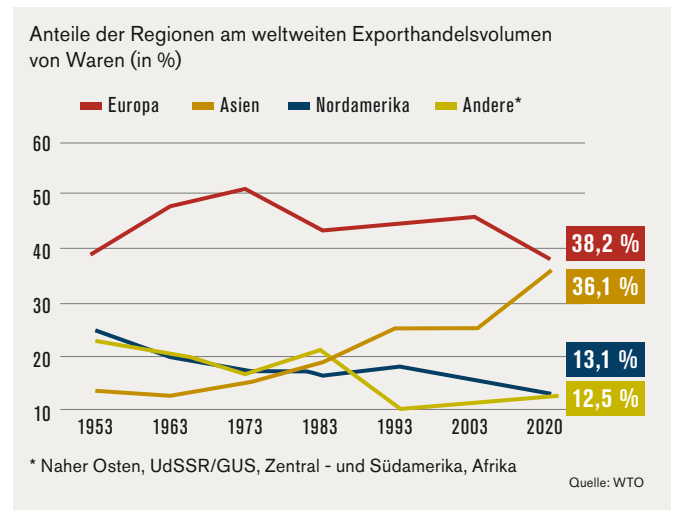
Viel gespart, aber wenig Ertrag

Die Corona-Pandemie hat den Spareifer der Deutschen beflügelt. Im vergangenen Jahr ist das Geldvermögen der Privathaushalte um rund 7 Prozent auf einen Rekordwert von sieben Billionen Euro gestiegen (2019: 6,5 Billionen Euro). Trotz anhaltend niedriger Zinsen setzen die Sparer weiter vor allem auf Bargeld und Sichteinlagen, deren Bestände um 229 Milliarden Euro gewachsen sind. Insgesamt lagern mit 2,8 Billionen Euro über 40 Prozent des Gesamtfinanzvermögens in Zinsprodukten. Das geht zu Lasten der Ertragskraft. Der Anteil, den Renditen am Vermögensaufbau ausmachen, ist im Vergleich zu 2019 noch einmal von 24 Prozent auf 19 Prozent gesunken. Vor dem Hintergrund anziehender Inflationsraten droht Sparern ein realer Vermögensverlust in Rekordhöhe. Dies zeigt eine Auswertung der Philipps-Universität in Marburg im Auftrag von Union Investment.

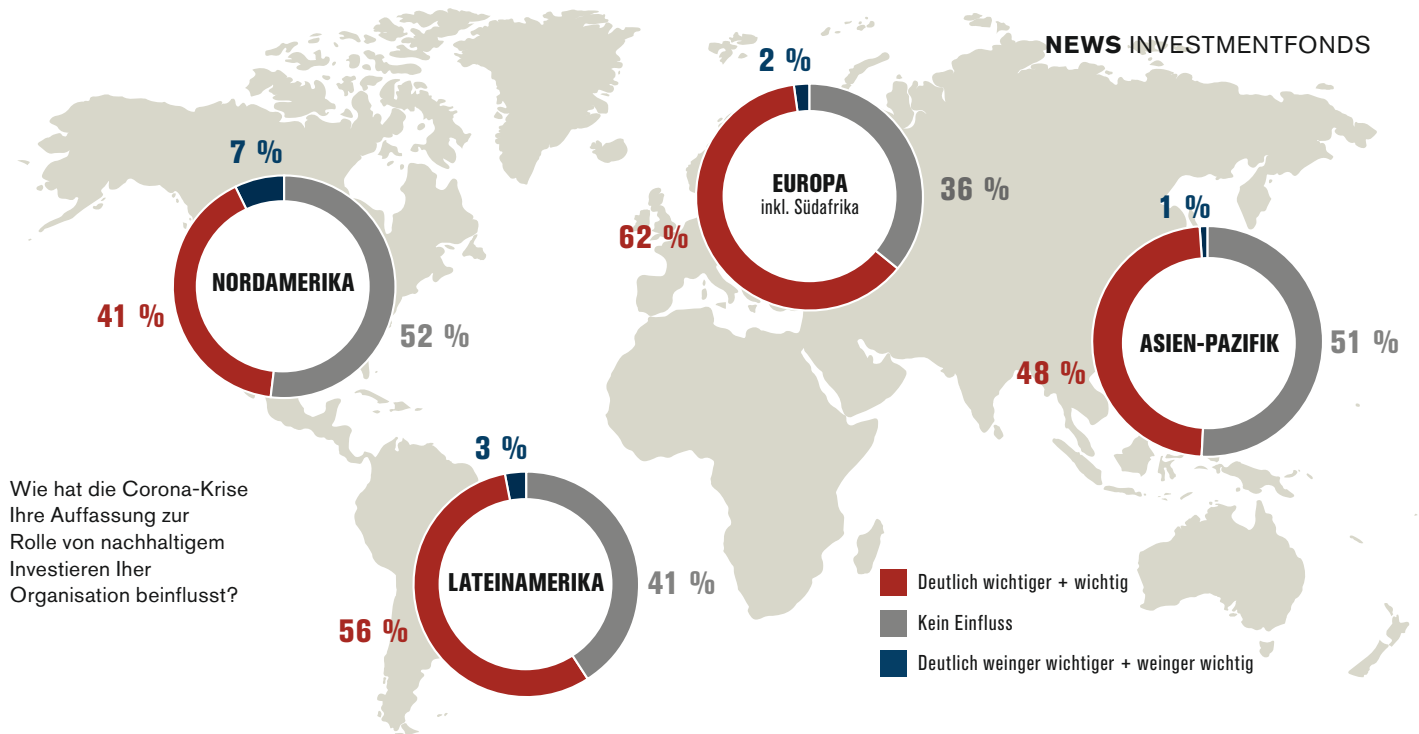
Die vergangenen 1,5 Jahre waren für Sparer eine Achterbahnfahrt der Gefühle. Einerseits kletterte die Sparquote der Deutschen in Corona-Zeiten von 10,9 Prozent im Jahr 2019 ein Jahr später auf 16,2 Prozent. Andererseits zahlte sich das Sparen für viele Bundesbürger kaum aus, weil sie das Geld auch während der Pandemie überwiegend in niedrig- bis negativverzinsten Anlageklassen anlegten. Zwar ist der Anteil von Termin- und Spareinlagen am Gesamtfinanzvermögen von 2019 auf 2020 leicht um einen Prozentpunkt auf 11,7 Prozent zurückgegangen. Insgesamt ist der Nullzinsblock aber weiter gewachsen. Allein 2020 parkten deutsche Sparer knapp zwei Billionen Euro an Bargeld, auf Giro- oder Tagesgeldkonten.



Ist Asien bald Export-Weltmeister?



Der Anteil Asiens am weltweiten Exportvolumen von Waren ist in den vergangenen Jahrzehnten immer weiter gestiegen. Das zeigt die Statistika-Grafik auf Basis von Daten der Welthandelsorganisation (WTO). Läuft die Region Europa jetzt den Rang ab? Bis Anfang der 1980er Jahre lag der Anteil Asiens bei unter 20 Prozent und ist bis 2020 schließlich auf rund 36 Prozent gestiegen. Zur derzeit größten Export-Region Europa fehlen lediglich noch 2,1 Prozentpunkte. Asien könnte Europa also bereits in naher Zukunft überholen. Konkurrenz aus Nordamerika ist vorerst wohl nicht zu erwarten, da der Anteil dieser Region etwa seit Mitte der 1990er Jahre rückläufig ist. Die zunehmende Verschiebung des Welthandels hin zu den asiatischen Volkswirtschaften China, Korea, Hongkong, Singapur und Taiwan spiegelt sich auch in der Entwicklung der Schiffahrtsmärkte wider. Häfen in Asien dominieren das Spitzenfeld der größten Häfen nach Containerumschlag immer stärker. Gleiches gilt für den Bereich der Frachtflughäfen: sieben der zehn nach Frachturnschlag größten Frachtflughäfen liegen in der Region Asien-Pazifik.



So sehen Profianleger die Kapitalmärkte

Die Sorge institutioneller Investoren, dass nachhaltiges Investieren die Wertentwicklung beeinträchtigen könnte, ist im vierten Jahr in Folge zurückgegangen. Gleichzeitig hat die Corona-Krise Nachhaltigkeit stärker in den Fokus gerückt. Dies sind zwei Ergebnisse der Schroders Institutional Investor Study 2021, für die weltweit 750 institutionelle Anleger mit einem verwalteten Vermögen von insgesamt rund 26,8 Billionen US-Dollar befragt wurden. 38 Prozent der befragten Institutionen äußerten Bedenken im Hinblick auf die Performance nachhaltiger Investments – ein klarer Rückgang verglichen mit 45 Prozent vor einem Jahr und 48 Prozent in 2019. Dies ist ein weiterer Beleg dafür, dass unter Anlegern die Sorge abnimmt, nachhaltiges Investieren könnte die Renditen schmälern. Von zentraler Bedeutung ist, dass die Corona-Krise nachhaltiges Investieren bei institutionellen Investoren stärker ins Rampenlicht gerückt hat. Global halten dies 52 Prozent wegen der Pandemie inzwischen für einen wichtigeren Schwerpunkt. Besonders ausgeprägt ist diese Überzeugung in Europa, wo 62 Prozent der Anleger nachhaltigem Investieren mittlerweile größere Bedeutung beimessen. Zugleich gaben nur 8 Prozent der Investoren weltweit an, dass

sie nicht an die Vorteile nachhaltigen Investierens glauben – deutlich weniger als 2018, als dies noch auf 23 Prozent zutraf. Integration ist nach wie vor der bevorzugte Ansatz für nachhaltiges Investieren. Demgegenüber ist negatives Screening, das zum Ausschluss von Werten aus dem Anlageuniversum führt, inzwischen deutlich unwichtiger geworden. Positives Screening, themenbasiertes Investieren und aktive Einflussnahme auf Unternehmen wurden ebenfalls als bevorzugte Ansätze für die Umsetzung von Nachhaltigkeit genannt. Im Vorfeld der im November stattfindenden UN-Klimakonferenz 2021 halten fast zwei Drittel (64 Prozent) der Investoren weltweit eine aktive Einflussnahme in Umweltfragen – wie dem Klimawandel oder der Nutzung fossiler Brennstoffe – für die wichtigsten Stewardship-Themen. Dieser Fokus auf Umweltbelange ist bei europäischen Investoren noch ausgeprägter, steht aber auch bei Anlegern in Nordamerika und im Asiatisch-Pazifischen Raum im Vordergrund. Interessanterweise ist für Investoren in Lateinamerika die nachhaltige Erfüllung der Erfordernisse von Kunden der wichtigste Stewardship-Schwerpunkt.

Neuer Leiter Wholesale

Steven de Vries hat seine Tätigkeit in der Funktion als Head of Wholesale & Retail Distribution EMEA bei Legal & General Investment (LGIM) aufgenommen. LGIM ist mit einem verwalteten Vermögen von 1,43 Billionen Euro einer der weltweit führenden Vermögensverwalter. De Vries wird die Wholesale- und Retail-Aktivitäten des Unternehmens in Kontinentaleuropa leiten und an Honor Solomon, Head of Retail EMEA berichten. De Vries löst Simon Hynes ab, der Anfang des Jahres in den



Steven de Vries

Ruhestand ging, nachdem er erfolgreich die Grundlagen für das Wholesale- und Retail-Geschäft von LGIM in einer Reihe von europäischen Kernmärkten geschaffen hatte. De Vries wird dafür verantwortlich sein, die Wachstumspläne von LGIM in Kontinentaleuropa, insbesondere in Deutschland, Italien und der Schweiz voranzutreiben. Dabei wird er seine umfangreiche Erfahrung in der engen Zusammenarbeit mit einer Reihe von europäischen Vermögensverwaltern, Privatbanken und anderen Wholesale- und Intermediärkunden einbringen. Mit 25 Jahren Erfahrung in der Asset-Management-Branche hat De Vries als Managing Director Global Financial Institutions (GFIs) für Janus Henderson Investors gearbeitet, wo er von 2017 bis 2020 für die Entwicklung und Umsetzung der Strategie für GFIs und Großkunden verantwortlich war.

Früher klimaneutral

Fidelity International (Fidelity) verpflichtet sich, die durch seinen Geschäftsbetrieb verursachten CO₂-Emissionen unternehmensweit schon bis 2030 auf Netto-Null zu reduzieren – zehn Jahre früher als bisher geplant. Auf dem Weg zur Klimaneutralität haben die Vermeidung und Reduzierung von Emissionen für Fidelity oberste Priorität. Erreicht werden soll dies durch eine bessere Energieeffizienz seiner Büros, den verantwortungsvollen Umgang mit Geschäftsreisen und den Einsatz erneuerbarer Energien.

Das neue Ziel gibt der Vermögensverwalter mit der heutigen Veröffentlichung seines Nachhaltigkeitsberichts bekannt. Es reiht sich ein in andere, bereits angekündigte Netto-Null-Initiativen. Dazu zählen die Verpflichtung zu Anlagestrategien, die auf Klimaneutralität bis zum Jahr 2050 ausgerichtet sind. Dies erfolgt im Rahmen der Net Zero Asset Manager Initiative, zu deren Gründungsmitgliedern Fidelity gehört.

Paras Anand, Chief Investment Officer für die Region Asien-Pazifik und Schirmherr des Corporate Sustainability Committee von Fidelity, kommentiert: „Als wir 2020 erstmals unser Netto-Null-Ziel festlegten, wollten wir eine echte, messbare Emissionsreduktion erzielen, anstatt einfach nur unsere Kohlenstoffemissionen zu kompensieren. Wir waren überzeugt, dass dies bis 2040 möglich sein sollte. Im letzten Jahr haben wir hart daran gearbeitet, unsere CO₂-Bilanz an allen unseren Standorten welt-



weit zu verbessern. Das ist uns gelungen, und das Ergebnis hat uns darin bestärkt, uns ein noch ehrgeizigeres Ziel zu setzen. Solche kontinuierlichen Verbesserungen sind unseres Erachtens entscheidend und stellen sicher, dass wir unsere Auswirkungen auf die Umwelt als zentrale Überlegung in unsere gesamte Geschäftsstrategie einbeziehen.“

Neben der angestrebten Klimaneutralität hat sich Fidelity bis 2024 zu einer Reihe weiterer Nachhaltigkeitsziele verpflichtet, die die Umwelt, das Arbeitsumfeld, die Lieferkette und die Regionen, in denen Fidelity tätig ist, betreffen. Dazu gehören:

- Verbesserung der Umwelt: Energieverbrauch und Abfallmenge um jeweils 25 Prozent reduzieren sowie die Recyclingquote um 80 Prozent im Vergleich zu 2019 anheben.
- Mehr Gleichberechtigung am Arbeitsplatz: Anteil der Frauen in der Unternehmensführung auf 35 Prozent und der Belegschaft auf 45 Prozent anheben.
- Verantwortungsvoller Einkauf bei Lieferanten: 90 Prozent unserer Hochrisikolieferanten einem ESG-Monitoring unterziehen und bei 95 Prozent unserer Ausschreibungen mindestens einen diversen Lieferanten einbeziehen.
- Resiliente Gemeinschaften schaffen: Gegenüber dem Vorjahr die Zahl der Ehrenamtsstunden unserer Mitarbeiter anheben und die Zahl der Wohltätigkeitsorganisationen, die unterstützt werden, auf über 200 erhöhen.

Elektroautos mit höherer Effizienz als Verbrenner

Die Aussichten für den Markt von Elektroautos erscheinen günstiger denn je. Eine neue Infografik von Kryptoszene.de verdeutlicht nun, dass die E-Mobilität tatsächlich umweltfreundlicher ist als konventionelle Automobile. Schon heute liegen die Lebenszyklus-Emissionen von reinen Elektroautos demnach bis zu 69 Prozent niedriger als die von modernen Verbrennern. So stößt

ein neues Benzinauto in Europa inklusive Herstellung, Wartung, Treibstoffverbrauch und Treibstoffproduktion heute ca. 250 g CO₂/km aus. Im Gegensatz hierzu liegen Elektroautos inklusive der Batterieherstellung bei rund 80-90 g CO₂/km. In den kommenden Jahren soll die Elektromobilität ihren CO₂-Fußabdruck noch weiter senken können. Obwohl noch viele Ressentiments

gegenüber E-Autos in Deutschland existieren, steigen die Zulassungen kontinuierlich und extraproportional. Allein im Jahr 2020 wurden in Deutschland gemäß der Infografik über 190.000 Elektroautos angeschafft hervorgeht. Zum Vergleich: 2018 waren es noch 36.000. Vor allem in deutschsprachigen Ländern ist aber oft noch die Skepsis bezüglich E-Autos groß. Vor allem die Reichweite und der fehlende Ausbau von Ladestationen hält viele laut Infografik von Kryptoszene.de davon ab, sich für ein Elektroauto zu entscheiden. Doch auch hier sind die Hersteller am Nachrüsten: Schon heute kommt ein neues Elektroauto auf eine Reichweite von durchschnittlich 400 km. Die Spitzenreiter, wie etwa das Tesla Model S, fahren mehr als 600 km, bevor sie an die Steckdose müssen.



E-Auto an der Wallbox: Die Stromer glänzen mit guten Leistungsdaten.



Genossenschaftliche FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken

Service-KVGs

Gesamtwertung
sehr gut

EURO TIAM

TIAM 04/2020; bewertet: 18 Anbieter

WIR SEHEN IHREN ERFOLG UND HANDELN

Hoch konzentriert in Strategie und Umsetzung, stehen wir für Innovationsführerschaft und Zukunftssicherheit bei Fondsauflage und Fondsservice. Unsere Fokusthemen: Alternative Investments & Private-Label-Fonds. Ob in Deutschland, Luxemburg oder in der Schweiz – Sie finden einen Partner mit der Sicherheit und dem Service einer internationalen Bank, der DZ PRIVATBANK, und der unternehmerischen Power der DZ BANK Gruppe.

Wir beraten Sie gerne persönlich, sprechen Sie uns an.

Telefon: +352 260248-1, fundsolutions@ipconcept.com, www.ipconcept.com

Infos zu ausgewählten Fonds und zum Fondsmanagement: www.fonds-im-fokus.com

powered by IPConcept

FONDSIMFOKUS

IPConcept

Ein Unternehmen der DZ PRIVATBANK

MISCHEN POSSIBLE

Mischfonds gelten als Allzweckwaffe der Geldanlage und sind eine solide Basis, um langfristig risikoreduziert ein Vermögen aufzubauen. Doch die Portfoliomanager stehen vor zunehmenden Herausforderungen. Welche Fonds im aktuellen Umfeld Chancen bieten.

Dan Sauer, Nordea, rechnet in den kommenden zehn Jahren mit deutlich geringeren Renditen für traditionelle Anlageklassen.



Mischen bleibt in Mode, keine andere Fondsgattung verzeichnet so konstant Zuflüsse wie Mischfonds. Nach Angaben des Branchenverbandes BVI belief sich das verwaltete Vermögen der Publikums-Mischfonds Ende März auf 344 Milliarden Euro – knapp 50 Milliarden Euro mehr als vor Jahresfrist. Seit 2010 haben Multi-Asset-Fonds in 84 Prozent aller Monate Zuflüsse generiert. „Auf einen vergleichbar hohen Wert kommen sonst nur Immobilienfonds“, so der BVI.

Sparer schätzen diese Investmentvehikel, weil sie die langfristigen Performancevorteile von Dividentiteln nutzen, aber zugleich allzu tiefe Stolperfallen umgehen. Der Vorteil von Multi-Asset-Fonds liegt auf der Hand: Portfoliomanager können – im Gegensatz zu reinen Aktienfonds – in mehrere Anlageklassen wie Aktien, Anleihen, Rohstoffe und Währungen investieren. Auch Edelmetalle und Immobilien können beigemischt werden. Klassische Mischfonds investieren fast ausschließlich in Aktien und Anleihen. Die Idee dabei: Die beiden Anlageklassen entwickeln sich häufig unterschiedlich.

Investoren sollten die sehr unterschiedlichen Risikoprofile dieser Anlagepools beachten. Zum einen gibt es defensive Produkte, bei denen die Risikobegrenzung im Vordergrund steht. Andere Mischfonds sind offensiver ausgerichtet und haben meist einen höheren Aktienanteil, was im Vergleich zu den defensiveren Varianten in der Regel zu einem höheren Risiko und zu langfristigen Erträgen führt.

Einfach nur Anlageklassen im Fonds zu kombinieren, reicht aber nicht für den Anlageerfolg. Manager von Multi-Asset-Portfolios stehen angesichts weiterhin extrem niedriger Zinsen und der nach wie vor schwelenden Coronakrise vor ernststen Herausforderungen. „Durch das seit Jahren niedrige Zinsniveau und das Anleihe-Kauf-Programm der Europäischen Zentralbank hat sich die Zahl der rentablen und investierbaren Euro-Anleihen kontinuierlich verringert“, gibt etwa Hendrik Leber, Fondsmanager und Gründer des Frankfurter Vermögensverwalters Acatis zu bedenken, „verzinsliche Papiere zu finden, die Erträge durch Ausschüttungen und nicht durch Kursgewinne erzielen, wurde deutlich erschwert.“

Der richtige Mix ist das A und O

„Aus dem Nullzins ist für viele ein Negativzins geworden und die lange totgeglaubte Inflation reckt nun wieder ihr Haupt“, bringt es Bert Flossbach, Mitgründer der unabhängigen Kölner Finanzboutique Flossbach von Storch auf den Punkt, „die einzige liquide Anlageklasse, die noch Chancen auf positive Erträge ermöglicht, sind Aktien.“ Dan Sauer, Head of Institutional and Wholesale Distribution Central Europe bei Nordea Asset Management, geht gar davon aus, dass „die erwarteten Renditen traditioneller Anlageklassen in den nächsten zehn Jahren deutlich niedriger ausfallen werden, als es in den letzten zehn Jahren der Fall war.“ Die traditionelle Aufteilung auf Aktien und Anleihen dürfte vor diesem Hintergrund nicht immer zielführend sein, um für Anleger ein vernünftiges Rendite-Risiko-Verhältnis abzubilden. Vielmehr muss die Diversifikation stim-



Peter Reichel von Blackrock sieht die Entwicklung des Klimas als Anlagerisiko.



Edouard Carmignac, Gründer und CIO von Carmignac, erkennt viel Potenzial in Technologiewerten.

men – was ein gutes Risikomanagements erfordert. Dann können die unterschiedlichen Komponenten das Risiko senken, auch wenn sie einzeln betrachtet ein höheres Risiko bergen.

Anleger haben die Qual der Wahl. Der Plutos Multi Chance etwa kam in den vergangenen drei Jahren auf eine ansehnliche jährliche Wertsteigerung von mehr als 20 Prozent und besteht zu 90 Prozent aus Aktien. Fondsmanager Thomas Käsdorf sichert sein Portfolio mit engen Stopp-Kursen vor möglichem Ungemach ab. Welche Aktien im Anlagetopf landen, entscheidet Käsdorf nicht zuletzt anhand deren Kursverläufe. Zu den größten Positionen zählten zuletzt Nokia, American Waterworks und Nestlé.

In der Gruppe der ausgewogenen oder flexiblen Mischfonds sticht der Acatis Gané Value Event ins Auge. Das von Uwe Rathausky und Henrik Muhle entwickelte Fondskonzept basiert auf einer Kombination aus Value-Investing und dem Ansatz der sogenannten Event-Orientierung. Die Fondsmanager investieren somit einerseits in Unternehmen von hoher Qualität, die sich besonders durch ihre Nachhaltigkeit, ihre Wettbewerbsfähigkeit und eine attraktive Bewertung auszeichnen. Zum anderen wird dann investiert, wenn sich unternehmensspezifische

Ereignisse („Events“) wie Übernahmen oder Aktienrückkäufe ereignen, die sich meist kurstreibend auf die Aktienkurse dieser Firmen auswirken.

Das Fondsmanager-Duo ist Anhänger der Value-Philosophie, achtet also sehr intensiv auf die Bewertung der Papiere. Bisher zahlte sich das Konzept aus: Der Acatis Gané Value Event konnte seinen Vergleichsindex MSCI World seit seiner Auflage im Dezember 2008 in jedem Jahr teils deutlich hinter sich lassen. „Der Schwerpunkt liegt bei der Diversifizierung daher momentan klar auf der Aktienkomponente“, sagt Portfoliomanager Uwe Rathausky. In Aktien steckten zuletzt daher knapp 70 Prozent des Vermögens, auf Anleihen entfielen acht Prozent. Mit 23 Prozent waren Barmittel im Vergleich zu den Wettbewerbern sehr hoch gewichtet.

Robuste Anlagestrategie mit klaren Regeln

Unter den aktienorientierten Mischfonds zählt der von Morningstar mit fünf Sternen ausgezeichnete Flossbach von Storch Multiple Opportunities seit über zehn Jahren zur Spit-

Wieder in der Erfolgspur

Multi-Asset-Fonds können über alle Sektoren und Assetklassen punkten.

Fonds	ISIN	Perf. 1 Jahr	Perf. 3 Jahre	Perf. 5 Jahre
Acatis Gané Value Event	DE000A0X7541	14,67	33,32	54,18
Amundi Discount Balanced	DE000A2H5ZE3	8,76	6,35	k.A.
Bantleon Opportunities	LU0337414303	5,69	11,02	8,17
BGF - Global Multi Asset Income	LU0784385840	11,74	18,20	24,05
Carmignac Patrimoine	FR0010135103	10,28	14,80	13,50
FvS Multiple Opportunities	LU0323578657	12,41	28,42	36,36
JPM Global Multi Strategy Income	LU0697242484	13,89	10,68	17,36
Nordea 1 - Stable Return	LU0227384020	11,28	13,05	8,40
Oddo BHF Polaris Moderate	DE000A2JJ1W5	5,64	k.A.	k.A.
Plutos - Multi Chance	LU0339447483	23,78	76,56	96,84

Quelle: Fondsweb.de; Stand: 3. August 2021

Bert Flossbach, Flossbach von Storch: „Grundlage für die Asset-Allokation ist unser eigenes, unabhängiges Weltbild.“

zengruppe. Mit hoher Konstanz liefert Fondsmanager Bert Flossbach, der sich ganz bewusst an keinem Vergleichsindex orientiert, überdurchschnittliche Ergebnisse. Aktuell setzt Flossbach überwiegend auf Aktien (81 Prozent des Vermögens), Anleihen sind nicht Bestandteil seiner Strategie. Rund neun Prozent stecken in Gold das er als Versicherung sieht, um „bekannte und unbekannte Risiken eines fragil gewordenen Finanzsystems“ abzufedern. Den nicht unerheblichen Kassenbestand von zuletzt elf Prozent wiederum betrachtet er als nötige Flexibilität, um Chancen auf den Märkten nutzen zu können.

„Grundlage für die Asset-Allokation ist unser eigenes, unabhängiges Weltbild“, erläutert Flossbach. „Die fetten Jahre sind daher aus unserer Sicht vorbei. In diesem Umfeld bedarf es unserer Überzeugung nach eine robuste Anlagestrategie, die klaren Regeln folgt, verschiedene Anlageklassen berücksichtigt und nicht vergangenheitsbezogen ist.“ Bei der Struktur des Aktienportfolios ist ihm eine gesunde Mischung aus der Verlässlichkeit von Erträgen und Wachstumspotenzial wichtig. Zu den größten Positionen im FvS Multiple Opportunities zählten Anfang August neben der Google-Mutter Alphabet und Nestlé auch das soziale Netzwerk Pinterest.

Die Manager des Nordea 1 – Stable Return Fund suchen nach Aktien, die im Vergleich zum breiten Markt sehr günstig bewertet wird. „Diese Bewertungslücke bietet aus unserer Sicht aktuell signifikante Renditepotenziale“, meint Nordea-Vertriebschef Dan Sauer, der aktuell besonders auf stabile und risikoarme Aktien setzt. Ein wichtiges Merkmal des Fonds ist in seinen Augen, dass die Allokation nicht „top-down“ anhand von Anlageklassen vorgenommen wird, sondern „bottom-up“ auf Basis von Risikoprämien. Die Idee dahinter: Hinter jeder Anlageklasse verbergen sich mehrere Renditetreiber beziehungsweise Risikoprämien, die sich in unterschiedlichen Marktphasen (Erholungsphasen bzw. eher rezessive Phasen) unterschiedlich entwickeln.

Die Aktienquote des Stable Return Fund richtet sich daher nach der Ausrichtung des Fonds zu den einzelnen Risikoprämien. „Damit kann das Portfolio jeder Wetterlage trotzen und sich unter wechselnden Marktbedingungen erfreulich entwickeln“, so das Kalkül von Nordea-Manager Sauer. Zuletzt machten Aktien 72 Prozent des



Portfolios aus, auf Anleihen und Pfandbriefe entfielen 23 Prozent. Mit 4,3 Prozent ist die Position der liquiden Mittel erheblich geringer als in der Vergleichsgruppe.

Defensive Mischfonds mit hohem Anleihen-Anteil

Auf einen deutlich geringeren Aktienanteil setzt der bereits im November 1989 aufgelegte Cargminac Patrimoine, ein Klassiker der Mischfonds-Szene. Mindestens die Hälfte sind stets in festverzinsliche Wertpapiere angelegt. Sein benchmarkunabhängiger und mit einigen Freiheitsgraden versehener Ansatz erlaubt es dem Managementteam, je nach Zyklus opportunistisch zu agieren und den Fonds so zu positionieren, wie wir es wollen. Für Carmignac-Gründer und Chief Investment Officer Edouard Carmignac liegt der Schlüssel in der Technologie. Gute Perspektiven attestiert er den Bereichen





Peter Rieth, Oddo BHF, setzt auf konjunkturunabhängige Qualitätsaktien.

Software, Zahlungslösungen, Sicherheit, Gesundheit, Gentechnik. Mit Blick auf die Regionen ist China für ihn der Gewinner der Pandemie.

Hinsichtlich der Gewichtung der unterschiedlichen Anlageklassen ähnlich wie Carmignac agiert Peter Rieth, der den Oddo BHF Polaris Moderate steuert. Bei dem eher defensiven Mischfonds kann Rieth zwischen null und 40 Prozent in Aktien investieren. Mit den verbleibenden 60 bis 100 Prozent kauft er Anleihen, die eine gute Bonität beziehungsweise ein Investment-Grade-Rating aufweisen oder mischt Gold in Form von Zertifikaten bei. „Wir möchten größere Rückschläge durch Aktienkursschwankungen so gering wie möglich halten und gleichzeitig einen Zusatzertrag zu einer Rentenanlage erwirtschaften“, lautet Rieths Credo. Dazu investiert er vor allem in Qualitätsaktien, die unabhängig von der Konjunktur dauerhaft wachsen können.

Hingegen meidet er Aktien, die strukturell herausgefordert sind und entsprechend hohe Risiken aufweisen. Als interessant erachtet er Unternehmen, die in allen Phasen des Wirtschaftszyklus auf Kurs bleiben können und von langfristigen Entwicklungen wie Digitalisierung, Automatisierung der Wirtschaft, Künstlicher Intelligenz, neuen Verbraucher- und Arbeitstrends,

der Alterung der Bevölkerung und den steigenden Einkommen in der aufstrebenden Mittelschicht profitieren. Zu den am höchsten gewichteten Positionen zählten Anfang August Paypal, Roche und Microsoft. Der Oddo BHF Polaris Moderate hat seit April 2006 in der Spitze nie mehr als 7,3 Prozent verloren.

Klimawandel als Investmentrisiko

Der mit einem Anlagevolumen von neun Billionen Dollar weltgrößte Vermögensverwalter Blackrock deckt den Bereich Multi-Asset sowohl mit börsennotierten Indexfonds (ETFs), als auch mit aktiven Fondslösungen wie dem Blackrock Global Funds – Global Multi-Asset Income Fund ab. Letzterer war zuletzt mit mehr als 60 Prozent seines Anlagekapitals in US-Anleihen und US-Aktien investiert. Für Peter Reichel, Investmentstrategie im Multi-Asset Strategies & Solutions Team bei Blackrock bietet die Anlageklasse Aktien derzeit das attraktivste Chancen-Risiko-Verhältnis.

Die Entwicklung des Klimas stellt für den Anlageexperten ein Investmentrisiko dar. Grund genug für Reichel, dies bei seinen Kapitalmarktannahmen, zu denen auch die hausinternen langfristigen Renditeerwartungen gehören, mit einzubeziehen. Dabei zielt er darauf ab, die Aktienquoten den drei Risikoprofilen, „Konservativ“, „Moderat“ und „Wachstum“ dynamisch den Marktgegebenheiten anzupassen. Zudem legt er großen Wert auf Nachhaltigkeit: „Die Umschichtung in nachhaltige Anlagen nimmt Fahrt auf und wird sich voraussichtlich auf die Renditen aller Vermögenswerte auswirken.“

„Wie gut sich ein Mischfonds entwickelt, liegt letztlich in den Händen des Fondsmanagements und der Einschätzung auf die jeweiligen Märkte“, betont Björn Jesch, Chef der Schweizer Dependence der DWS. Das Management müsse das große Ganze im Blick behalten, ständig reflektieren und entscheiden, wann, wie und in welchem Umfang es das Fondsvermögen umschichtet.

Christian Nevermann macht auf eine weitere Herausforderung aufmerksam: „In langsam fallenden Märkten sieht man das Risiko von Mischfonds auf der Rentenseite oft nicht. Wenn die Märkte jedoch schnell nach unten abrechen, können die Spreads stark steigen“, mahnt der unabhängige Finanzberater aus dem rheinland-pfälzischen Dudenhofen. Die Folge: Die Seite, die eigentlich für Ruhe im Mischfonds sorgen sollte, schwankt plötzlich wie die Aktienseite – und ist heutzutage nicht selten hoch illiquide. Nevermann rät vor diesem Hintergrund: „Anleger sollten die Zusammensetzung des Fonds vor einem möglichen Engagement immer genau unter die Lupe nehmen.“

Autor Christian Euler ist Buchautor und Wirtschaftsjournalist.



ÖKOWORLD KLIMA

*Informieren Sie sich über den Investmentfonds
ÖKOWORLD KLIMA bei Ihrer Bank.*



Juliana Hansveden, Nordea



Harry Granqvist, Nordea

„STETIG WACHSENDER REIFEGRAD BEI ESG-REPORTINGS“

Schwellenländer und das Thema ESG sind derzeit zwei wichtige Investmentthemen. Wir befragten dazu Juliana Hansveden, Portfoliomanagerin der Nordea Emerging Stars Equity Strategy, und Harry Granqvist, Senior-ESG-Analyst, beide Nordea Asset Management.

Frau Hansveden, wie ist der Nordea 1 - Emerging Stars Equity Fund durch das Coronajahr 2020 gekommen? An welchen Stellen mussten Sie das Portfolio anpassen?

Hansveden: Der Fonds erzielte im Jahr 2020 eine unglaubliche Rendite von 37,9 Prozent (gemessen in US-Dollar). Dies entspricht einer Outperformance von 19,6 Prozentpunkten gegenüber der Benchmark, die eine Rendite von 18,3 Prozent erzielte.

Die Outperformance war in erster Linie auf die Aktienausswahl zurückzuführen, was wir als Bottom-up-Aktienselektoren gerne sehen. Die besten Aktienpicks im Jahresverlauf waren Sea, das südostasiatische Gaming- und E-Commerce-Unternehmen, Samsung SDI, der koreanische Hersteller von Batterien für Elektrofahrzeuge, und Mercadolibre, das lateinamerikanische E-Commerce- und Fintech-Unternehmen. Diese Unternehmen

profitierten alle von der erhöhten Akzeptanz ihrer Produkte und Dienstleistungen während der Pandemie, da die Verbraucher von zu Hause heraus arbeiteten, einkauften und Unterhaltung suchten. Das gestiegene Umweltbewusstsein trieb die Nachfrage nach Elektrofahrzeugen an. Im Laufe des Jahres 2020 haben wir die Positionen in unseren stärksten Performern schrittweise reduziert und unser Engagement in Unternehmen erhöht, die von einer wirtschaftlichen Erholung profitieren könnten. Viele von ihnen leisteten im Jahr 2021 bereits starke Beiträge, darunter Capitec, die südafrikanische Bank, die auf Haushalte mit geringerem Einkommen abzielt, OTP, die ungarische Bank, und Lojas Renner, der brasilianische Einzelhändler.

Wie haben sich die Schwellenländer allgemein während der Pandemie geschlagen und welche Auswirkungen erwarten Sie durch gegenwärtig dritte Welle von Covid-19?

Hansveden: Die Schwellenländer litten in unterschiedlichem Maße unter der Pandemie. Einige Länder, die schnell ihre Grenzen schlossen und Eindämmungsstrategien umsetzten, hatten weniger wirtschaftliche Auswirkungen, andere wiederum litten stark. Im Allgemeinen waren die Sterblichkeitsraten niedriger als in den entwickelten Märkten, obwohl die Qualität der Daten zugegebenermaßen schlecht ist. Eine im Durchschnitt jüngere Bevölkerung in diesen Ländern könnte ein Grund dafür sein, was aber teilweise durch eine schwächere medizinische Infrastruktur ausgeglichen wird. Viele Schwellenländer haben immer noch mit den Wellen der Covid-19-Pandemie zu kämpfen, und in vielen Ländern gelten immer noch Mobilitätsbeschränkungen. Gleichzeitig sind Impfprogramme in vollem Gange, die letztlich einen großen Unterschied machen werden. Trotz der aktuellen Schwierigkeiten glauben wir, dass dies ein Jahr der wirtschaftlichen Erholung und der allmählichen Lockerung der Beschränkungen sein wird. Wir glauben auch, dass viele Schwellenländer aus der Coronavirus-Pandemie fiskalisch gestärkt hervorgehen, da sie deutlich weniger für Konjunkturprogramme ausgegeben haben als ihre Pendanten aus den Industrieländern. Die meisten von ihnen haben auch eine konventionelle Geldpolitik beibehalten, was bedeutet, dass ihre Zentralbanken keine quantitative Lockerung vorgenommen haben, was ihre Währungen mit der Zeit attraktiver machen könnte.

Welche Sektoren sind weiterhin attraktiv, da sie zum Beispiel von langfristigen strukturellen Trends profitieren?

Hansveden: Derzeit sind wir in IT- und Finanzwerten übergewichtet. Technologische Veränderungen sind eine der Hauptquellen für strukturelles Wachstum in den Schwellenländern, und wir sehen viele interessante Anlagemöglichkeiten in diesem Bereich. Drei Bereiche von besonderem Interesse möchte ich hervorheben: Batterien für Elektrofahrzeuge und andere nachhaltige Technologien, Cloud-basierte Software-as-a-Service (SaaS) und die Entwicklung und Herstellung von Halbleitern. Die Einführung von Elektrofahrzeugen wird durch eine Kombination aus Regulierung und erhöhtem Umweltbewusstsein auf Verbraucherebene vorangetrieben. Unsere Portfolioposition Samsung SDI ist einer der wenigen Akteure, die qualitativ hochwertige EV-Batterien in großem Maßstab herstellen können. Cloud-basiertes SaaS steckt in China noch in den Kinderschuhen und stellt eine große Wachstumschance dar. Es ist ein attraktives Geschäft, da der Umsatz wiederkehrend ist, die Produkte skalierbar und die Umstellungskosten hoch sind. Und schließlich wäre die laufende technologische Entwicklung der Welt ohne zwei Unternehmen aus den Emerging Markets nicht möglich:

Die Taiwan Semiconductor Manufacturing Company (TSMC) stellt die fortschrittlichsten Logik-Halbleiter der Welt her und hat keinen nennenswerten Konkurrenten. Samsung Electronics in Südkorea ist führend bei Speicher-Halbleitern. Ohne sie wären 5G, Hochleistungscomputer, das Internet der Dinge und die Computerisierung von Autos nicht möglich. Wir glauben, dass ihr langfristiges profitables Wachstum vom Markt falsch eingeschätzt wird. Die Übergewichtung in Finanzwerten ist auf unser strukturell bedingtes Wachstum qualitativ hochwertiger Banken und Versicherungen zurückzuführen, sowie auf eine Reihe von Positionen, die während der Pandemie gelitten haben, aber über ein enormes Erholungspotenzial verfügen.

Das Thema ESG wird zukünftig in Europa auf allen Investmentebenen eine zentrale Rolle spielen und auf diese Weise auch Anlagen in Schwellenländern beeinflussen. Wie weit verbreitet ist das Thema Nachhaltigkeit in den Emerging Markets aktuell?

Granqvist: Die Schwellenländer sind in Bezug auf den Reifegrad der ESG-Offenlegung und ESG-Integration sehr heterogen, und es wäre falsch, von einer einheitlichen Entwicklungsrichtung zu sprechen. Dennoch sehen wir in vielen der wichtigsten Märkte eine starke Entwicklung hin zu einem höheren Niveau der Offenlegung und Integration. In Hongkong und Taiwan beobachten wir seit einigen Jahren einen stetig wachsenden Reifegrad des ESG-Reportings, und auch das chinesische Festland hat sich im vergangenen Jahr rasch verbessert.

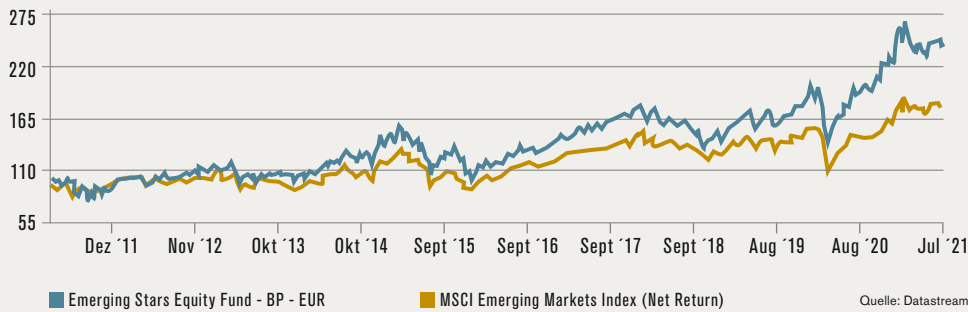
Welche Bedeutung hat ESG dort verglichen mit den Industriestaaten?

Granqvist: Einige koreanische Large Caps haben bessere ESG-Berichte als ihre europäischen oder nordamerikanischen Pendanten, und wir sehen einen starken und echten Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung bei einer großen Anzahl indischer und lateinamerikanischer Unternehmen. Bemerkenswert ist auch, dass sich China zum weltweit zweitgrößten Markt für grüne Anleihen entwickelt hat und die Dynamik des Marktes für nachhaltigkeitsbezogene Anleihen in den Schwellenländern wohl stärker ist als in den Industrieländern. Und dies ist nicht nur ein Unternehmenstrend - wir sehen, dass sich auch Investoren in den Schwellenländern in Richtung ESG bewegen. Ein Beispiel: Nordea Asset Management hat die Führungsrolle bei den Climate Action 100+ Engagements mit Petrobras und Eskom, und im vergangenen Jahr haben sich uns zum ersten Mal auch lokale brasilianische und südafrikanische Investoren diesen Engagements angeschlossen. Wir würden uns natürlich wünschen, dass die Geschwindigkeit dieser Entwicklung schneller und die Richtung einheitlicher wäre, aber die Dynamik ist da. Gleichzeitig ist die Heterogenität der ESG-Entwicklung auch eine Herausforderung. Es besteht ein Bedarf an mehr global standardisierten ESG-Offenlegungen und -Bewertungen, aber diese Herausforderung gilt für Schwellenländer ebenso wie für entwickelte Länder. *Wie lassen sich ESG-Themen angesichts einer überwiegend schwach ausgeprägten Datenbasis ernsthaft fokussieren?*

Granqvist: Die Herausforderung, was ESG-Daten betrifft, ist tatsächlich existent, aber auch überbewertet, wenn es darum geht, wie sie sich auf unsere Fähigkeit auswirkt, eine ESG-Strategie zu verfolgen. Letzten Endes sind die ESG-Zahlen nur im Kontext und als Teil einer strategischen Entwicklung aussagekräftig, wobei die Strategie natürlich nur dann glaubwürdig ist, wenn sie durch Zahlen untermauert werden kann. Und das bedeutet aus unserer Sicht, dass es selbst bei einer guten Offenlegung nie ausreicht, sich nur die Daten anzusehen – man muss

Dem Markt voraus

Der Nordea Emerging Stars Equity hat seit 2011 den breiten Markt immer deutlicher geschlagen.



bauch mit den Unternehmen sprechen, um den Kontext und die Dynamik zu verstehen. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass im Laufe dieser Gespräche viele zusätzliche Informationen gewonnen werden können, sowohl in Bezug auf die ESG-Daten als auch auf die strategischen Prioritäten im Bereich ESG. Dies unterstreicht auch, warum es besonders wichtig ist, ein aktiver Investor in jenen Schwellenländern zu sein, in denen die Offenlegung von ESG-Daten eher begrenzt ist. Es ist wichtig, eine langfristige Perspektive einzunehmen, denn unserer Erfahrung nach entwickeln Emittenten ihre ESG-Berichterstattung am effektivsten im Dialog mit Investoren. Engagements lösen die Datenherausforderung natürlich nicht vollständig, und es ist sinnvoll, bei ESG-Investitionen ein Element von „Nichtoffenlegungsstrafen“ einzuführen. Es ist aber auch wichtig zu verstehen, wo ein Mangel an Daten die ESG-Perspektive grundlegend verändert und wo nicht. Und das kann man nur mit einem detaillierten Verständnis der ESG-Wesentlichkeitsmatrix für jeden Emittenten.

Das Portfolio weist einen großen China-Anteil auf, obwohl das Reich der Mitte bislang nicht als ESG-Musterschüler aufgefallen ist. Wie passt das zusammen?

Granqvist: Es ist natürlich richtig, dass China immer noch vor sehr großen Herausforderungen in Bezug auf die Umweltverschmutzung und die Eindämmung der Treibhausgasemissionen steht, und insbesondere in Bezug auf die weiterhin hohe Abhängigkeit von Kohle. Dies ist ein Teil der Erklärung, warum die Emerging Stars Equity-Strategie derzeit kein Engagement in Energie, Versorgung oder Rohstoffen in China hat. Gleichzeitig wäre es falsch, China als Land zu bezeichnen, das keinen bedeutenden Beitrag zum Klimawandel leistet. China hat in einigen Bereichen des Umweltschutzes und der Umweltverschmutzung große Fortschritte gemacht, ist aber – was vielleicht noch wichtiger ist – auch zu einer Drehscheibe für eine Reihe von Technologien geworden, die für den Klimawandel absolut notwendig sind. Daher ist es wichtig, nicht nur die operative ESG-Performance von Unternehmen zu betrachten, sondern auch auf die Matrix der Produkte und Dienstleistungen zu achten, die sie anbieten, und darauf, wie diese zum Klima und anderen nachhaltigen Entwicklungszielen beitragen. Darüber hinaus finden wir in China viele ESG-Chancen in Bezug auf die anderen Säulen von ESG. Derzeit hält die Emerging-Stars-Equity-Strategie beträchtliche Positionen in chinesischen Unternehmen aus dem Technologie- und Finanzsektor, wo wir Emittenten finden, die

ein höheres Niveau an operativem ESG-Risikomanagement aufweisen als die meisten anderen Schwellenländer, sowie wesentliche Beiträge zu nachhaltigen Entwicklungszielen wie finanzielle Inklusion und Energieeffizienz.

Die G7-Staaten haben angekündigt, 100 Milliarden US-Dollar für Klimaschutzprojekte in den Schwellenländern bereitzustellen. Welche Auswirkungen erwarten Sie dadurch für ESG?

Granqvist: Im Großen und Ganzen ist die Umlenkung der öffentlichen Finanzierung und Regulierung auf klimaresiliente Investitionen nicht nur für den Klimaschutz selbst notwendig, sondern auch eine Voraussetzung dafür, dass das volle Potenzial der Beiträge von Unternehmen zum Aufbau von Klimaresilienz erschlossen werden kann. Allerdings ist Klimaschutz ein sehr weites Feld, das viele Arten von Projekten sowohl im Bereich der Emissionsminderung als auch der Anpassung umfasst. Es bleibt abzuwarten, wie das G7-Paket genau verwendet wird. Aber nach dem, was wir bisher gesehen haben, scheint es eher in Richtung Emissionsminderung zu gehen und wird daher einen Schub bedeuten für Unternehmen in emissionsintensiven Sektoren, die agil genug sind, um die Chancen zu nutzen. Gleichzeitig gibt es auch im Bereich der Anpassung dringend notwendige Investitionen, die dazu dienen würden, die Schwellenländer auf breiterer Basis vor negativen Klimaauswirkungen zu schützen, und die einen gleichmäßigeren Schutz vor ESG-Risiken bieten würden. Beides ist notwendig.

Was sind die größten Herausforderungen für die Emerging Markets in den kommenden Monate und mit welchem Ergebnis rechnen Sie?

Hansveden: Die größte Herausforderung wird zweifellos das effektive Impfen in den Schwellenländern sein. Der größte Teil der Weltbevölkerung lebt in den Schwellenländern, und wir haben bereits die Auswirkungen der Entwicklung neuer Varianten in diesem Teil der Welt aufgrund der niedrigen Impfquoten gesehen. Leider ist es wahrscheinlich, dass dies wieder geschieht, wenn die Regierungen die Impfprogramme nicht beschleunigen. Die wirtschaftliche Aktivität könnte sich erneut verschlechtern, obwohl ich glaube, dass die Regierungen zögern, strenge Abriegelungsmaßnahmen zu ergreifen, da diese eine verheerende Wirkung auf die Ärmsten haben. Ich glaube, dass die monetären Bedingungen wahrscheinlich lockerer bleiben werden, aber es besteht ein nicht zu vernachlässigendes Risiko einer Straffung der US-Geldpolitik, die in der Vergangenheit von den Finanzmärkten negativ aufgenommen wurde. Wir verfolgen einen Bottom-up-Ansatz mit einem Anlagehorizont von drei bis fünf Jahren und suchen nach Unternehmen, die unabhängig von den monetären Bedingungen eine langfristige Performance erzielen können.

Die Fragen stellte Frank O. Milewski, Cash.

BVT Unternehmensgruppe Sachwerte. Seit 1976.

Die BVT Unternehmensgruppe mit jahrzehntelanger Erfahrung bei deutschen und internationalen Immobilienengagements, Energie- und Infrastrukturprojekten sowie Unternehmensbeteiligungen bietet Anlegern attraktive Investitionsmöglichkeiten.



Partner-Webinar

*Cash. Digital Week 2021
vom 6. bis 10. September 2021*

Vertrieb 4.0:

Mit einer digitalen Vermögensplattform Potenziale ausschöpfen

Digitale Lösungen in der Finanzbranche sind eine Brücke in die Zukunft, denn nur über moderne Zugangswege lassen sich auch jüngere, vermögendere Anleger mobilisieren. Im BVT-Webinar zeigen wir Ihnen gemeinsam mit unseren Partnern wealthpilot und CrowdDesk – beides innovative Digitalisierungsspezialisten – wie Ihnen der digitale Prozess von der Lead-Generierung bis zum Abschluss hilft, den Ertrag zu steigern.

Melden Sie sich jetzt an!

[https://register.gotowebinar.com/
register/4674626878196730128](https://register.gotowebinar.com/register/4674626878196730128)



■ Mehr unter <https://cash-digitalweek.de/>

fragen: Ist dieses Themenfeld wirklich eine gute langfristige Investition oder nur eine schön verpackte luftleere Idee? Dieses Risiko kann wie so oft durch Diversifikation verringert werden: Investoren sollten mehrere Themeninvestments gleichzeitig wählen, um vor einem plötzlichen Totalverlust geschützt zu sein.

Zweiter Fehler: Vernebelte Prognosen

Insbesondere wenn sie ins nächste Jahrzehnt reichen, sind Prognosen bestenfalls ungenau und schlimmstenfalls gefährlich. Investoren sollten Anlagemanager fragen, woher genau ihre Ideen stammen. Und dabei sollten Investoren Ideen bevorzugen, die auf Erfahrungen aus der realen Welt und nicht aus einem vermeintlichen allgemeinen Konsens stammen. Bei Lazard beispielsweise beziehen wir die meisten unserer Ideen aus Gesprächen mit Unternehmen. Sie müssen schließlich das Geld für bestimmte Strukturwandel in die Hand nehmen, anstatt nur darüber zu reden.

Auch wenn sie von der Vision eines Managers begeistert sind: Manager können nicht verlässlich in die Zukunft gucken. Merkmale wie 10-Jahres-Kursziele oder extrem übergewichtete Positionen sollten für Investoren Alarmzeichen sein. Die wichtigste Frage lautet: Scheint das Management-Team die Tatsache der langfristigen Ungewissheit zu akzeptieren und kommuniziert es die eigenen Grenzen bei der Prognose?

Dritter Fehler: Zu weiter Fokus

Thematische Anlageideen sind wie ein Vorschlaghammer: Im Grunde einfache Strategien, die mit einer großen Kraft versuchen, ihr Ziel zu erreichen – so aber bei Fehlern auch dauerhafte Schäden in den Portfolios hinterlassen können. Themen, die zu weit gefasst sind, zielen möglicherweise nicht auf die tatsächliche Renditechance ab, denn nur diese spezifischen, strukturellen Veränderungen genießen wirkliche Rendite beim thematischen Investieren.

Dabei können sich Themen im Laufe der Zeit weiterentwickeln. Auch die zugrundeliegenden Trends können kommen und gehen. Diese Bewegungen sind meist zu fein für den mächtigen Vorschlaghammer. Bei Themeninvestments gilt: Das Design der Themen sollte lieber präzise sein, anstatt eine allumfassende Vision zu verkaufen. Oder um im Bild zu bleiben: Anlagemanager sollten ein Skalpell und keinen Vorschlaghammer nutzen.

Vierter Fehler: Engstirnigkeit

Aktien, die als perfekte Kandidaten für ein Thema erscheinen, können in Wirklichkeit sehr wenig Relevanz haben. Ein Beispiel dafür ist der sogenannte „Capitalization Bias“. Anlagemanager kaufen bevorzugt Small- und Mid-Cap-Aktien ein, um Themen durch „Pure Plays“ oder „Disruptoren“ abzubilden. Dabei vergessen sie die Vorteile der Large-Caps: Skaleneffekte und oftmals viel Kapital zur Weiterentwicklung.

Deswegen müssen Investmentmanager über einfache Einordnungskriterien hinausblicken und Aktien auswählen, die wirklich von den verschiedenen potenziellen Treibern des Strukturwandels profitieren. Werte sollten nicht um jeden Preis nur wegen einer vermeintlichen thematischen Übereinstimmung gekauft werden.

Fünfter Fehler: Einseitigkeit

Es nützt nichts, in angeblich mehrere Themen zu investieren, wenn sie unter der Oberfläche doch alle gleich sind. Eine über-

legte thematische Strategie sollte versuchen, mehrere Renditequellen aus verschiedenen strukturellen Änderungen zu erschließen. Und das, ohne dauerhaft von einer bestimmten Region, einem bestimmten Sektor oder einem bestimmten Stil abhängig zu sein.

Ein langfristiges Portfolio sollte also verschiedene thematische Investments haben, die am besten möglich wenig miteinander korrelieren. Das schützt Kapital und Nerven.

Sechster Fehler: Tunnelblick

Viele thematischen Strategien vergessen, nicht-finanziellen Aspekte in ihre Analyse einzubauen. Gute Investoren hingegen haben Megatrends, wie zum Beispiel ESG-Investing, auch in ihrer Nische immer im Blick.

Dabei beobachten mein Investmentteam und ich in der Praxis, dass Manager oftmals drei Fehler begehen, wenn es beispielsweise um den Megatrend Nachhaltigkeit geht: Das Thema wird entweder ignoriert, oder es werden Lippenbekenntnisse geäußert, oder Nachhaltigkeit wird nur oberflächlich integriert. Deswegen sollte jeder Investor in seine Entscheidung sowohl die traditionelle Fundamentalanalyse als auch nachhaltigkeitsbezogene Faktoren, wie ESG-Kriterien, berücksichtigen. Denn sie können ganze Strategien zu Fall bringen oder in neue Höhen katapultieren. Das gilt insbesondere bei Themeninvestments, die meist genau auf solche Bewegungen setzen.

Siebter Fehler: Der falsche Lebenslauf

Assetmanager mit echter Erfahrung im Bereich der Themeninvestments sind selten. Umso wichtiger ist es, den Lebenslauf eines Managers zu studieren. Denn für einen erfolgreichen Themeninvestor braucht es mehr als langjährige Erfahrung in den Märkten auch dann, wenn ein Manager sich schon lange auf bestimmte Regionen und Branchen spezialisiert hat. Denn bei Themeninvestments geht es vielmehr darum, strukturelle Veränderungen unserer Gesellschaft zu antizipieren.

Ich bin der Überzeugung, dass man einen Blick für solche Veränderungen erst durch spezifisches Training und einschlägige Erfahrung in der Branche der Themeninvestments entwickelt. Dabei kann es besonders hilfreich sein, die eigenen Erwartungen oder die des Anlagenmanagers mit einer unabhängigen Meinung eines erfahrenen Analysten zu vergleichen. Dieser Realitätscheck

tut unserer Erfahrung bei jedem einzelnen Themeninvestment gut.

Wer diese sieben Fehler vermeidet, ist bereit, seine Segel für die raue See der Themeninvestments zu hissen. Wie im echten Leben gibt es hier wahre Schätze zu finden – besonders wenn man weiß, welche Gegenden man lieber vermeiden sollte.

Autor Nicholas Bratt ist Portfolio Manager/Analyst im Global Thematic Equity Team von Lazard Asset Management.



WARUM ANLEGER BEI ESG-FONDS MITBESTIMMEN SOLLTEN

Derzeit kommen verschiedene ESG-Aktienfonds auf den Markt, die eine Integration der Anlegerpräferenzen in die Allokation des Fonds erlauben. In der Regel werden die Anleger nach ihren Präferenzen in Sachen ESG, teilweise auch nach Ausschlusskriterien befragt. Die Fondsmanager versuchen dann diese Präferenzen bei der Portfolioallokation umzusetzen. Wie sinnvoll ist dieses Konzept?

Wo liegen die Vor- und Nachteile in der Praxis?

Wenn Gott mir nur ein klares Zeichen geben würde, wie das Einzahlen einer großen Summe Geld auf ein Schweizer Bankkonto, das auf meinen Namen lautet“, seufzte der US-amerikanische Komiker und Regisseur Woody Allen einmal. Wer nicht auf den Gottesbeweiß in Form eines unerwarteten Geldsegens warten will, sucht nach anderen Möglichkeiten, sein Kapital zu investieren und zu vermehren. Aktuell stehen aufgrund des guten Börsenumfeldes Aktienfonds hoch im Kurs und darunter im Speziellen nachhaltige bzw. ESG-Aktienfonds. Vielen Anlegern ist wichtig, dass bei ihrer Geldanlage die Kriterien E (Ökologie), S (Soziales) und G (Governance = Grundsätze der guten Unternehmensführung) berücksichtigt werden. Neuerdings gehen verschiedene ESG-Fonds ein Stück weiter: Neben der Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in ihre Investitionen, ist dort eine Art „Mitbestimmung“ der Anleger vorgesehen. Bei herkömmlichen aktiv gemanagten Fonds ist dies genau nicht der Fall. Hier bestimmt allein das Fondsmanagement, welche Aktien ge- und verkauft werden. Wichtig zu wissen ist dabei, dass es sich dabei nicht um eine „harte“ Mitbestimmung handelt, sondern um ein Stimmungsbild, an dem sich jedoch das jeweilige Fondsmanagement orientieren will. Wie sind diese neuen ESG-Fonds ausgestaltet? Und: Macht eine Berücksichtigung der Anlegerwünsche bei Aktienfonds überhaupt Sinn und wie funktioniert es in der Praxis?

Verschiedene Fonds-Modelle mit Anlegerintegration am Markt

Bei den am Markt vorhandenen Fonds gibt es unterschiedliche Modelle. Ein Fondsanbieter hat seine Anleger beispielsweise in einem dreistufigen Modell befragt. In der ersten Stufe konnten die Befragten Geschäftsaktivitäten ausschließen. Das Ergebnis: Auf die schwarze Liste kamen Waffen, Fracking, schädliche Chemikalien, Massentierhaltung u.a.m. In einem zweiten Schritt wurden die Anleger nach den ESG-Kriterien selbst befragt. Hier

hatten der Ausschluss von Kinder- und Zwangsarbeit sowie die Achtung der Menschenrechtsstandards die höchste Priorität. In einem dritten Schritt schließlich wurden die Anleger nach ihren Präferenzen beim Impact Investing befragt – also Investitionen, die aktiv zu mehr Nachhaltigkeit beitragen. Hier war den Befragten der Schutz der Meere und der Ökosysteme sowie die Versorgung mit sauberem Wasser wichtig.

Ein anderer Ansatz am Markt ist eine Abstimmung der Anleger anhand eines ESG-Kriterienkatalogs wie beispielsweise beim Degussa Bank Nachhaltigkeitsfonds akzentuiert. Dieser Katalog besteht aus sechs Kriterien. Davon sind drei dem Bereich E zuzuordnen (Umweltmanagement, Produkte & Dienstleistungen, Öko-Effizienz). Zwei Kategorien sind dem Bereich S (Mitarbeiter & Zulieferer, Gesellschaft & Produktverantwortung) und eine Kategorie dem Bereich G (Corporate Governance & Wirtschaftsethik). Am Ende steht eine Gewichtung dieser sechs Kategorien, die für das Fondsmanagement als Leitschnur dient. Das Ergebnis: Die E-Kriterien erhielten bei einer ersten Befragung im Frühjahr 2021 eine Gewichtung von 55,0 Prozent. Der sozialen Nachhaltigkeit (S) wurde eine Gewichtung von 31,7 Prozent zugewiesen. Die verbleibenden 13,3 Prozent entfallen auf die Governance-Kriterien. Diese sechs Kategorien orientieren sich an den ESG-Ratings der Agentur ISS (Institutional Shareholder Services Germany), eine der etablierten Rating-Agenturen im Bereich ESG. Das Fondsmanagement kann dann genau in die Unternehmen investieren, die in den gewünschten Kriterien am besten abgeschnitten haben. Auf diese Weise wird das Anlegervotum im Fondsportfolio abgebildet.

Nachteile: Mehr Aufwand als bei klassischen Aktienfonds

Dieses Konzept unterscheidet sich von klassischen Aktienfonds, bei denen die Anleger üblicherweise keinen Einfluss nehmen. Es hat Vorteile und Nachteile. Zunächst ein Blick auf die Nachteile:



den Wunsch, aktiv Einfluss zu nehmen und Nachhaltigkeitsaspekte mitzubestimmen. Oft wollen sie sich in allen Lebensbereichen möglichst nachhaltig verhalten. In vielen Bereichen ist dies bereits möglich. Man kauft seine Lebensmittel im Bioladen, bezieht seinen Strom von einem grünen Anbieter, kauft seine Kleider bei einem Fair-Trade-Anbieter, hat Solarzellen auf dem Dach und fährt vielleicht sogar ein E-Auto. Die Investment-Branche hinkt vor allem bei Privatanlegern diesem Trend noch hinterher. Es gibt hier eine große Nachfrage, für die es noch kein adäquates Angebot gibt.

Der zweite Vorteil ist, dass Anleger sich bei der regelmäßigen Abstimmung mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen müssen. Sie müssen überlegen, welche Kriterien ihnen wichtig sind und wie sie gewichtet werden sollen. Wie bereits

erwähnt, stehen die Kriterien in der Praxis teilweise auch in Widerspruch zueinander. Hier muss sich jeder Anleger mit diesem Zielkonflikt befassen und dann bewusst eine Entscheidung treffen. Die Präferenzen können sich übrigens auch im Zeitablauf verändern und unterliegen generellen Moden. Aktuell ist beispielsweise das Thema E-Mobilität an der Börse stark im Trend. Dies kann sich in einigen Jahren aber stark ändern, wenn plötzlich andere Antriebs-Technologien im Vordergrund stehen.

Der dritte Vorteil einer aktiven Einbindung ist, dass sich die Anleger gründlich überlegen müssen, auf wieviel Rendite sie bereit sind, zu verzichten. Bestimmte Aktien – beispielsweise aus den Bereichen Rüstung, Tabak oder Alkohol – haben in den vergangenen Jahren teilweise sehr gut performt. Wenn Unternehmen ausgeschlossen werden, kann das Renditepotenziale schmälern.

Der vierte Vorteil ist, dass die Bindung der Anleger an ihren Fonds gestärkt wird. Wenn man regelmäßig abstimmt und die anschließende Umschichtung im Fondsportfolio verfolgen kann, stärkt das die Identifikation. Dies kann dazu beitragen, die Anleger längerfristig im Fonds zu halten, was aus Investment-Sicht zu begrüßen ist. Denn der Vorteil einer Investition am Aktienmarkt zeigt sich vor allem in der langen Frist. Natürlich ist dies auch ein Vorteil für den Fondsanbieter. Wenn mehr Anleger länger im Fonds bleiben, verdient dieser auch länger Verwaltungsgebühren.

Der dritte und vielleicht größte Nachteil sind die Kosten, die die Anlegerintegration verursacht. Die Abstimmung kann nach jeder Durchführung Umschichtungen im Fondsportfolio notwendig machen. Dies verursacht Transaktionskosten, die sich negativ auf die Rendite der Anlage auswirken können. Allerdings werden Umschichtungen aufgrund geänderter ESG- oder Aktienbewertungen nicht als Risiko von einem aktiven Portfoliomanager betrachtet, sondern als einen festen Bestandteil des aktiven Fondsmanagements. Umschichtungen im Portfolio sind nichts Ungewöhnliches.

Fazit: Für Anleger, denen Nachhaltigkeit wirklich wichtig ist und die die Bereitschaft und den Wunsch mitbringen, sich mit den ESG-Aspekten und Folgen ihrer Geldanlage regelmäßig zu befassen, kommen die neuen ESG-Fonds in Frage.

Vorteile: Einflussnahme, mehr Identifikation und längere Anlagedauer

Diesen Nachteilen steht jedoch eine Reihe von Vorteilen gegenüber:
Erstens haben Anleger, denen Nachhaltigkeit wichtig ist, meist

Die Autoren: Svilen Katzarski, Gilbert Baldia, Keith Vine, Asset Management und Andreas Flossdorf, Projektmanager bei der Degussa Bank AG

WARUM ES WICHTIG IST, DASS SICH DIE SITUATION ÄNDERT!

Die Erwerbsquote von Frauen ist in den Industrieländern in den vergangenen Jahrzehnten gestiegen, besonders in Europa. Das sind gute Nachrichten für die gesamte Gesellschaft und für die Rentabilität von Unternehmen. Aber was Frauen in gehobenen Führungspositionen und einen Ausgleich des Lohngefälles angeht, gibt es noch viel zu tun – gerade in der Finanzbranche.



Laura Destribats

Laut Global Investment Research Division von Goldman Sachs ist die Erwerbsbeteiligung von Frauen in Europa für alle Altersgruppen in den letzten 20 Jahren gestiegen. In Europa sind mehr Frauen zwischen 30 und 59 Jahren erwerbstätig als in den USA, wo die Erwerbsquote von Frauen unlängst stagnierte. Der Grund: ein besseres Angebot an hochwertiger Kinderbetreuung und großzügigere Elternzeitregelungen. Verglichen mit den USA wird in europäischen Ländern generell mehr für öffentliche Kinderbetreuungsmöglichkeiten ausgegeben, bezahlte Elternzeit steht länger zur Verfügung. Dies bestärkt mehr Frauen darin, erwerbstätig zu werden und zu bleiben.

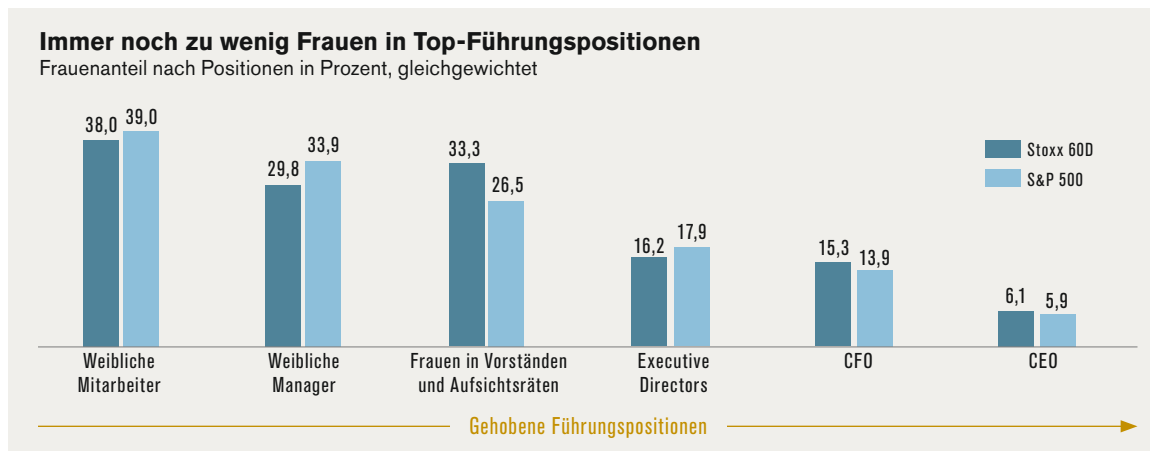
Fakt ist leider: Die Gehaltslücke bleibt. Die europäischen Länder schneiden in dieser Hinsicht zwar besser ab als die USA, Kanada und Japan. Dennoch: Es bestehen weiterhin beträchtliche Lohn- und Gehaltsunterschiede zwischen Männern und Frauen.

Einige davon lassen sich auf Erfahrung und Stellenbeschreibungen zurückführen; doch für einen Großteil dieser Gehaltslücke gibt es keine Erklärung. Gemessen am Bildungsniveau beispielsweise müssten Frauen mehr als Männer verdienen.

Führung ist immer noch zu männlich

Für jüngere Erwerbstätige hat sich die Situation verbessert. Es gibt heute kaum Lohn- und Gehaltsunterschiede zwischen britischen Männern und Frauen im Alter von 20 bis 39 Jahren. Doch wenn Frauen erst einmal über 40 sind, weitet sich die Gehaltslücke in den folgenden 20 Jahren deutlich aus.

Wenn wir uns die europäischen und US-Unternehmen im Stoxx 600 beziehungsweise im Standard & Poor's 500 Index anschauen, erkennen wir, dass es deutlich mehr Männer in Top-Führungspositionen gibt als Frauen (siehe Grafik unten).



Diversität = mehr Gewinn

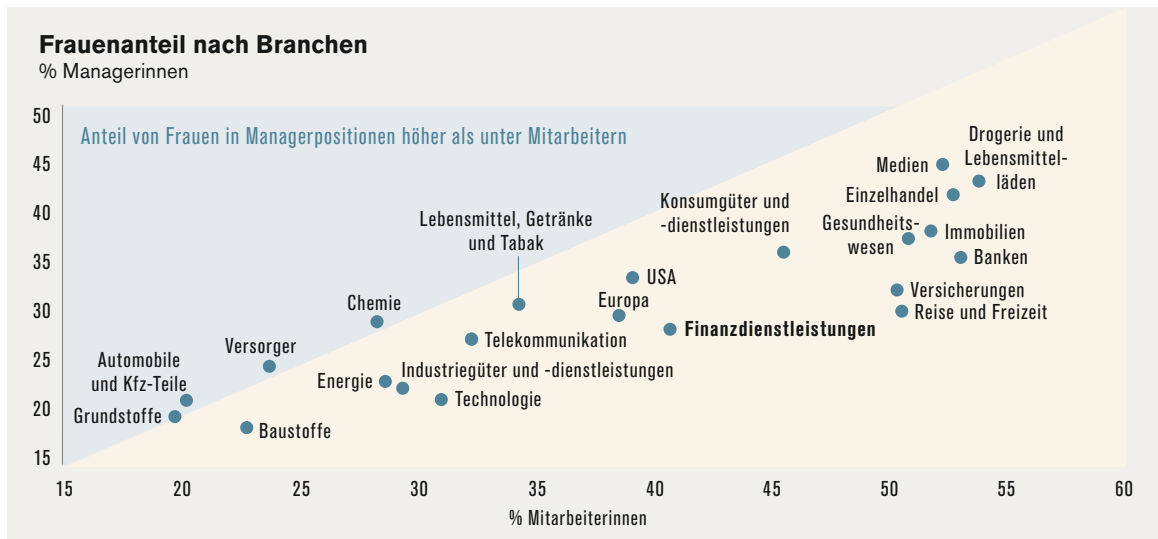
Eins ist sicher: Vielfältige Meinungen und Erfahrungen führen zu besseren Entscheidungen. Unternehmen, die in ihrer Belegschaft und ihrer Unternehmensleitung Diversität aufweisen, sind besser in der Lage, Produkte, Dienstleistungen und Marketingstrategien zu entwickeln, die eine vielfältige Kundenbasis ansprechen.

Stichwort: Stewardship. Als Investoren verbringen wir viel Zeit im Dialog mit Unternehmen, unter anderem auch zu Di-

Fokus Finanzdienstleistungen: bislang verpasste Chancen

Wie aus der Grafik unten hervorgeht, ist es um unsere Branche schlecht bestellt, wenn es um weibliche Teilhabe im Allgemeinen und speziell um Frauen in Führungspositionen geht.

Von Frauen geführte Unternehmen machen nur 5,5 Prozent des Vermögens von Investmentfonds und weniger als ein Prozent des Gesamtvermögens der Branche aus. In Großbritannien



versitätsfragen. Dabei stoßen wir häufig auf rein männliche Führungsteams – selbst in Unternehmen, die Produkte für Frauen herstellen. Dies wirft eine ernste Frage auf: Kann ein Unternehmen, das sich an Frauen richtet, bei dem aber weder im Vorstand noch im Aufsichtsrat die weibliche Perspektive vertreten ist, auf langfristigen Erfolg hoffen?

Das bleibt anzuzweifeln, denn: Der Löwenanteil der Konsumausgaben wird von Frauen getätigt. Bei einer aktuellen Studie gaben 89 Prozent der Frauen an, für das tägliche Einkaufen verantwortlich oder mitverantwortlich zu sein, während es bei den Männern nur 41 Prozent waren.

Das ist ein Hauptgrund, warum wir als eine der ersten globalen Asset-Management-Gesellschaften gegen die Nominierungsausschüsse von globalen börsennotierten Unternehmen gestimmt haben, wenn keine Frauen vertreten waren. Das Ergebnis: Die Anzahl der Frauen in den Leitungsorganen von Unternehmen ist gestiegen. Von den 214 Unternehmen, bei denen wir letztes Jahr dagegen gestimmt haben, wurden seither in 79 Unternehmen – bei 37 Prozent – Frauen in den Vorstand oder Aufsichtsrat berufen.

Das ist auch für Anleger wichtig. Die immer beliebter werdenden ESG-Fonds, die nach Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungskriterien investieren, berücksichtigen bei Anlageentscheidungen auch die Geschlechtervielfalt. Das könnte bedeuten, dass Unternehmen, die nur zögerlich bei der Schließung von Gendergaps vorgehen, dies unter Umständen am Gewinn zu spüren bekommen.

gibt es mehr Männer namens Dave als Frauen, die Investmentfonds managen, meldete Morningstar.

Das ist eine verpasste Chance. Diversität in einem Investmentteam kann dazu beitragen, hochkarätige Fachkräfte anzuwerben und zu binden und bessere Investmentideen und -ergebnisse zu unterstützen. Bei Goldman Sachs Asset Management hat Diversität obersten Stellenwert und heute werden fast 50 Prozent unseres Vermögens von Frauen gemanagt. Damit liegen wir weit über dem Branchendurchschnitt.

Wichtig bleibt: Bei Diversität geht es nicht einfach nur um Zahlen oder Quoten. Wenn keine integrative Unternehmenskultur herrscht, nutzt auch eine vielfältige Belegschaft nur wenig. Wertschöpfung durch Diversität ist nicht möglich, wenn die Perspektiven und Ideen von Menschen ignoriert werden.

Jetzt haben wir vielleicht die Möglichkeit, die Arbeitswelt vielfältiger und integrativer zu machen. Frauen waren von der Covid-19-Krise überproportional betroffen, denn viele von ihnen mussten neben ihren beruflichen Verpflichtungen noch Kinderbetreuung und andere häusliche und nicht bezahlte Pflichten übernehmen. Jetzt, wo ein Ende der Pandemie abzusehen ist, sollten wir beginnen darüber nachzudenken, wie wir diese Probleme kreativer angehen können. Welche Vorteile das bringen kann, liegt auf der Hand.

Autorin Laura Destribats ist Co-Portfoliomanagerin des GS Global Millennials Equity Portfolios (Goldman Sachs).

News, Analysen, Interviews,
garantiert kostenlos,
jetzt anmelden!

Das Cash. ePaper Abonnement



www.cash-online.de/e-paper-kostenlos/





Cash. vor 55
DAS WICHTIGSTE DES TAGES

...alle beweist: Geld macht doch glücklich
...und höheren Einkommen sind in Alter die glücklichsten. Sie beurteilen nicht nur ihre finanzielle

Cash.ONLINE | onvista
Newsletter für Finanz-Profis | mein Finanzportal

„WIR WÄREN ÜBERRASCHT VON UNSEREM ERFOLG.“
Jetzt zum kostenlosen Webinar anmelden

Inhalt: Bundesverfassungsgericht kippt Berlin: Abwanderndelikt
DVGK will aber: Top-Ten der besten privaten Altersrente
Mittelstand: Wie wird diese Zerstört? - Finanzwirtschaft muss sich wandeln (Interview)
Creditinvestor: „Business-Lösungen“ - 2017: Unternehmen haben 2017 viel gelernt
Ist Bitcoin das digitale Gold? - Interview: Bitcoin-Geld, das nicht mehr existiert

Freitag, 05. April 2017

5 Top-News

Änderungen des Infektionsschutzgesetzes auf den Weg gebracht: Was jetzt drohen kann
Die Maßnahmen in weiten Teilen Deutschlands müssen sich auf Ausgangsbeschränkungen und geschlossenes Leben nach Bundesweit verbindlichen Vorgaben einstellen. Entsprechende Änderungen des Infektionsschutzgesetzes hat die Bundesregierung am Dienstag beschlossen. mehr...

Arbeitsze...

Cash. Webinare

Cash. Digital Week

6. - 10. Sept. 2021

Cash. Podcast
Die Zwei & Dein Geld



„Ich war stolz wie Bolle“

Cash. sprach mit Vreni Frost, Moderatorin, Autorin und Synchronsprecherin, über ihre Erfahrungen und Strategien bei der Kapitalanlage.

Frau Frost, Ihre erste größere Geldanlage – erinnern Sie sich?

Frost: Das weiß ich noch ganz genau, weil ich niemals vorher so viel Geld hatte: Das war ein Ghattoblaster, der hat 444 DM gekostet. Dazu habe ich mir die CD „Dookie“ von Green Day gekauft. Das war 1994 – ich war zwölf Jahre alt und stolz wie Bolle. Ich weiß gar nicht mehr, woher ich das Geld hatte. (lacht)

Worin investieren Sie heute und warum?

Frost: Ich habe natürlich die gängigen Versicherungen, die man so braucht, damit investiert man ja quasi in sich selbst. Ich zahle monatlich in zehn verschiedenen Fonds aus einem Fondspaket ein. Und ich investiere seit über einem Jahr in Kunst, hauptsächlich in Malereien. Ich beobachte den Kunstmarkt, vor allem junge Künstler, die gerade auf dem aufsteigenden Ast sind, und habe schon einiges gekauft. Ich weiß noch nicht so genau, ob sich das auch finanziell rentieren wird, aber für mich rentiert es sich schon deshalb, weil ich die Bilder angucke und sie schön finde. Ich glaube aber, dass ein paar Künstler dabei sind, die auch finanziell was bringen könnten. Es macht auf jeden Fall großen Spaß, denn man umgibt sich dabei mit sehr schönen Dingen. Für das nächste Jahr plane ich außerdem, mir eine eigene Wohnung zu kaufen. Das Thema Immobilie steht also auch auf meinem Plan.

Sind Sie grundsätzlich eher ein risikofreudiger oder ein sicherheitsorientierter Anlegertyp?

Frost: Ich glaube, ich bin der gute Mix, also weder zu risikofreudig noch zu ängstlich. Ich brauche aber schon meine Sicherheit und den sogenannten „Notgroschen“. Wenn ich an den ran muss, bekomme ich Angst.

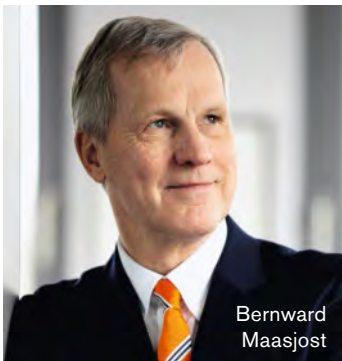
Wie wichtig ist der Faktor Nachhaltigkeit für Sie beim Investieren?

Frost: Der ist total wichtig. Ich will auf jeden Fall nachhaltig umsatteln, muss aber ehrlich zugeben, dass ich da noch nicht so ganz durchsteige und mich deshalb vermehrt damit auseinandersetze. Viele Menschen wissen ja gar nicht, was in ihren Fonds passiert, ob damit Waffengeschäfte oder Kriege unterstützt werden. Im Moment versehen alle möglichen Firmen ihre eigenen Nachhaltigkeitsbestrebungen mit irgendwelchen Siegeln, auch das „Greenwashing“ ist in sehr vielen Bereichen ein Problem. Ich wünsche mir, dass das noch sehr viel transparenter wird.

Das Gespräch führte Kim Brodtmann, Cash.



Vreni Frost



Bernward
Maasjost

PMA kooperiert mit Planethome

Durch die Kooperation des Münsteraner Finanzvertriebs PMA mit der Münchener Planethome Group stehen den Partnern der PMA seit Juli Experten für die Abwicklung von Immobilienkauf bzw. -verkauf zur Seite.

Damit können die PMA-Partner nach Angaben von Geschäftsführer Dr. Bernward Maasjost nun im Bereich Immobilien beraten und empfehlen, ohne die Lizenz nach Paragraph 34c Gewerbeordnung (gilt für Immobilienmakler, Darlehensvermittler etc.) erworben zu haben. Planethome stehe als Partner und Fachberater bereit und ergänze das Wissen der Makler bei Bedarf. „Mit dieser Kooperationsvereinbarung erweitern wir als Planethome nicht nur unseren Partnerverbund, sondern intensivieren auch die Zusammenarbeit mit der Versicherungswirtschaft“, so Dieter John, CEO von Planethome.

„Der Versicherungskonsum war weitgehend ungebrochen“

In unserem Podcast „Die Zwei & Dein Geld“ spricht Michael Neuhalfen, Leiter Vertrieb bei der Alte Leipziger Sach, über die Folgen der Coronakrise für das Kompositgeschäft.

„Im laufenden Jahr 2021 leben wir auch noch von dem, was wir 2020 angebahnt haben. Aber wir spüren auch die volkswirtschaftlichen Auswirkungen“, sagt Neuhalfen mit Blick auf die Pandemie. „Es gibt Unternehmen, gerade mittelständische Unternehmen, die eben doch zwei, drei, fünf, zehn Monate geschlossen hatten. Und wenn wir deren Versicherer sind, und die Prämien manchmal umsatzabhängig sind, dann wird auch die Prämie runtergehen. Also haben wir natürlich eine mittelbare Auswirkung aus den betriebswirtschaftlichen Schwierigkeiten der Unternehmenskunden. Weniger der privaten Kunden, das hatten wir anfangs als schwieriger eingeschätzt, nach dem Motto: Wenn die Massenarbeitslosigkeit eintritt, wie geht es dann mit dem Versicherungskonsum weiter? Der war weitgehend ungebrochen.“

Im Bereich Kfz habe man die Auswirkungen der Pandemie zwar gespürt: „Autos, die nicht gekauft werden können, weil die Autohersteller monatelang geschlossen hatten, oder Autos, die nicht zugelassen werden können, weil die Zulassungsstellen monatsweise geschlossen hatten, können auch nicht versichert werden.“ Insgesamt seien die Folgen aber nicht so stark ausgefallen wie ursprünglich befürchtet. „Ich hoffe, dass wir irgendwann sagen können: Diese dann wohl zwei Jahre Pandemie haben wir gut gemanagt“, so Neuhalfen.



Michael Neuhalfen stand Redakteur Kim Brodtmann in der Hamburger Cash.-Redaktion Rede und Antwort.

Das vollständige Interview hören Sie in unserem Podcast „Die Zwei & Dein Geld“ auf www.cash-online.de/podcast, bei Spotify und Apple Podcasts.



Alexander Lehmann

Fondskonzept neues FNG-Mitglied

Der Maklerpool Fondskonzept ist seit Ende Juni Mitglied beim Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG). Die Mitgliedschaft beim FNG stellt nach Angaben des Unternehmens die erste eines Maklerdienstleisters bzw. Pools in Deutschland dar.

Das FNG wurde im Jahr 2001 gegründet und repräsentiert mehr als 200 Mitglieder aus Banken, Kapitalanlagegesellschaften, Ratingagenturen, wissenschaftlichen Einrichtungen und Finanzberatern in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Ziel ist die Förderung von Nachhaltigkeit in der Finanzwirtschaft sowie die Schaffung einer sichtbaren Transparenz für entsprechende Anlageprodukte über ein objektives Logo bzw. Siegel. „Die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit nimmt durch die Offenlegungsverordnung weiter zu. Die Mitgliedschaft ist ein weiterer Baustein, den neuen Transparenzpflichten uneingeschränkt nachzukommen und darüber hinaus die besonderen Chancen in diesem wachsenden Marktsegment zu nutzen“, wird Alexander Lehmann, Vorstand für Marketing und Vertrieb bei Fondskonzept, in einer Pressemitteilung des Unternehmens zitiert. Mit der Mitgliedschaft steht den Verbundmaklern des Maklerpools aus Illertissen nunmehr das gesamte Dienstleistungsangebot vom FNG zur Verfügung.

„Unsere Vermögensberater sind das beste Marktforschungsinstitut“

In der Cash. Hitliste der Allfinanzvertriebe belegt die Deutsche Vermögensberatung (DVAG) auch in diesem Jahr mit deutlichem Abstand den ersten Platz. Interview mit Vorstandsmitglied Robert Peil, verantwortlich für Vertrieb, Marketing und Veranstaltungen, über das Ergebnis.



Robert Peil

Die DVAG konnte die Provisionserlöse 2020 um rund sechs Prozent steigern. Wie blicken Sie auf das erste „Corona-Jahr“ zurück?

Peil: Das vergangene Jahr war eine enorme Herausforderung – Corona hat den Alltag eines jeden und natürlich auch die Arbeit unserer Vermögensberaterinnen und Vermögensberater stark beeinflusst. Unser Erfolg der letzten Jahre ist das Resultat des Engagements und der Leistung aller Vermögensberater. Ein Grund hierfür liegt in unserem Geschäftsmodell, das sich seit über 45 Jahren bewährt hat und auf ganzheitliche Kundenberatung sowie langfristige Kundenbeziehungen setzt. Denn auch in unruhigen Zeiten stehen unsere Vermögensberaterinnen und

Vermögensberater ihren Kunden zur Seite und beraten sie zu allen finanziellen Angelegenheiten – während der Kontaktbeschränkungen über digitale oder hybride Wege, aber immer persönlich und auf ihre individuellen Anliegen zugeschnitten. Und das qualitativ hochwertig und mit gewohnt erstklassigem Service. *Mit Provisionserlösen in Höhe von 1,9 Milliarden Euro nähern Sie sich der Zwei-Milliarden-Marke. Welche Ziele hat Ihr Unternehmen für 2021?*

Peil: Wir wollen weiter wachsen. Die Deutsche Vermögensberatung hat ihre Ergebnisse seit Unternehmensgründung kontinuierlich gesteigert und allein in den letzten fünf Jahren ein Rekordjahr nach dem anderen erarbeitet. Das zeigt: Unser Geschäftsmodell ist krisensicher, flexibel und zukunftsorientiert. Insbesondere da der Beratungsbedarf deutlich ansteigt. Denn viele Menschen denken über ihre finanzielle Vorsorge und Absicherung neu nach. Hochwertige Finanzberatung wird immer wichtiger und der Beruf des Vermögensberaters ist gefragter denn je. Gerade die letzten Monate machen mehr als deutlich, dass wir Menschen eine echte berufliche Perspektive bieten. Viele haben bei uns eine zweite Karriere in der Krise begonnen und eine berufliche Heimat gefunden.

Welche besonderen Herausforderungen erwarten den Finanzvertrieb in den nächsten Monaten?

Peil: Die gleichen wie sonst auch. In unserer Unternehmensgeschichte haben wir schon immer im Sinne unserer Kunden gehandelt und unser Beratungsangebot auf die Begebenheiten des Marktes ausgerichtet. Unsere Vermögensberater sind das beste Marktforschungsinstitut: Durch die vielen Kundengespräche, die sie täglich führen, wissen wir genau, was den Kunden wichtig ist. Wir werden auch weiterhin schnell und flexibel reagieren und Chancen nutzen, uns noch besser am Markt zu positionieren. Wer qualifizierte Finanzberatung sucht, kommt heute an der Deutschen Vermögensberatung nicht mehr vorbei.

Die Fragen stellte Kim Brodtmann, Cash.

Cash. Hitliste: Keine Beteiligung Dritter an Telis

In der Tabelle zur Hitliste der Allfinanzvertriebe in Ausgabe 8 ist uns leider ein Fehler unterlaufen. Anders als darin dargestellt liegt keine Kapitalbeteiligung Dritter an der Telis Finanz Vermittlung AG aus Regensburg vor. Wir bitten den Fehler zu entschuldigen.

„Wir haben Ende 2020 das erfolgreichste Geschäftsjahr seit der Unternehmensgründung im Jahr 1992 abgeschlossen – und das im Jahr der Pandemie. Mit Gesamterlösen in Höhe von 151 Millionen Euro und einem Konzernergebnis von 15 Millionen Euro ist es das nunmehr siebte Rekordergebnis in Folge. Dank unserer soliden Basis – der Unabhängigkeit in Kapital und Prozess sowie der unternehmerischen Freiheit bei der Auswahl von Produktlieferanten, Produkten und Dienstleistungen – ist es uns erneut gelungen, unsere hochgesteckten Ziele allesamt zu übertreffen“, erklärte Vorstandschef Dr. Martin Pöll gegenüber Cash.



Sitz von Telis in Regensburg



Cash.55 vor

DAS WICHTIGSTE DES TAGES

VON PROFIS
FÜR PROFIS

DIE FINANZWELT AUF DEN
PUNKT GEBRACHT

TÄGLICH 16:55

Jetzt kostenlos anmelden

www.cash-online.de/news



Die Fonds Finanz mit den Geschäftsführern Norbert Porazik (rechts) und Markus Kiener landet erneut auf Platz 1.

FOTO: FONDS FINANZ



WACHSTUM TROTZ CORONA

90 Prozent der von Cash. befragten Maklerpools konnten ihre Provisionserlöse im Jahr 2020 steigern. Wie bei den Finanzvertrieben lässt sich aber auch bei den Pools feststellen, dass sich das Wachstum vieler Häuser verlangsamt hat.

Wachstum vor Corona“: So hatte Cash. die Ergebnisse der Hitliste der Maklerpools im vergangenen Jahr zusammengefasst. Die damals erhobenen Zahlen ergaben, dass 91 Prozent der Pools ihre Provisionserlöse steigern konnten, nur zwei Häuser mussten rückläufige Zahlen hinnehmen. Die Branche schwamm auf der Erfolgswelle – doch die weltweite Corona-Pandemie war bereits allgegenwärtig: Zwar bezogen sich die ermittelten Zahlen ausschließlich auf das Geschäftsjahr 2019 – also auf den Zeitraum vor dem Ausbruch der Pandemie – doch die Statements der Vorstände und Geschäftsführer, die Cash. im Rahmen der Erhebung eingeholt hatte, zeigten bereits deutlich, wie sehr die Coronakrise und ihre möglichen Folgen die Branche beschäftigten. Würde das Virus die Erfolgswelle brechen?

Ein Jahr später kann diese Frage mit einem klaren „Nein“ beantwortet werden. Für die deutliche Mehrzahl der von Cash. exklusiv befragten Unternehmen verlief auch das Jahr 2020 positiv, den letztlich optimistischen Erwartungen aus dem Vorjahr entsprechend. Bei der letzten Umfrage im Juli 2020 hatten 76,2 Prozent der befragten Maklerpools angegeben, dass die Provisionserlöse 2020 im Vergleich zum Vorjahr steigen werden. Nur 4,8 Prozent der Pools rechneten mit sinkenden Erlösen. Tatsächlich konnten 90 Prozent der Unternehmen ihre Provisionserlöse steigern. Nur zwei Häuser mussten rückläufige Zahlen hinnehmen, genau wie im Vorjahr. Allerdings: Wie bei den Finanzvertrieben lässt sich auch bei den Pools feststellen, dass sich das Wachstum vieler Häuser (insgesamt 13 Pools) im Vergleich zum Vorjahr verlangsamt hat – wohl auch hier als Folge der coronabedingten Einschränkungen im letzten Jahr.



Hartmut Goebel,
Germanbroker.net:
„Eine größere
Stornowelle
ist bisher
ausgeblieben.“

Die drei Spitzenreiter konnten jeweils Provisionserlöse im dreistelligen Millionenbereich erzielen. Am erfolgreichsten war wie in den Vorjahren die Münchner Fonds Finanz. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Erlöse um 8,39 Prozent auf 190,00 Millionen Euro (Wachstum im Vorjahr: 12,59 Prozent). Norbert Porazik, geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens, verbucht das Geschäftsjahr 2020 denn auch als erfolgreich, trotz aller coronabedingten Herausforderungen: „In diesem außerordentlichen Jahr ist dieser Erfolg sowohl für mich als auch für unsere Mitarbeiter von großer Bedeutung.“ Das Bedürfnis der Bevölkerung nach Sicherheit habe sich in dieser ungewissen Zeit deutlich auf das Geschäft der Vertriebspartner ausgewirkt und

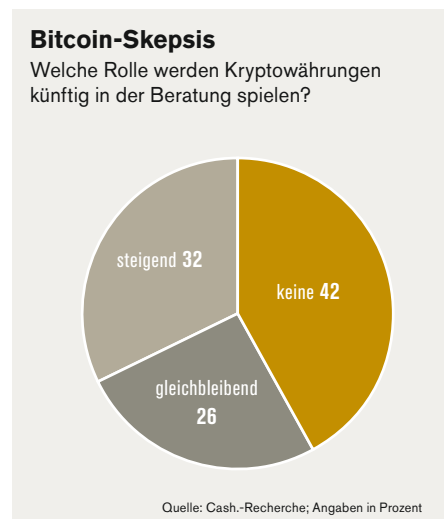
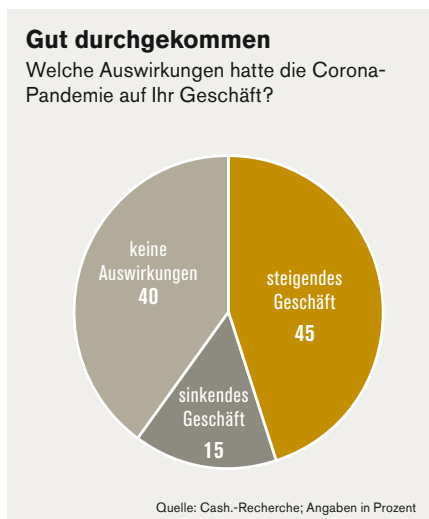
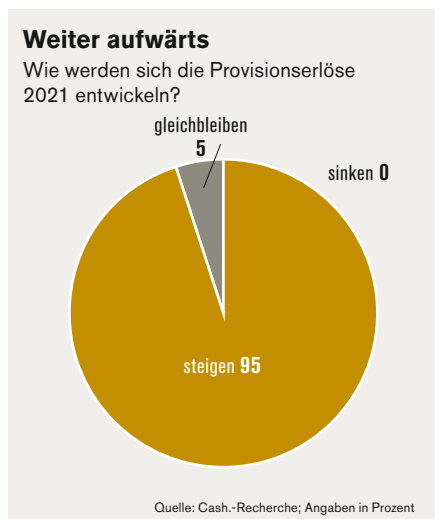


FOTO: GERMANBROKER.NET

DIE TOP DREI NACH PROVISIONSERLÖSEN



1 Fonds Finanz Maklerservice GmbH, Norbert Porazik, geschäftsführender Gesellschafter

190,00 Millionen Euro

+ 8,39 Prozent

„In diesem außerordentlichen Jahr ist dieser Erfolg sowohl für mich als auch für unsere Mitarbeiter von großer Bedeutung.“



2 Fondsnet Holding GmbH, Georg Kornmayer, Geschäftsführer

153,91 Millionen Euro

+ 97,76 Prozent

„Angesichts des herausfordernden Umfelds 2020 sind wir mit der Geschäftsentwicklung sehr zufrieden.“



3 Netfonds Gruppe, Martin Steinmeyer, Vorstandsvorsitzender

143,30 Millionen Euro

+ 26,50 Prozent

„Das Wachstum unserer Unternehmensgruppe hat sich während des vergangenen Jahres trotz der Einschränkungen erfolgreich fortgesetzt.“

zur positiven Geschäftsentwicklung der Fonds Finanz beigetragen. „Alle Sparten konnten trotz der Lockdown-Maßnahmen im Vergleich zum Vorjahr ein Wachstum verzeichnen – prozentual sind wir hier im Investment-Bereich am stärksten gewachsen. Unser stetig wachsender Anteil der wiederkehrenden Provisionserlöse und Bestandsprovisionen liegt in Bezug auf den Rohertrag über der 50-Prozent-Marke und sorgt neben unserem breit aufgestellten Geschäftsmodell für eine nachhaltige Stabilität der Unternehmensleistung“, so Porazik. Was den weiteren Geschäftsverlauf betrifft, sei er sicher, beim Umsatz im Jahr 2021 die 200-Millionen-Euro-Marke zu knacken.

Den zweiten Rang erobert in diesem Jahr die Fondsnet Holding GmbH aus Erfstadt – die Provisionserlöse stiegen um 97,76 Prozent auf 153,91 Millionen Euro (Wachstum im Vorjahr: 34,93 Prozent). Ein Ergebnis, mit dem Geschäftsführer Georg Kornmayer angesichts des herausfordernden Umfelds 2020 sehr zufrieden ist: „Vor allem das wachsende Interesse an unseren Dienstleistungen in den Bereichen Haftungsdach, Private-Label-Fonds und Vermögensverwaltung zeigt, wohin sich die Branche in den kommenden Jahren entwickeln wird.“ Die nach wie vor geplante Verlagerung der Aufsicht über die Finanzanlagenvermittler auf die Finanzaufsicht BaFin werde diese Entwicklung weiter beschleunigen, meint Kornmayer – auch wenn die Pläne dafür derzeit auf Eis liegen.

Auf Platz drei landet die Netfonds Gruppe aus Hamburg. Die Provisionserlöse stiegen um 26,50 Prozent auf 143,30 Millionen Euro (Wachstum im Vorjahr: 21,01 Prozent). „Das Wachstum unserer Unternehmensgruppe hat sich während des vergangenen Jahres trotz der Einschränkungen und der weitgehenden Verlagerung unseres Geschäftsbetriebs ins Homeoffice erfolgreich fortgesetzt“, sagt Martin Steinmeyer, Vorstandsvorsitzender der Netfonds AG. „Unsere Wachstumstreiber Vermögensverwal-

lung, Regulatorik inklusive Haftungsdach, Fondssadvisory bzw. Fondsmanagement sowie die Immobilienplattform der Netfonds Gruppe haben sich äußerst erfolgreich weiterentwickelt.“ In der Summe könne die Netfonds Gruppe auf ein weiteres erfolgreiches Jahr zurückblicken. „Auch im laufenden Geschäftsjahr setzt sich das Wachstum weiter fort. Die hohen Investitionen und der Fokus auf die Einführung unserer IT-Plattform Finfire werden sich ab dem vierten Quartal 2021 auf das allgemeine Wachstum und auf die Skalierbarkeit des Geschäftsmodells nochmals positiv auswirken“, erwartet er.

Acht Maklerpools gelang es 2020, zweistellige Wachstumsraten bei den Provisionserlösen zu erzielen. Neben Fondsnet fiel die Steigerung auch bei Blau Direkt aus Lübeck deutlich aus (plus 37,71 Prozent auf 82,99 Millionen Euro, nach plus 25,92 Prozent im Vorjahr). Oliver Lang, der für den Investmentbereich verantwortliche Geschäftsführer des Unternehmens, glaubt zu wissen, woran das liegt: „Wir sind jung, wild und digital – nicht ‚alt und analog‘ wie der Wettbewerb. Das tun wir, damit unsere Partner einen Vorsprung haben und diesen behalten. Als Infrastrukturdienstleister stellen wir dem Vermittlerbetrieb alle Dienstleistungen innerhalb seiner Wertschöpfungskette zur Verfügung, mit Ausnahme des Verkaufs und der Beratung selbst. Durchaus sind unsere Wettbewerber stark und haben ebenso gute Programmierer wie wir. Allerdings rennen wir im Spiel nicht dorthin, wo der Ball gerade ist, sondern dahin, wo der Ball sein wird, wenn wir ankommen. Das ist der strategische Unterschied.“ Wer anfangs, in Technologien zu investieren, bevor der Markt den Nutzen erkennt, „riskiere“ Gewinne, so Lang. „Unsere Wettbewerber fangen daher oft erst an zu planen, wenn der Makler oder Kunde einen

GEMEINSAMER AUFSTIEG NACH BELVEDERE MIT APELLA GRÜNDER GUNTRAM SCHLOSS

Die Finanz- und Versicherungsbranche war im Westen stark, in den neuen Bundesländern musste sie nach der Wende erst entstehen. Cash. hat sich auf den Weg nach Mecklenburg-Vorpommern gemacht, um Apella zu besuchen, einen Pool, der es weit nach vorne geschafft hat. „Persönliches Glück und Wohlbefinden bilden das Fundament wirtschaftlicher Profitabilität“, so hat es Apella in der eigenen Unternehmensphilosophie verankert. Stimmt das auch?

Punkt 8.00 Uhr sind wir für das Interview am Tollenseesee verabredet. Er grenzt im Norden an Neubrandenburg, den Sitz von Apella. Die Bekanntheit dieses Ortes lässt sich vielleicht ganz gut mit diesem Satz beschreiben: „Neubrandenburg? Und wo genau da fährst du hin?“. Gerne wird der Ort mit dem benachbarten Bundesland Brandenburg verwechselt, dabei ist Neubrandenburg das Verwaltungszentrum des Landkreises Mecklenburgische Seenplatte. Die Stadt am Nordzipfel des zehn Kilometer langen und rund zwei Kilometer breiten Tollensees hat rund 60.000 Einwohner, ist aber das Einzugsgebiet für über 200.000 Menschen. Immerhin: Der Landkreis ist so groß wie das ganze Saarland. Das mag ein wenig über diese peinliche Verwechslung hinwegtrösten.

Wer von der Autobahn nach Neubrandenburg abfährt, kann schon von Weitem die Skyline sehen, bei der sofort klar ist, dass sie in den siebziger Jahren der DDR entstanden ist. Die Stadtplaner errichteten sie auf dem Datzeberg, einem eiszeitlichen Hochplateau. Rund um den historischen Stadtkern mit mittelalterlichen Sehenswürdigkeiten hat die spätere DDR Stadt und Menschen geprägt. Die Wende hat Lebensläufe verändert.

Hier am See ist von alldem nichts mehr zu bemerken. Die Wasseroberfläche am sogenannten Broda-Strand scheint beinahe türkis, die Morgensonne reflektiert sachte auf den wenigen, kleinen Wellen. Es ist schön hier. Links ist ein kleiner Segelhafen zu erkennen, rechts ein weit ins Wasser hineinragender Steg. Es gibt hier einen Wasserspielplatz, Volleyballfelder und eine hippe Strandbar mit Stand-Up-Paddling-Verleih. Ein etwa 1,90 Meter großer Mann in Jeans, Hemd und Lederschuhen tritt zu mir. „Sind wir verabredet?“

Es ist der Gründer von Apella, Guntram Schloß. Das Unternehmen sitzt direkt gegenüber der mittelalterlichen Stadtmauer, die neben der Konzertkirche zu den touristischen Highlights der Stadt gehört, die zu den besterhaltenen, gotischen Bauwerken Norddeutschlands zählt. Von hier aus ist es nur ein Katzensprung bis zum Tollenseesee. Vor der Arbeit geht der 51-Jährige gerne eine Runde spazieren.

Er ist in Neubrandenburg geboren und aufgewachsen. Der Erfolg des Unternehmens hängt eng mit seiner Person zusammen. Wie konnte Apella in diesem Umfeld bundesweit eine so

große Bedeutung für Finanz- und Versicherungsmakler erreichen? Selbstverständlich scheint es keineswegs.

Schloß schlägt vor, ein Stück am See zu gehen, um dann zum Belvedere aufzusteigen. Die Landschaft ist hügelig und entstand durch eiszeitliche Gletscher. Die vielen Seen, die der Mecklenburgischen Seenplatte ihren Namen gaben, sorgen Jahr für Jahr für steigende Touristenzahlen. Dennoch könnte man auch sagen, dass Neubrandenburg im Hinterland liegt. Das ist per Definition die dünn besiedelte Gegend mit spärlicher Infrastruktur abseits der bedeutenderen Küstenstädte, wie Rostock, Greifswald oder Wismar. Doch Guntram Schloß wollte von hier nie weg.

„Es gab Zeiten, da wurde das heftig diskutiert. Einige sahen uns damals in einer größeren Stadt wie Rostock besser aufgestellt“, sagt Schloß. Aber es hätte bedeutet, dass die Mitarbeiter umziehen müssen. Kündigen und neue Mitarbeiter einstellen? Das konnte er sich nicht vorstellen. Heute sieht er in Neubrandenburg sogar einen Wettbewerbsvorteil.

Mit der Wende änderte sich alles für den damals 19-Jährigen. In der DDR schloss er das Studium der Polytechnik und Physik mit Diplom und Staatsexamen ab. Sein ursprünglicher Plan war die Lehre, heute leitet er ein Unternehmen, das im vergangenen Geschäftsjahr über 41 Millionen Euro Umsatz gemacht hat. Überhaupt steht er nicht gerne im Rampenlicht. Das Interview hat Überzeugungskraft gekostet. Viel lieber hätte er es gesehen, wenn ein Kollege das übernommen hätte.

Nach der Wende musste er sich umsehen und es war eher Zufall, dass er auf eine Veranstaltung stieß, die über einen Finanzdienstleistungsvertrieb informierte. Mit Freunden machte er sich auf den Weg nach Rostock. Darunter war auch die spätere Mitgründerin von Apella, Dr. Eva Lemke. Übrigens ist auch das besonders an Apella, denn wie viele Maklerpools mag es wohl geben, die durch eine Frau mitgegründet wurden? Sie hat sich inzwischen aus der aktiven Geschäftsführung zurückgezogen und bringt ihre weibliche Komponente jetzt im Aufsichtsrat ein. „Woanders wird viel über Frauen in Vorstandsetagen geredet und eine gesetzliche Verpflichtung wurde in diesem Jahr dazu verabschiedet. Wir haben es hingegen seit dem ersten Tag der Apella-Gründung, seit 1993, einfach so



Guntram Schloß (links), während einer Apella-Veranstaltung als Gleicher unter Gleichen.

gemacht und ich denke, dass es auch der Grund für einen Teil unseres Erfolgs ist. Die besten Entscheidungen werden in der Vielfalt getroffen“, ist Schloß überzeugt.

Ein weiterer Grund für den Erfolg sind „die Dimensionen der Unabhängigkeit“, die zur Unternehmens-DNA von Apella gehören. „Für einen unabhängigen Finanzdienstleister macht auch nur ein unabhängiger Dienstleister Sinn“, bringt Schloß die Formel auf den Punkt. Apella wurde 1993 durch ihn und weitere Makler als Maklerverbund gegründet. Heute ist das Unternehmen eine AG und hat sein eigenes Haftungsdach, einen eigenen Assekuradeur, eine Beratungsgesellschaft für betriebliche Versorgungssysteme, ein eigenes Online-Maklerverwaltungsprogramm, die Apella Akademie mit eigenem Gästehaus und vielem mehr. „Wir legen ganz besonderen Wert darauf, ein Vollsortimenter zu sein. Das bedeutet, dass der Makler in allen Bereichen mit Apella zusammenarbeiten kann, ob Versicherung, Kapitalanlage oder Finanzierung. Wir arbeiten mit 797 Produktgesellschaften zusammen und meiden Klumpenrisiken“, sagt er. Selbst der größte Vertriebspartner habe am Rohgewinn von Apella unter einem Prozent Anteil. „Wir agieren völlig unabhängig“, sagt er freundlich aber bestimmt, während er die nächste Treppenstufe nimmt.

Seit Apella eine Aktiengesellschaft ist, sind Makler und Mitarbeiter an Apella beteiligt. Das, so sagt er, hat den Vorteil, dass bei der jährlichen Hauptversammlung die ganze Kiste aufgemacht wird. „Das sorgt für Transparenz und es motiviert, am Unternehmenserfolg beteiligt zu sein. Darüber hinaus ist Apella komplett eigenkapitalfinanziert und es gibt keine Fremdbeteiligung durch Gesellschaften.“

An der Uni gründete Schloß einen Computerclub. Schon vorher in der Schule hat er mit Freunden einen Computer selbst gebaut, dann eine Mischersteuerung für ein Reifenwerk programmiert und damit den Schülerpreis des Ministers für die chemische Industrie bei der „Messe der Meister von Morgen“, der seinerzeit größten Messe in Leipzig, gewonnen. Diese Anekdote zeigt, welchen Stellenwert die IT bei Apella seit jeher hat. Früher standen die Server von Apella im eigenen Haus, heute im modernsten Rechenzentrum der Region. „Es gibt keine ausländischen Server. Das komplette System liegt in

Apella-Hand, denn wir wollen auch hier Unabhängigkeit“. Die vielleicht wichtigste Dimension der Unabhängigkeit sieht Schloß jedoch in der Treuhandklausel: „Apella war der erste Pool, der ausschließlich als Treuhänder in der Verwaltung der Kunden und Verträge auftritt. Die Courtageansprüche bleiben immer beim Makler, egal was mit Apella passiert. Wir haben diese Treuhandklausel vor 20 Jahren formuliert, weil wir wussten, wie wichtig das für einen Makler ist. Wir waren selbst alle Makler“, sagt er. „Apella-Makler wollen frei sein, aber in einer starken Gemeinschaft agieren, um ihren Maklerbetrieb zu einem stetig wachsenden Lebenswerk aufzubauen.“

Der Weg nimmt eine letzte Biegung. Eine breite, repräsentative Treppe türmt sich vor uns auf, darüber ist ein römisch anmutender Tempel sichtbar. Belvedere. Ganz oben angekommen, liegt uns das Tollensetal mit einem phänomenalen Blick zu Füßen.

Wieso war es ein Wettbewerbsvorteil, in Neubrandenburg zu starten und groß zu werden? Schloß hat eine Antwort: Während sich die Finanz- und Versicherungsunternehmen in Städten wie Hamburg die Mitarbeiter gegenseitig abwerben, war es im Schatten der Großstädte möglich, ohne Ablenkung einen eigenen Weg zu finden, ist Schloß überzeugt. „Wir wären vielleicht stärker den Ideen von anderen hinterher gelaufen, statt eigene Lösungen zu entwickeln“, sagt er und schließt an: „Viele junge Menschen sind damals weggegangen. Heute kommen sie zurück, weil sie das Gefühl haben, hier an der Entstehung von etwas mitwirken zu können. So ähnlich ist es auch mit Apella. Wir stehen erst am Anfang der Geschichte. Unser gemeinsames Projekt, in das sich jeder einbringen kann, hat enorme Anziehungskraft. Inzwischen arbeiten Menschen aus ganz Deutschland bei Apella. Wir haben Mitarbeiter aus Hamburg, Düsseldorf, Erfurt, Berlin und sogar aus Brüssel. Sie kommen wegen Apella nach Neubrandenburg. Aber sie lernen Neubrandenburg lieben.“

Und während er das sagt, schauen wir auf den Tollensesee, der zwar ruhig und friedlich da liegt, aber auch Kraft und Tiefe hat, weil eine Naturgewalt wie ein Gletscher ihn hat entstehen lassen.

Frank O. Milewski, Cash.

bestimmten Service einfordert. Dadurch sparen sie Risiko und Geld.“ Aber für eine IT-Entwicklung sei es dann im Zweifel fünf Jahre zu spät.

Zum zweiten Mal in der Hitliste der Maklerpools vertreten ist die Verticus AG aus Hürth, die bis 2019 noch an der Erhebung zur Hitliste der Finanzvertriebe teilgenommen hat. Man sehe sich inzwischen als Maklerpool und nicht mehr als Finanzvertrieb, hatte das Unternehmen den Wechsel im Vorjahr gegenüber Cash. begründet. Der Erfolg hat darunter offenbar nicht gelitten, im Geschäftsjahr 2020 konnte Verticus die Provisionserlöse um 22,29 Prozent auf 19,99 Millionen Euro steigern (Wachstum im Vorjahr: 28,53 Prozent). „Die Coronapandemie hat zu einem enormen Schub bei der Online-Beratung geführt. Präsenzberatung wird zu einem aussterbenden Dinosaurier. Aufgrund dieser Entwicklung konnten unsere Makler ihren Pro-Kopf-Umsatz um fast 25 Prozent im Vergleich zu 2019 steigern“, sagt CEO Oliver Schmidt.

Bei anderen Pools ist das Geschäftsjahr 2020 nicht ganz so erfolgreich verlaufen – sie sind allerdings deutlich in der Minderheit. Wie im Vorjahr mussten nur zwei Unternehmen rückläufige Provisionserlöse hinnehmen. Dazu gehört die Allfinanztest.de GmbH aus Zwickau mit einem Rückgang um 3,85 Prozent auf 1,25 Millionen Euro (Vorjahr: Steigerung um 3,85 Prozent). „Im Jahre 2020 gab es einen geringen Umsatzabbruch wegen betriebsinterner Veränderungen. Da dies nicht systemisch war, gab es dann im Folgejahr einen Umsatzzuwachs, der teilweise noch in der Endphase der Akquise war und sich

bilanziell noch nicht vollständig auswirkte“, erklärt Geschäftsführer-Gesellschafter Bernd Plitschuweit das Minus. „Im Jahre 2021 wurden die Weichen gestellt, um einen bereinigten, nachhaltig fundierten Bestand aufzubauen, der vorwiegend aus Versicherungscourtagen besteht, respektive aus privatem und gewerblichem Sachgeschäft sowie biometrischen Risiken wie Berufsunfähigkeit, Risikolebensversicherung, Grundfähigkeit usw.“

Einen leichten Rückgang um 0,60 Prozent auf 13,70 Millionen Euro verzeichnete auch die DMU/Degenia aus Bad Kreuznach (Vorjahr: Wachstum um 4,98 Prozent). „Bestandserhalt genießt im Coronajahr 2021 absolute Priorität“, erklärt Geschäftsführerin Halime Koppius. „Aufgrund der Verschärfung der Vertriebskanäle durch intuitive und simple Abschlussstrecken, die jederzeit und überall den ‚Vergleich‘ von Retail-Versicherungslösungen ermöglichen, haben wir für unser Marketing und IT entsprechende Anforderungen definiert, damit auch diese Kanäle bedient werden können.“ Insgesamt blicke sie gemeinsam mit den Vertriebspartnerinnen und Vertriebspartnern zuversichtlich in die Zukunft, so Koppius.

Ob die Zukunft für die Branche tatsächlich erfolgreich verlaufen wird, muss sich aber erst noch zeigen. Mittlerweile steigen auch in Deutschland die Inzidenzwerte wieder kontinuierlich an, die Delta-Variante des Virus breitet sich auch hierzulande aus. Was zwangsläufig zu der Frage führt, ob der Finanzvertrieb auch die kommenden Monate so gut überstehen wird wie das Jahr 2020. Bei der Beantwortung dieser Frage

Maklerpool-Hitliste der Provisionserlöse

Wie schon in den Vorjahren konnten fast alle Maklerpools, Servicegesellschaften und Verbünde ihre Provisionserlöse auch im Geschäftsjahr 2020 steigern. Der Anteil des jeweiligen Haftungsdachs an den Provisionserlösen ist in einer gesonderten Spalte dargestellt.

Rang	Gesellschaft	Einordnung	PE 2020 in Mio. Euro	Veränderung zu 2019 in Prozent	Anteil Haftungsdach an PE (Mio. Euro)	Anzahl der Vertriebspartner	Gewinn nach Steuern im Unternehmen (in Mio. Euro)	Internet
1.	Fonds Finanz	Maklerpool	190,00	➔ 8,39	kein HD	28.000	4,60	fondsfinanz.de
2.	Fondsnet	Maklerpool, Haftungsdach	153,91	➔ 97,76	98,59	1.700	k.A.	fondsnet.de
3.	Netfonds Gruppe	Maklerpool, Haftungsdach, Serviceges.	143,30	➔ 26,50	53,73	5.000	0,70	netfonds.de
4.	Jung, DMS & Cie.	Maklerpool, Haftungsdach	122,90	➔ 10,22	2,70	16.000	2,50	jungdms.de ¹⁾
5.	Domcura Gruppe	Assekuradeur	101,68	➔ 11,74	kein HD	k.A.	k.A.	domcura-ag.de
6.	Fondskonzept	Pool, Haftungsdach, Serviceges.	86,10	➔ 12,55	6,30	1.397	0,77	fondskonzept.ag ²⁾
7.	Blau Direkt	Maklerpool, Servicegesellschaft	82,99	➔ 37,71	kein HD	1.463	0,59	blaudirekt.de ³⁾
8.	Qualitypool	Maklerpool, Servicegesellschaft	64,90	➔ 10,00	kein HD	Über 9.500	k.A.	qualitypool.de
9.	BCA	Maklerpool, Haftungsdach, Serviceges.	59,80	➔ 8,14	13,10	8.580	-0,28	bca.de
10.	1:1 Assekuranzservice	Maklerpool, Pool-Tochter, Serviceges.	42,00	➔ 7,69	kein HD	1.231	1,90	1zu1.ag ⁴⁾
11.	VFM-Gruppe	Servicegesellschaft	41,40	➔ 9,23	kein HD	402	1,62	vfm.de
12.	Apella	Maklerpool, Haftungsdach	41,10	➔ 3,79	1,61	2.673	0,97	apella.de
13.	Aruna	Maklerpool	35,20	➔ 3,23	kein HD	2.420	0,55	aruna.de
14.	Phönix Maxpool	Maklerpool	25,00	➔ 4,17	kein HD	7.000	k.A.	maxpool.de
15.	Verticus	Maklerpool, Servicegesellschaft	19,99	➔ 22,29	kein HD	250	2,36	verticus.de
16.	Germanbroker.net	Maklerpool, Servicegesellschaft	19,59	➔ 9,04	kein HD	507	0,22	germanbroker.net
17.	Wifo	Maklerpool	18,50	➔ 2,78	kein HD	3.100	0,70	wifo.com ⁵⁾
18.	DMU/Degenia	Maklerpool	13,70	➔ -0,60	kein HD	4.316	0,56	makler-union.de
19.	KAB Maklerservice	Maklerpool	11,08	➔ 5,02	kein HD	2.347	0,01	kab-maklerservice.de
20.	Sachpool	Maklerpool	4,29	➔ 3,62	kein HD	2.750	k.A.	sachpool.de
21.	Allfinanztest.de	Maklerpool	1,25	➔ -3,85	kein HD	460	0,01	allfinanztest.de

¹⁾ inklusive 13,60 Millionen Euro Provisionen Ausland ²⁾ inklusive 6,30 Millionen Euro Provisionen Ausland ³⁾ inklusive 4,95 Millionen Euro Provisionen Ausland ⁴⁾ inklusive Clarus AG und Askuma AG ⁵⁾ untestiert

Quelle: Cash.-Recherche

Mehr als nur ein Pool

fonds
finanz

Persönliche Beratung
Vollkommene Unabhängigkeit



Bester
Service



Tools

Endkunden Marketing

Zuverlässige Abrechnung

100%ige Sicherheit

Highlights
für Vertriebe

Diese und weitere Highlights:
hier scannen!





Oliver Lang, Blau Direkt: „Wir sind jung, wild und digital – nicht ‚alt und analog‘ wie der Wettbewerb.“

dürfte die zunehmende Digitalisierung ein entscheidender Faktor sein, meint Jörg Haffner, Geschäftsführer von Qualitypool. „Die Krise hat Entwicklungen, die sich bereits vor Corona abgezeichnet hatten, noch einmal deutlich beschleunigt. Allen voran natürlich die Digitalisierung der Branche, die sich zuletzt insbesondere im Versicherungsgeschäft intensiviert hat“, sagt er und warnt: Die Kombination hoher digitaler Investitionskosten mit Einbußen im Pandemie-Verlauf aufgrund eines nicht ausreichend digitalisierten Geschäftsmodells könne dazu führen, dass einige Marktteilnehmer zunehmend an Boden verlieren. „Vieles wird vom weiteren Pandemieverlauf abhängen, den aktuell niemand vollständig abschätzen kann“, so Haffner.

Prognosen, wie sich die Kunden in den nächsten Monaten verhalten könnten, gibt es aber durchaus. Kritisch sei die Lage zum Teil im Privatkundensegment, sagt Hartmut Goebel, Vorstand von Germanbroker.net. „Kunden, die wegen Corona mit den Folgen von Kurzarbeit oder im schlimmsten Fall Arbeitslosigkeit zu kämpfen haben, agieren in den nächsten Monaten sicher vorsichtiger. Sie werden grundsätzlich überlegen, ob und wenn ja an welcher Stelle eine finanzielle Investition im Moment sinnvoll ist.“ Eine größere Stornowelle sei jedoch bisher

ausgeblieben, auch steige unter Umständen das Risikobewusstsein und damit verbunden die Bereitschaft zur Absicherung biometrischer Risiken. Gewerblich ausgerichtete Makler seien bisher ebenfalls vergleichsweise gut durch die Krise gekommen, so Goebel. „Davon teilweise ausgenommen sind Spezialmakler, insbesondere in den Geschäftsfeldern Reise, Gastronomie, Veranstaltungen, Taxi und Hotellerie.“ Bei einem weiteren Lockdown seien die Folgen für Branchen wie das Gastronomie- und Hotelgewerbe vermutlich verheerend, der Ausfall werde für die Finanzdienstleistungsbranche deutliche Folgen nach sich ziehen.

Deutliche Folgen für die Branche dürfte künftig auch das Thema Nachhaltigkeit haben – denn spätestens ab dem kommenden Jahr müssen Makler ihre Kunden auch zu deren Nachhaltigkeitspräferenzen befragen, was zu einem erheblichen Mehraufwand im Vertrieb führen wird. Dass sich der Finanzvertrieb durch diese gesetzgeberische Maßnahme grundlegend verändern wird, erwartet in der Branche aber kaum jemand. „Die Maßnahme verändert sicherlich die Rahmenbedingungen der Beratung, von größeren Auswirkungen auf die gesamte Branche ist aber nicht zwangsläufig auszugehen“, sagt Haffner. Das sieht Porazik ähnlich, aus seiner Sicht wird es zu keiner fundamentalen Strukturänderung innerhalb des Vertriebs kommen: „Vielmehr wird es zu Anpassungen in der nachhaltigen Produktauswahl kommen, die durch die gesetzliche Transparenzverordnung nochmal deutlich beschleunigt wurde.“

Nach der Bundestagswahl im September drohen der Maklerbranche neue regulatorische Maßnahmen

Die Nachhaltigkeitsregulierung wird nicht die einzige gesetzgeberische Maßnahme bleiben, mit der sich die Branche künftig intensiv auseinandersetzen muss. Zwar kommt der Provisionsdeckel in der Lebensversicherung vorerst nicht und die Verlagerung der Aufsicht über Finanzanlagenvermittler auf die BaFin bleibt weiterhin aufgeschoben, doch es drohen neue regulatorische Maßnahmen nach der Bundestagswahl im September. Viele Pools blicken deshalb mit einer gehörigen Portion Skepsis nach Berlin. „Der Courtagedeckel ist trotz allem noch nicht vom Tisch. Je nach Wahlausgang im September wird es eher noch intensivere Diskussionen zum Thema Abschlusscourtage geben“, erwartet Goebel und nennt weitere Bereiche, in denen es zu regulatorischen Eingriffen kommen könnte: „In der Riester-Debatte werden Fragen aufgeworfen, ob sich das Produkt überhaupt noch lohnt – bis hin zur Abschaffung und den Ersatz durch staatliche Lösungen wie die Deutschlandrente. Auf EU-Ebene werden übergreifende Lösungen und eine einheitlich niedrigere Vergütung diskutiert.“ Auch der „Gespensterdebatte“ über die Bürgerversicherung drohe die Wiederbelebung, befürchtet er.

Wie sich die Pools in dieser Gemengelage behaupten können, wird Cash. in der Hitliste der Maklerpools im Jahr 2022 analysieren. Die Erwartungen jedenfalls sind weiterhin positiv: 95 Prozent der Pools rechnen mit steigenden Provisionserlösen.

Kim Brodtmann, Cash.

PERSÖNLICH WACHSEN MIT
**ONLINE-SEMINAREN DER
QUALITYPOOL ACADEMY**



Wachse mit uns über Dich hinaus.

Sicheres Wachstum – gemeinsam erfolgreich.

Wir investieren in Technologien und Services, die Dich wachsen lassen. In der Finanzierung überzeugen wir mit zweistelligen Steigerungsraten, im Versicherungsbereich haben wir uns in lukrativen Sparten verstärkt. Für Dich bedeutet das: effizienteres Geschäft, mehr Produktpartner, bessere Konditionen. Da wir ein aktiver Part der S-DAX-notierten Hypoport-Gruppe sind, ist unser Wachstum besonders zukunftssicher. Wie pool ist das denn?





Dietmar Diegel (Charta) und Bernd Jakobs (Smart Insurtech):
„Die Kooperation ist ein weiterer wichtiger Schritt.“

„ES MANGELT AN VERLÄSSLICHEN STANDARDS“

Der Maklerverbund Charta kooperiert seit dem Frühjahr mit der Hypoport-Tochter Smart Insurtech. Cash. befragte Charta-Vorstand Dietmar Diegel und Smart-Insurtech-Vorstand Bernd Jakobs zu den Hintergründen.

Die Coronakrise dauert mittlerweile anderthalb Jahre an. Herr Diegel, wie ist Charta bisher durch die Krise gekommen?

Diegel: Auch wenn es keine Chance für Generalproben gab – es war überraschend, wie reibungslos die Arbeit im Home-Office funktioniert hat. Aber trotz Video-Formaten hat der sehr wichtige persönliche Kontakt mit unseren Partnern – etwa auf unseren regionalen Stammtischen oder mit unseren Fachbeiräten – in dieser Zeit gelitten. Jetzt gilt es auch den persönlichen Austausch wieder zu forcieren. Von unseren Partnerunternehmen höre ich, dass viele bemerkenswert schnell und gut auf die neue Situation reagiert haben. In unseren digitalen Foren hat beispielsweise die Frequenz der Kommunikation merklich zugenommen. Auch die Nutzung digitaler Medien in der Kundenkommunikation stieg spürbar.

Herr Jakobs, wie hat Smart Insurtech die Pandemie bisher bewältigt?

Jakobs: Da unser Team aus mehr als 250 Mitarbeitenden auf elf Standorte verteilt ist, waren wir es bereits vor der Corona-Pandemie gewohnt, standortübergreifend zu arbeiten. Aber von nun auf jetzt nahezu das gesamte Team nur noch remote anzutreffen, war schon eine Herausforderung. Aus professioneller Sicht muss man festhalten, dass die Corona-Pandemie ein Digitalisierungstreiber war. Kunden und Interessenten fragen nun verstärkt nach digitalen Lösungen.

Sie haben im Frühjahr eine Kooperation von Charta und Smart Insurtech angekündigt. Worauf bezieht die sich?

Diegel: Für uns ist die Kooperation ein weiterer wichtiger Schritt, den Partnerunternehmen unseres Verbundes optimale Prozesse

zu ermöglichen. Das erreichen wir durch Schnittstellen zwischen den Verwaltungssystemen marktführender Partner wie Smart Insurtech mit unseren verbundeigenen TAA-Systemen. Als Verbund ist es uns wichtig, in so komplexen Bereichen wie dem Maklerverwaltungsprogramm mit den besten Partnern am Markt zu kooperieren – technisch ebenso wie durch Verbundvorteile auf der Kostenseite. Deshalb freue ich mich sehr, dass wir nun zusätzlich zu unserer erfolgreich etablierten Zusammenarbeit mit Keasy mit Smart Insur eine weitere, sehr leistungsfähige Lösung anbieten können.

Jakobs: Konkret beinhaltet die Kooperation, dass die rund 400 an die Charta angebundenen Makler die digitale Plattform-Technologie von uns nutzen können. Sie haben Zugriff auf ein vollumfängliches Softwarepaket, das sämtliche Services entlang der Wertschöpfungskette beinhaltet: Von einem webbasierten Maklerverwaltungsprogramm mit KI-gestütztem Dokumentenservice über einen Vergleichsrechner, eine Qualitätsbewertung nach Verbraucherschutzkriterien bis hin zur Software für Beratung, Analyse und Online-Abschluss.

Was verbirgt sich hinter der „Charta-Starthilfe“ für Ein- und Umsteiger in das Maklergeschäft?

Diegel: Unsere Initiative „Starthilfe“ richtet sich besonders an Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich in der Aufbauphase ihres Unternehmens und Kundenbestandes befinden. Wenn sie sich der Charta anschließen, können sie im Rahmen der Verbundpartnerschaft bis zu 36 Monate das komplette Softwarepaket der Smart Insurtech ohne zusätzliche Kosten nutzen. Gerade in dieser ersten Phase des jungen Unternehmens wollen wir den Maklerinnen und Maklern ermöglichen, ihre gesamte Kraft auf den Bestandsaufbau zu konzentrieren, indem wir ihnen – neben unseren sehr wettbewerbsfähigen Produktkonzepten, Beratungssystemen und einem belastbaren Netzwerk zu mehreren hundert Maklerunternehmen – auch für die Kundenverwaltung eine sehr zukunftsfähige Lösung eines starken Kooperationspartners zur Verfügung stellen.

Jakobs: Unsere Kooperation ist insbesondere mit der Charta-Starthilfe eine Chance für Vermittler, die ihr Maklergeschäft aufbauen. Sie können zu attraktiven Konditionen ein vollumfängliches Technologiepaket nutzen und sich ohne große Anfangsinvestitionen im Markt etablieren. Die Plattform-Technologie vereint viele für den Vermittleralltag notwendige Services in einer Hand. Die Daten laufen nicht mehr durch externe Drittsysteme und sind immer online abrufbar. Da die Prozesse effizient und automatisiert sind, sinken die Backoffice-Kosten. Makler gewinnen durch Entlastung in der Verwaltung mehr Zeit für die Kundenberatung und können sich auf das Vertriebswachstum fokussieren und den Wert ihrer Bestände steigern. Darüber hinaus bleiben sie unabhängige Eigentümer ihrer Daten und behalten die Direktverbindung zum Versicherer. Als hundertprozentige Tochter der SDAX-notierten Hypoport SE sind wir nicht in der Wertungskette und stehen selbst für Unabhängigkeit.

Sie haben ein Vergütungsmodell nach Nutzungsintensität konzipiert. Wie funktioniert das?

Jakobs: Unser Gebührenmodell für die Plattform-Services richtet sich an der Nutzungsintensität nach aktiver Bestandsgröße aus. So ist die Vergütung an den Geschäftserfolg des Maklers gekoppelt und orientiert sich nicht an starren Lizenzen oder Mitarbeitendenzahlen. Die Kosten steigen in Relation zur Nutzung der Software, wenn das Geschäft des Maklers erfolgreich verläuft. Sie sinken hingegen in weniger erfolgreichen Zeiten.

Vermittler, die wachsen möchten, ihr Team aufbauen und mehr Lizenzen benötigen, müssen nie vorab investieren.

Diegel: Das Vergütungsmodell von Smart Insurtech ist eine interessante Alternative, die aber aus Sicht des deutschen Marktes noch ungewohnt ist. Ich bin allerdings überzeugt, dass sowohl die Technologie als auch die Vergütungsmethodik absolut zukunftsfähig sind – zumal sie eine sehr gute Kombination aus den Vorteilen plattformbasierter Technik und der Freiheit zur unternehmerischen Selbstbestimmung bietet.

Wie digital ist die Maklerbranche nach anderthalb Jahren Coronakrise?

Jakobs: Einerseits hat die Pandemie der Digitalisierung einen Schub verliehen. Die Erkenntnis der Notwendigkeit, sich digital aufzustellen, ist gestiegen. Andererseits sind wir aber noch am Anfang der Digitalisierung von Prozessen. Es hakt beispielsweise daran, Versicherungen mit Maklern zu verbinden. Eine Hürde ist auch das hohe Durchschnittsalter der Vermittler. Ältere Makler können oft gut von ihren Beständen leben. Doch die Digitalisierung ist nicht aufzuhalten. Viele Vermittler und Verbände setzen daher auf Partnerschaften mit Technologiedienstleistern. Durch die moderne IT-Infrastruktur gewinnen sie Freiraum für die Kundenberatung und Entlastung im Arbeitsalltag.

Diegel: Viele Maklerinnen und Makler sind auf einem guten Weg, der durch die Coronakrise zusätzlich beschleunigt wird. Die gesamte Branche ist in Bezug auf die Digitalisierung in Bewegung. Insofern können Makler und Maklerinnen oft nur so digital sein, wie es das Angebot digitaler Lösungen erlaubt.

Wo sehen Sie die größten digitalen Defizite?

Jakobs: Das größte Defizit ist die Datenqualität, da sie zu schlechten Prozessen führt. Wir verbessern aktuell die Qualität der Daten auf unserer Plattform, indem wir Daten der Vermittler mit denen der Versicherungen abgleichen. Diese validierten Daten ermöglichen eine passgenaue Beratung. Durch die Verknüpfung von Daten aus unterschiedlichen Prozessschritten können letztendlich Beratungsanlässe aus dem System heraus angestoßen werden. Eine weitere Herausforderung ist die Kundenzentrierung. Wir müssen intuitiv bedienbare Software entwickeln, die Makler im Idealfall ohne Schulung vollumfänglich nutzen können. Und last but not least bremst die Heterogenität von Daten und Prozessen die Digitalisierung. Die Bipro-Initiative für einheitliche Branchenstandards ist ein wichtiger Schritt, hat sich jedoch leider noch nicht vollständig durchgesetzt.

Diegel: Es mangelt an verlässlichen Standards – und möglicherweise an einigen Stellen an der Bereitschaft, diese zu schaffen. Da sich mein Optimismus hinsichtlich der Branchenstandards zurzeit in Grenzen hält, erwarte ich, dass es am Ende Technologieanbieter wie Smart Insurtech sein werden, auf deren Plattformen das Matching der heterogenen Daten und deren weitere Verarbeitung erfolgen wird. Dass diese Datenhoheit einer besonderen Sensibilität bedarf, versteht sich von selbst. Um gefährliche Abhängigkeiten zu vermeiden, wird es noch wichtiger, dass Technologieanbieter höchste Transparenz ihres Geschäftsmodells und klare, verbindliche Regeln hinsichtlich des Eigentums der (Kunden-)Daten sicherstellen. Aus meiner Sicht hat Smart Insurtech ein erstes gutes Beispiel gegeben, wie es funktionieren kann.

Die Fragen stellte Kim Brodtmann, Cash.

LEITIMPULSE FÜR DIE FÜHRUNG VON MORGEN: COLLECTIVE LEADERSHIP

Die Souveränität von Führungspersönlichkeiten spielt auf zwei Ebenen eine Rolle: Sie beherrschen alle Führungsstile aus dem Effeff und setzen sie personen- und kontextbezogen ein. Und sie sind souverän genug, Verantwortung abgeben zu können.



Christian Polz:
„Der Wille zum selbstkritischen Hinterfragen zählt zu den Kompetenzen einer souveränen Führungspersönlichkeit.“

In der auf Sicherheit bedachten Finanzdienstleistungsbranche trauen sich Führungskräfte zu selten, die ausgetretenen Wege zu verlassen und sich mutig auf unbekanntem Seitenpfaden zu bewegen. Lieber verbleiben sie in den etablierten Bahnen. Aber damit lässt sich Zukunft nicht gestalten. Dies gelingt mit fünf Impulsen.

Impuls 1: Agilität war gestern, Führungssouveränität ist heute

Um es gleich klarzustellen: Die klassisch-traditionellen Führungswerkzeuge sind nicht überflüssig. Als souveräne Führungspersönlichkeit beherrschen Sie sie natürlich, wie auch alle anderen Führungsstile – von hierarchisch über situativ und

transformational bis agil. Sie spielen virtuos mit den Führungsstilen und setzen Sie personen- und kontextangemessen ein. Allerdings gehören mittlerweile auch die agil-flexiblen Führungsinstrumente fast schon zum alten Eisen. Denn der agile Führungsansatz lässt zwar aufseiten der Mitarbeiter das eigeninitiativ und selbstorganisierte Arbeiten zu und erfordert durchlässige Netzwerkstrukturen. Diese erlauben es den Mitarbeitern, eigene kreative Entscheidungen zu treffen, auch und gerade im Umgang mit dem mündigen Kunden, der heutzutage über Finanzangelegenheiten und Versicherungen top informiert ist. Moderne Führung geht einen Schritt weiter, und zwar in Richtung des Collective Leadership. Dabei übernimmt jeder Mitarbeiter Führungsverantwortung.

Impuls 2: Jeder kann Verantwortung übernehmen

Collective Leadership? Manche klassische Führungskraft schreckt jetzt zurück und befürchtet, sozialistische Ideen hielten Einzug in die Finanzdienstleistungsunternehmen. Aber es geht nicht um ein Kollektiv, das nach planwirtschaftlichen Gesichtspunkten geführt werden soll. Bernd Oestereich und Claudia Schröder fassen es treffend zusammen: „Führung ist zu wichtig, um sie nur Führungskräften zu überlassen.“ In modernen Unternehmen bedeutet Collective Leadership, dass jeder im Unternehmen Verantwortung übernehmen soll und kann. Mitarbeiter werden zu Mitarbeitenden, die (auch) unternehmerisch denken und handeln. Sie gehen eigenständig auf die Suche nach Lösungen, ohne sich darauf zu verlassen, „von oben“ eine Lösung vorgegeben oder präsentiert zu bekommen.

Letztendlich übernimmt jeder Mitarbeitende auch Führungsverantwortung, etwa wenn er im Team darum wirbt, ihn zu unterstützen, und sich in der Pflicht sieht, mit den Kollegen Vereinbarungen zu treffen. Und wenn umgekehrt einer der Kollegen Unterstützung von ihm benötigt, ist ein Mitarbeitender bereit, sich in den Dienst des Kollegen zu stellen. Die klassischen hierarchischen Ordnungen lösen sich auf.

Impuls 3: Souverän Verantwortung abgeben

Führung wird flexibel – jeder Mitarbeitende kann Führungsverantwortung übernehmen, sich bei Bedarf aber auch einordnen. Collective Leadership erfordert mithin ein Umdenken in mehrfacher Hinsicht: Die Mitarbeitenden sind bereit, Verantwortung zu übernehmen. Und die Führenden sind willens, Verantwortung zu teilen und abzugeben. Dies gelingt ihnen mithilfe von Führungssouveränität: Eine Führungspersönlichkeit besitzt die Autonomie und auch Gelassenheit, Verantwortung bei Bedarf aus der Hand zu geben und die Mitarbeitenden als gleichberechtigte Entscheidungsträger zu akzeptieren.

Das gilt insbesondere in Bereichen, in denen ein Mitarbeitender zweifelsfrei die größere und umfassendere Expertise aufweist. Ein Beispiel: Wenn ein Berater oder Verkäufer mit einer Kundengruppe, die er seit Langem betreut, in Verhandlungen steht, ist dieser Mitarbeitende derjenige, der die Kunden am besten versteht und kennt. Denn er weiß, wie sie ticken, welche Persönlichkeitsstruktur sie haben, was sie wünschen, fordern, erhoffen. Und darum sollte er auch derjenige sein, der in diesem Umfeld verantwortlich die Entscheidungen trifft.

Immer öfter kommt es vor, dass Mitarbeitende diese Verantwortungsübernahme aktiv einfordern: „Ich bin der Experte im Umgang mit diesen Kunden, also vertraut mir und überlasst mir die Verantwortung!“ Für Sie bedeutet dies: Sie verstehen sich vor allem als coachende Führungspersönlichkeit. Sie gehen nicht voran, Sie bestimmen nicht, sondern Sie geben unterstützende Hilfe zur Selbsthilfe, indem Sie Mitarbeitende durch coachende Fragen zur Selbstreflexion ermutigen. Entscheidend ist: Sie sind bereit, die Verantwortung vertrauensvoll in die Hände der Mitarbeitenden zu legen.

Impuls 4: Mit Coaching unterstützen

Im Collective Leadership bleibt Führung nicht einigen wenigen Personen exklusiv vorbehalten und überlassen, sondern ist die Aufgabe aller Mitarbeitenden. Allerdings: Nicht jeder Mitarbeitende wird dies leisten wollen und leisten können. Darum: Gestalten Sie die organisatorischen Strukturen in Ihrem Verantwortungsbereich so flexibel, dass Collective Leadership für

diejenigen möglich ist, die dies leisten wollen und sich vor der Verantwortungsübernahme nicht scheuen. Unterstützen Sie diese Mitarbeitenden coachend, während Sie bei den Kollegen, die noch nicht so weit sind, eher klassisch und traditionell agieren und mit Anweisungen und Vorgaben arbeiten.

Scheren Sie die Mitarbeitenden nicht über einen Führungskamm, sondern gehen Sie individuell auf sie ein. Berücksichtigen Sie den jeweiligen Reifegrad. Um konkret zu verbleiben: Der eine Mitarbeitende interagiert selbstverantwortlich und selbstorganisiert mit dem Kunden, der andere spricht sich mit Ihnen ab und holt Ihren Rat ein, um aber selbst zu entscheiden, und der dritte erhält von Ihnen eine To-do-Liste, die er gewissenhaft abarbeitet.

Impuls 5: An der Persönlichkeit arbeiten

Damit Sie als Führungspersönlichkeit souverän die Führungsstile handhaben und Verantwortung an Mitarbeitende abgeben können, ist Persönlichkeitsarbeit angesagt. Denn noch wichtiger als Fach- und Methodenkompetenzen sind Ihre emotionalen und sozialen Kompetenzen sowie Charakter- und Persönlichkeitseigenschaften wie Selbstreflexion, Verantwortungsbewusstsein, Kommunikationsfähigkeit, Beziehungsstärke, Empathie und Kritikfähigkeit.

Zentral ist die „Sowohl-als auch“-Haltung: Sie agieren sowohl aufgaben- bzw. ergebnisorientiert als auch menschenbezogen. Sie liefern einerseits gute Zahlen und Topergebnisse, andererseits optimieren Sie wertschätzend die Beziehung zu den Mitarbeitenden. Sie haben die Unternehmensziele und die Ziele der Mitarbeitenden im Auge. Und Sie unterstützen diese bei der Potenzialentfaltung und fordern zugleich Spitzenleistungen.

Darum zählen die Selbstreflexion und der Wille zum selbstkritischen Hinterfragen zu den unerlässlichen Kompetenzen einer souveränen Führungspersönlichkeit.

Führungssouveränität im Überblick

- Collective Leadership: Jeder im Unternehmen kann und darf (Führungs-)Verantwortung übernehmen.
- Mitarbeiter werden zu unternehmerisch denkenden und handelnden Mitarbeitenden.
- Eine souveräne Führungspersönlichkeit spielt virtuos auf der Klaviatur der Führungsstile.
- Der wichtigste ist der coachende Führungsstil, durch den die Mitarbeitenden Hilfe zur Selbsthilfe erfahren. Dabei wird ihnen ein Höchstmaß an Eigenverantwortlichkeit und Selbstorganisation eingeräumt.
- Eine Führungspersönlichkeit besitzt die Souveränität, Verantwortung abzugeben.
- Sie geht in die Selbstreflexion, um kontinuierlich an ihrer Persönlichkeitsentwicklung zu arbeiten.

Autor Christian Polz ist Inhaber und Geschäftsführer von 3P-Leadership. Sein Buch „Agile Teamarbeit“ ist bei BusinessVillage erschienen. Der Berater, Coach, Trainer und Supervisor coacht und trainiert seit über 15 Jahren erfolgreich Vorstände, Geschäftsführer und Führungskräfte. Kontakt: HYPERLINK „mailto:polz@3p-leadership.de“ polz@3p-leadership.de, HYPERLINK „http://www.3p-leadership.de“ www.3p-leadership.de

Cash. Multi Media Power!

Das führende
Fachmagazin für Berater
und Vermittler



Jetzt auch als ePaper
der neuen,
interaktiven Generation



Podcast, Academy,
Mobile, Web.
Ihr Knowhow kommt an!

Cash. VERSICHERUNGEN, FONDS, SACHWERTE

**FINANCIAL
ADVISORS
AWARDS**

**WWW.
CASH-
ONLINE.
DE**

**CASH. 5VOR5
NEWSLETTER**

**HEAD
OF THE
YEAR**

**FINANCIAL
ADVISORS
ACADEMY**

**CASH.
DIGITAL
WEEK**



**CASH.ONVISTA
NEWSLETTER**

**CASH.
EXTRA**

**CASH.
EXKLUSIV**

**DIGITAL
ADVISORS
AWARDS**

**CASH.
GALA**

**BRANCHEN
GIPFEL
SACHWERTE**

**CASH.
WEBINARE**

**CASH.
PODCAST
DIE ZWEI &
DEIN GELD**

Eine Plattform, vier Anbieter

Die Walnut GmbH, Schwestergesellschaft der RWB PrivateCapital Emissionshaus AG, hat Asuco, Project und Solvium in ihre Online-Beratungsplattform integriert und will diese weiter ausbauen.

Die browsergestützte Webanwendung „Walnut Live“ ermöglicht die Online-Anlageberatung und -vermittlung von alternativen Investmentfonds (AIFs) und Vermögensanlagen inklusive eines vollständig digitalen Zeichnungsprozesses. Die Technologie ist bereits seit 2019 bei der RWB für deren Private-Equity-Dachfonds im Einsatz. Seit Ende 2020 nutzt sie auch der auf Wohnungsbau-Projektentwicklungen spezialisierte Fondsanbieter Project.

Nun öffnet Walnut die Plattform für weitere Emissionshäuser. Ab sofort können Berater auch auf die Vermögensanlagen des Zweitmarkt-Spezialisten Asuco und des auf Logistik-Equipment fokussierten Anbieters Solvium zugreifen. „Weitere Sachwertanbieter folgen in Kürze“, heißt es von Walnut.

„Das Walnut Live ermöglicht es Beratern, sich persönlich mit dem Kunden im digitalen Raum zu treffen, ausgewählte Kapitalanlagen zu besprechen, Zeichnungsstrecken gemeinsam auszufüllen und sofort abzuschließen – natürlich FinVermV-konform“, sagt Lars Gentz, Geschäftsführer der Walnut GmbH. Die Anwendung erfolgt rein Web-basiert. Die Installation einer App ist weder auf dem Rechner des Kunden noch des Beraters erforderlich, betonte er anlässlich eines Online-Pressegesprächs.

Walnut versteht sich als Technologie-Dienstleister und fungiert nicht selbst als Vermittler. Das Unternehmen erhält nach Anga-



Lars Gentz, Walnut

ben von Gentz eine feste Nutzungsgebühr von den Produktpartnern, aber keine umsatzabhängige (Overhead-)Provision. Die Finanzierung erfolgt durch die Produkthanbieter. Für Berater oder Vermittler ist die Nutzung der Plattform demnach kostenfrei. Kunden können sie nicht alleine für Direktzeichnungen nutzen, sondern nur zusammen mit dem Finanzdienstleister.

US-Wohnanlage versilbert

Die BVT Unternehmensgruppe, München, hat die 300 Class-A Wohnungen umfassende Projektentwicklung „Bainbridge – Maitland“ bei Orlando, Florida, verkauft. Sie gehörte der Beteiligungsgesellschaft BVT Residential USA 13 L.P. Das Objekt wurde laut BVT für über 83 Millionen US-Dollar an einen Private REIT veräußert. Der Verkaufspreis liege damit gut zwölf Millionen US-Dollar über der ursprünglichen Prognose.

Trotz pandemiebedingter Beeinträchtigungen (zeitweise eingeschränkte Bau- und Vermietungsaktivitäten) konnte die Projektentwicklung im geplanten Zeit- und Kostenrahmen realisiert und sogar über die als „Vollauslastung“ geltende Quote hinaus vermietet werden, so BVT. Die Rendite für den Investor, auf den das exklusive Beteiligungsangebot der BVT Residential USA 13 L.P. zugeschnitten worden war, liegt demnach weit über Plan. Er erzielte BVT zufolge bei einer Laufzeit von 36 Monaten ein Ergebnis von über 19 Prozent pro Jahr vor Steuern auf sein durchschnittlich gebundenes Eigenkapital. Das übertriffe sogar die Best-Case-Prognose von 16,2 Prozent.



Neue KVG am Start

Die Real Blue Kapitalverwaltungs-GmbH aus Stuttgart hat von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht die Erlaubnis zum Geschäftsbetrieb als Kapitalverwaltungsgesellschaft (KVG) erhalten. Sie ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Drees & Sommer Gruppe mit Hauptsitz in Stuttgart. Diese ist nach eigener Darstellung ein führendes europäisches Beratungs-, Planungs- und Projektmanagementunternehmen.

Als Geschäftsführer der Real Blue wurden Michael Eisenmann sowie Prof. Dr. Robert Götz bestellt. Das Unternehmen konzentriert sich nach eigenen Angaben ausschließlich auf das Geschäft mit institutionellen Kunden und Anlegern und zudem auf Anlagestrategien im Sinne Artikel 8 und Artikel 9 der EU-Offenlegungsverordnung, also „ESG Integration Strategien“ oder „Impact Investing“.

Als eine der ersten Anlagestrategien setzt Real Blue den Angaben zufolge auf „Senior Living“, also altersgerechtes Wohnen. Das Konzept sieht den Aufbau eines Portfolios von mindestens 200 Millionen Euro in Form eines offenen Spezial-Fonds vor. Weitere Investmentstrategien in den Segmenten „klassisches Wohnen“ und „Logistik“ sind demnach in Vorbereitung beziehungsweise Planung.

Mittelstädte im Rendite-Ranking vorne

Lange galt es als ausgemacht, dass Immobilien-Investitionen in den großen, entwickelten Städten am lukrativsten für Investoren und Anleger sind. Dieses Bild war jedoch schon immer einseitig und verkennt, welche Potenziale gerade in den sogenannten Mittelstädten schlummern. „Neben den Renditen spielen auch Faktoren wie stabile Nachfrage oder Standortfaktoren eine Rolle für die Investitionsentscheidung. In welchen Mittelstädten sich ein Investment lohnt, sollte vorher sorgfältig analysiert werden“, sagt André Heid, Geschäftsführer der HEID Immobilien GmbH und zertifizierter Sachverständiger.

Die Analyseplattform GeoMap konnte bei der Betrachtung der 621 Mittelstädte Deutschlands, zu denen Orte mit einer Einwohnerzahl zwischen 20.000 und 100.000 gehören, feststellen, dass Sachsen-Anhalt und Sachsen bei der bloßen Rendite ganz vorn liegen. Die höchste Rendite lässt sich gegenwärtig in Zerbst erwirtschaften (10,6 Prozent). In Bayern und Baden-Württemberg hingegen sind die Renditen in der Regel am geringsten.

„Neben der Rendite sind für ein gewinnbringendes Investment jedoch noch weitere Faktoren entscheidend“, erklärt André Heid. „So sind vor allem eine stabile Nachfrage und Standortfaktoren wie die Nähe zu Metropolen oder die Diversität der ansässigen Arbeitgeber wichtige Kriterien für lohnende Wohninvestitionen. Regionen, in denen es beispielsweise nur einen großen Arbeitgeber gibt, sind oftmals sehr anfällig für konjunkturelle Schwankungen. Daher haben es in unserem aktuellen Ranking attraktiver Wohninvestments auch Mittelstädte aus Bayern an die Spitze geschafft.“



Bamberg: Die oberfränkische Stadt ist als Standort sehr gefragt.

HEID-Rendite-Ranking

Stadt	Rendite	Nachfrage	Standort
Landshut	++	+++	+++
Bamberg	+	+++	+++
Zerbst	+++	+	++
Kaiserslautern	++	++	++
Dessau-Roßlau	+++	+++	++

Umwandlung zur AG: Die d.i.i. Deutsche Invest Immobilien GmbH hat die Wandlung zur Aktiengesellschaft vollzogen. Die Umwandlung zur AG ist zum Stichtag 13.07.2021 mit der Eintragung ins Handelsregister erfolgt. Vorstand der d.i.i. Deutsche Invest Immobilien AG ist Frank Wojtalewicz, Gründer des Unternehmens und bislang geschäftsführender Gesellschafter. „Wir sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen. Mit der Rechtsform der AG schaffen wir mehr Transparenz und stellen die Weichen für weiteres Wachstum“, erklärt Frank Wojtalewicz.



Ralf Niggemann

Neue Projektentwicklungs- und Investment-Plattform

Ralf Niggemann hat die Vector Real Estate Group (Vector) gegründet und führt das Unternehmen als CEO. Vector wird sich auf dem deutschen Markt als Projektentwickler in den Nutzungssegmenten Büro, Wohnen und Quartiere betätigen und in

den Top-Sieben-Regionen aktiv sein. Ebenso plant das Unternehmen, gemeinsam mit Partnern in Immobilien-Portfolios zu investieren und diese bei Bedarf zu repositionieren, neu zu entwickeln sowie das Asset Management zu übernehmen. „Der deutsche Immobilien-Investmentmarkt mit in diesem Jahr geschätzten 80 Milliarden Euro Transaktionsvolumen zeigt sich trotz Pandemie als robust und

die Nachfrage nach Immobilien mit einem konstanten und langfristigen Cashflow bleibt weiterhin hoch. Doch die Assetklassen werden sich auch aufgrund Corona noch heterogener entwickeln. Deshalb bedarf es eines erfahrenen Blicks und kreativer Ideen, um Immobilien für die gestiegenen regulatorischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Anforderungen fit zu machen“, fasst Ralf Niggemann den Geschäftszweck zusammen. Diesen Blick teilten auch verschiedene

Investoren und so sei er sehr optimistisch, in naher Zukunft die erste Transaktion von Vector bekannt geben zu können. Ralf Niggemann bringt seine rund 25-jährige Immobilienerfahrung in das neue Unternehmen ein. So war er zuvor CEO bei Development Partner in Düsseldorf und davor Vorstand von Signa Development Deutschland in München. Er startete seine Karriere bei der Hochtief Projektentwicklung und war dort rund 15 Jahre in verschiedenen Führungspositionen tätig. Vector wird seinen Sitz in Düsseldorf an der Königsallee haben.



KGAL holt sich ESG-Verstärkung

Der Asset Manager KGAL verstärkt sich mit der ESG-Expertin und Ratingspezialistin Susanne Marttila. Zudem plant das Unternehmen neue Investmentlösungen aus dem Bereich der Energiewende-Assets. Susanne Marttila ist bereits seit 2007 auf nachhaltige Investments spezialisiert. Zuletzt war sie bei Institutional Shareholder Services (ISS) in der Funktion als Regional Head EMEA, ESG Ratings. Als frühere Leiterin des ESG Corporate Ratings Teams Extractives, Energy & Utilities bei ISS und langjährige Analystin bei der Oekom Research AG verfüge sie über umfassende Expertise auf dem Themengebiet ESG. Ab September soll sie als ESG Officer den Ausbau unserer ESG-Aktivitäten und die Wahrnehmung unserer gesellschaftlichen Verantwortung weiter vorantreiben. Das Unternehmen hat den ersten Fonds für erneuerbare Energien bereits im Jahr 2003 aufgelegt. Seitdem hat die KGAL den Angaben zufolge für ihre Kunden rund 150 Photovoltaikanlagen, Windparks und Wasserkraftwerke erworben. Die KGAL will für ihre Investoren ein weiteres Anlagegebiet aus dem Bereich Infrastruktur erschließen: die Energietransformation auch als Power-to-X bezeichnet. „Dabei geht es zum Beispiel um die Transformation von



Susanne Marttila, KGAL

nachhaltig erzeugtem Strom in andere Energievektoren, wie Wasserstoff, Wärme, aber auch Ammoniak, um so Industrie, Haushalte und Landwirtschaft zu dekarbonisieren“, erläutert Michael Ebner, Geschäftsführer der KGAL Investment Management GmbH & Co. KG und verantwortlich für die Assetklasse Infrastruktur. Mit der erweiterten Ausrichtung der Assetklasse geht eine Umbenennung einher: Aus Infrastructure wird „Sustainable Infrastructure“.

CEE Group: Zukäufe in Deutschland und Frankreich

Die Hamburger CEE Group, Asset Manager für Erneuerbare Energien, hat ihr Portfolio im Bereich Windkraft weiter ausgebaut und neue Anlagen an Standorten in Deutschland und Frankreich erworben. In Frankreich hat die CEE Group den neu entstehenden Windpark Nanteuil vom zur PNE-Gruppe gehörenden Projektentwickler WKN GmbH gekauft, teilt das Unternehmen mit. Im thüringischen Tötleben hat CEE darüber hinaus von der PNE AG eine bestehende Windenergieanlage vom Typ General Electric GE 5.5-158 erworben.

Das Windenergie-Portfolio der CEE Group wächst damit um sieben neue Windenergieanlagen, davon sechs in Frankreich. Der im Bau befindliche Windpark Nanteuil umfasst sechs Windenergieanlagen des Herstellers Vestas. Der Typ V110 weist laut CEE Group eine Nabenhöhe von 110 Metern auf und hat eine Nennleistung von 2,2 MW. Die Gesamtkapazität der sechs Anlagen beträgt 13,2 MW. Baubeginn war im Juli 2021, die Inbetriebnahme der Anlagen ist für den November 2022 geplant. „Mit dem Windpark Nanteuil bauen wir unser internationales Portfolio an Anlagen zur Erzeugung erneuerbarer Energien konsequent weiter aus. Die Diversifizierung der Anlagen über geeignete Standorte in unterschiedlichen europäischen Ländern trägt dabei auch zur Diversifizierung und Stabilisierung unseres Portfolios insgesamt bei“, erklärt Detlef Schreiber, CEO der CEE Group.

Bundesinitiative für nachhaltige Immobilieninvestitionen

Die Bundesinitiative Impact Investing hat einen „Arbeitskreis Immobilien“ gegründet. Dieser soll zentrale Akteure und Akteurinnen der Branche zusammenbringen, um Erfahrungen auszutauschen, Best-Practice-Beispiele zu sammeln und fachliche Positionen zu entwickeln. Mit dem Arbeitskreis soll ein signifikanter Beitrag zur Entwicklung des Impact-Ökosystems im Immobiliensektor geleistet werden, heißt es in einer Mitteilung der Bundesinitiative Impact Investing e.V. Tanja Volkheimer, Senior Portfoliomanagerin bei Nuveen Real Estate, sowie Sophie Kazmierczak, Sustainable Finance Managerin bei der NEXT Generation Invest, werden den Arbeitskreis leiten. Der Immobiliensektor hinke den Klimazielen der Bundesregierung weiterhin hinterher, heißt es von der Initiative. So sei 2020 der angestrebte Höchstwert von 120 Millionen Tonnen CO₂-Äquivalenten um zwei Prozent überschritten worden.

Darüber hinaus sei der Bedarf an qualitativem und bezahlbarem Wohnraum hoch. In vielen Regionen sind demnach die Mieten über lange Zeit stärker gestiegen als die Einkommen. „Somit beanspruchen Wohnkosten knapp die Hälfte des Einkommens armutsgefährdeter Haushalte. Dies macht ein selbstbestimmtes Leben für eine breite Schicht der Bevölkerung schwer möglich und schränkt deren Entfaltungsmöglichkeiten erheblich ein“, so die Bundesinitiative.





DEUTSCHE FINANCE GROUP

WERBUNG



FUND

17

DF DEUTSCHE FINANCE INVESTMENT FUND 17
- CLUB DEAL BOSTON II - GMBH & CO. GESCHLOSSENE INVKG

LAB-OFFICES – IMMOBILIENINVESTMENT DER ZUKUNFT

Eine exklusive Investmentstrategie, die dem breiten Markt so nicht zur Verfügung steht. Sie haben Interesse an einem institutionellen Club Deal für Privatanleger der DEUTSCHE FINANCE GROUP?

Registrieren Sie sich jetzt unter:
www.if17.deutsche-finance.de

- Hohe Nachfrage nach Lab-Offices aufgrund weltweit steigender Forschungsaktivitäten für Impfstoffe und Arzneimittel
- Projektentwicklung für ein Labor-Büro-Gebäude
- Boston gilt als Zentrum für Biotech- u. Pharmaforschung
- Bevorzugte Lage des Projektes zu den renommierten Universitäten Harvard, MIT und TUFTS University
- 100% Mietoption vor Baubeginn abgeschlossen
- Laufzeit 3,5 Jahre
- geplanter Kapitalrückfluss 140 % (Prognose)

DF DEUTSCHE FINANCE SOLUTION GMBH

Leopoldstraße 156 | 80804 München | Germany | Telefon +49 89 649563-0 | www.deutsche-finance-group.de



Containerschiffe am Ladekai. Der Platz auf den Ozeanriesen ist derzeit ein äußerst knappes Gut.

WANN GIBT ES WIEDER SCHIFFSFONDS?

Nach jahrelanger Krise und der riesigen Pleitewelle von Schiffsfonds gilt die Branche für Privatanleger als auf ewig verbrannt. Doch stimmt das wirklich? Der Chartermarkt jedenfalls brummt aktuell gewaltig und die ersten Anbieter tasten sich vor.

Seit Monaten schon kennen die Charraten für Containerschiffe nur eine Richtung: steil nach oben. Am 23. Juli erreichte die Marktstatistik des Schiffsmaklers Harper Petersen gar eine neue Schallmauer: 100.000 US-Dollar. So viel kostet die Miete für ein Containerschiff mit 8.500 Stellplätzen für Standardcontainer (TEU). Pro Tag. Selbst für einen Frachter mit 3.500 Stellplätzen zahlen die Charterer aktuell 64.000 US-Dollar am Tag bei einer Vertragslaufzeit von sechs bis zwölf Monaten – ein noch nie da gewesenes Niveau.

Harper Petersen erfasst seit 2004 die Charraten für Containerschiffe zwischen 700 und 8.500 TEU und errechnet daraus den Index Harpex. Damals waren Frachter mit 8.500 Stellplätzen die größten auf den Weltmeeren. Heute bauen die Werften Giganten mit bis zu 24.000 Stellplätzen. Der Höhenflug der Raten hat auch mit einem dieser Riesen mit mehr als 20.000 TEU zu tun, der im März weltweit Schlagzeilen machte: Die „Ever Gi-

ven“ der Reederei Evergreen. Das 400 Meter lange Schiff lief im Suez Kanal aus dem Ruder, verkeilte sich zwischen beiden Ufern und blockierte die eminent wichtige Wasserstraße für fast eine Woche. Danach dauerte es nochmals mehrere Tage, bis sich der Stau von insgesamt mehr als 400 Schiffen auf beiden Seiten des Kanals aufgelöst hatte. Folge: Unterbrochene Lieferketten, fehlende Produkte, ausbleibende Ersatzteile allerorten. Das Foto des quer im Kanal liegenden Frachters ging um die Welt - auch als Menetekel für die Verwundbarkeit der globalisierten Wirtschaft.

Doch die Ever-Given-Havarie war keineswegs die einzige Blockade in der internationalen Handelsschifffahrt. Schon vor Corona stauten sich nicht selten Frachter vor den vielfach überlasteten chinesischen Häfen und mussten tagelang auf Abfertigung warten. Doch die Pandemie verschärft die Situation. So führt die rigorose Corona-Politik in China dazu, dass die Behörden nicht selten ganze Landstriche abriegeln. Besonders schwer

wiegt die teilweise Stilllegung des Hafens Shenzhen-Yantian im Juni, viertgrößter Containerhafen der Welt. Teilweise warteten dort laut „Tagesschau“ unter Berufung auf Bloomberg 130 Schiffe auf Abfertigung. Währenddessen können sie nicht nur keine Fracht laden, sie fehlen auch anderswo, bringen die Fahrpläne durcheinander und beeinträchtigen damit auch die Abwicklung in anderen Häfen. Nach Medienberichten schätzen viele Experten die Folgen des Shenzhen-Staus als gravierender ein als die Blockade des Suez-Kanals. Berichte über Lieferengpässe und Rohstoffknappheit häufen sich. Auch das belegt die enorme Bedeutung der Schifffahrt für Wirtschaft und Wohlstand.

Zum Engpass trägt auch bei, dass die Weltwirtschaft nach dem Lockdown-Jahr 2020 wieder angesprungen ist, allen voran wiederum in China. So legte der Export des Landes im Januar und Februar 2021 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um nicht weniger als 60 Prozent zu, im Juni immer noch um 30 Prozent. Der enorme Zuwachs hat nicht nur mit der niedrigen Vorjahresbasis zu tun, sondern auch mit der erfolgreichen Corona-Bekämpfung. Während viele andere Länder noch im Lockdown steckten, hat China längst wieder unter Volldampf produziert.

Gleichzeitig ist die Nachfrage nach Gütern weltweit ungebrochen hoch. Scheinbar investieren viele Menschen einen Großteil dessen, was sie nicht im Urlaub oder im Restaurant ausgeben können, in Neuanschaffungen: Möbel, Elektronik, Fahrräder, Homeoffice-Equipment und vieles mehr. Vieles davon oder dafür kommt aus China und muss in die USA oder nach Europa - ein weiter Weg. Andererseits hat China einen riesigen Rohstoffhunger, der vielfach aus Südamerika bedient wird. Nachholeffekte und Konjunktur-/Hilfsprogramme tun ihr übriges.

Das alles führt zu einem gewaltigen Engpass an Schiffs-Kapazitäten und der Preisexplosion. So schoss auch der Baltic Dry Index der Frachtraten von Massengutfrachtern (Bulkler) von gut 1.300 Punkten im Februar 2021 auf rund 3.200 Punkte Ende Juli. Ein Teil des Anstiegs resultiert wohl auch daraus, dass Containerware mangels Containerkapazität vielfach, soweit das technisch möglich, auf Bulker verlagert wird. Von „De-Containerisierung“ ist im Marktkommentar der Ernst Russ AG zum zweiten Quartal 2021 gar die Rede – eine absurde Situation.

Der Container-Index Harpex erreichte am 23. Juli 2021 mit 3.143 Punkten ebenfalls einen weiteren Rekordwert. Das ist rund die Hälfte mehr als der vorherige Höchststand aus 2005 und mehr als das Doppelte des Niveaus im Jahr 2008, bevor der Markt im Zuge der Finanzkrise und des anschließenden Konjunkturreinbruchs fast senkrecht abstürzte.

Bis dahin hatten viele gut und über lange Zeit an der Schifffahrt verdient: Reeder, Emissionshäuser, Vertrieb und auch die Anleger. Schiffsfonds waren neben US-Immobilien lange das erfolgreichste Segment der Sachwertanlagen. Damit war es nach 2008 auf einen Schlag vorbei. Seinen absoluten Tiefpunkt erreichte der Harpex Anfang 2009 mit 275 Punkten – weniger als ein Zehntel des heutigen Niveaus.

Anfangs stemmten sich Reeder und Emissionshäuser damals noch recht erfolgreich gegen den Absturz, auch viele Anleger schossen im Rahmen von Sanierungskonzepten frisches Geld nach. Doch die Krise nahm und nahm kein Ende. Das Ergebnis ist bekannt: Eine riesige Pleitewelle von Schiffsfonds,

Notverkäufe mit hohen Verlusten, Rückzahlung von Ausschüttungen – und ein Klage-Tsunami gegen Anbieter und Vertrieb, der teilweise noch immer die Gerichte beschäftigt.

So hatte der Bundesgerichtshof (BGH) gerade erst – im Mai 2021 – über eine Musterklage zu einem Schiffs-Flottenfonds aus dem Jahr 2005 zu entscheiden, also 16 Jahre später (Aktenzeichen XI ZB 19/18). Der Musterkläger hatte, stellvertretend auch für die weiteren Anleger, wie üblich eine Vielzahl von Prospektfehlern geltend gemacht. Obwohl die Anwälte den Prospekt wahrscheinlich bis auf jedes Komma seziiert haben, wies der BGH die Klage jedoch ab. Immerhin haben auf diese Weise wohl wenigstens die Anwälte gut an dem Fonds verdient.

Wahrscheinlich ist der Großteil der Klagen, in denen es um die Qualität von Schiffsfonds-Prospekten ging, so oder ähnlich ausgegangen. Anders ist jedenfalls kaum zu erklären, dass fast alle ehemaligen Emissionshäuser noch existieren oder in geordneten Verfahren ohne Insolvenz von anderen geschluckt wurden. Teilweise sind sie weiterhin in der maritimen Wirtschaft aktiv, sie haben sich jedoch ganz aus dem Neugeschäft mit Privatanlegern zurückgezogen, nicht nur im Bereich der Schifffahrt.

Nur ein ehemaliger Schiffsfonds-Anbieter mit Marktbedeutung ist heute noch im Publikums-Neugeschäft mit Sachwertanlagen aktiv: Die Dr. Peters Group. Das vor über 45 Jahren gegründete Unternehmen hatte mehrere Standbeine und legt mit einer eigenen KVG weiterhin Immobilienfonds auf. Die letzten vier verbliebenen Fondsschiffe hat Dr. Peters indes im Jahr 2019 verkauft und dafür laut Geschäftsbericht 2019 der JS Holding insgesamt immerhin rund 43 Millionen US-Dollar Erlöst.

Damit hat Dr. Peters das Thema Schifffahrt jedoch keineswegs ad acta gelegt. Ende 2019 hatte das Unternehmen noch sieben Schiffe im Management, davon ein eigenes. Einer der für Dritte gemanagten Frachter wurde 2020 verkauft. „Der Fokus des Geschäftsbereiches Shipping liegt in Zukunft auf der Akquise neuer Managementaufträge für Tankschiffe sowie der Strukturierung und dem Vertrieb neuer Tankschiff-Investments für institutionelle Investoren“, heißt im Lagebericht.

Im Februar 2021 ging die Dr. Peters Group dann ein Joint Venture mit der Hamburger Reederei Chemikalien Seetransport (CST) ein, die über eine Flotte von derzeit 40 Tankern und Bulkern verfügt. Die CST/DS Shipmanagement GmbH soll fortan als weiterer maritimer Dienstleister am Markt tätig sein. Demnach soll die Flotte weiter ausgebaut werden, insbesondere im Tankersegment. Durch das Joint Venture „entsteht ein neuer, starker Schiffsmanger mit Potential für Neugeschäft und damit

für den Ausbau der Flotte, die von CST/DS Shipmanagement GmbH gemanagt wird“, sagte Kristina Salamon, CEO der Dr. Peters Group. Aktuell sei aber nicht geplant, Kapital von Privatanlegern einzuwerben, teilt Dr. Peters auf Nachfrage mit.

Diese nimmt indes ein anderer ehemaliger Big Player bei Schiffsfonds wieder ins Visier: Die Oltmann Gruppe. Sie hat unlängst mit der Reederei Briese aus Leer eine Privatplatzierung ab 200.000 Euro Mindestbeteiligung gestartet. Die Emission finanziert das Containerschiff MS „Terborg“ mit einer Stellplatzkapazität von 1.800 TEU, das Briese in China bestellt hat. „In diesem Marktsegment übersteigt die Nachfrage das Angebot. Neubauten kommen vergleichsweise



wenige hinzu, obwohl eine hohe Anzahl an Schiffen aufgrund ihres Alters als Verschrottungskandidaten gelten“, heißt es von Oltmann. Der Gesamtmittelrückfluss beträgt der Planrechnung zufolge 170 Prozent nach Steuern innerhalb von neun Jahren. Die Briese Gruppe beteiligt sich mit 2,97 Millionen Euro selbst. Die Frage, ob das Unternehmen auch wieder Publikums-Schiffsbeteiligungen plant, beantwortete Oltmann allerdings nicht.

Ein weiteres aktuelles Angebot für Großanleger, das sich bislang nur an institutionelle Investoren richtet, lenkt den Blick auf eine andere Facette der maritimen Wirtschaft mit enormem Finanzierungsbedarf: Die Nachhaltigkeit. Fast alle größeren Seeschiffe fahren hauptsächlich mit Schweröl und blasen Unmengen an CO₂, Schwefel und anderen Schadstoffen in die Luft. Internationale Umweltvorschriften und der generelle Nachhaltigkeits-Druck insbesondere in Sachen Klima zwingen die Reedereien zur Nachrüstung oder zur Umstellung der Schiffe auf andere Kraftstoffe.

Hier setzt der Eurazeo Sustainable Maritime Infrastructure Fund (ESMI) der Elbe Financial Solutions (EFS) an. Dabei handelt es sich nicht um eine klassische Schiffsbeteiligung, sondern das Ziel ist, nachhaltige maritime Projekte zu finanzieren. Dazu können der Neubau von Schiffen jeglicher Art, Erneuerungen von bestehenden Einheiten, aber auch schifffahrtsnahe Infrastruktur-Projekte zählen. Es sei „der erste Fonds dieser Art in Europa“, betont EFS.

Hinter dem Unternehmen steht als Mitgründer und CEO ein bekanntes Gesicht der einstigen Schiffsfonds-Branche: Jens Mahnke. Er war Geschäftsführer des Emissionshauses König & Cie., das 2016 vom Wettbewerber HCI Capital (heute Ernst Russ AG) übernommen wurde. Mahnke rückte daraufhin in den Vorstand der neuen Mutter ein und war bis Juni 2019 Vorstandssprecher der Ernst Russ AG. Mit EFS hat er nun das erste Closing bereits hinter sich. Demnach hat der Europäische Investment Fonds (EIF) zusammen mit weiteren europäischen Investoren 115 Millionen Euro in den Fonds investiert. Das Funding für ein zweites Closing mit einem Zielvolumen von insgesamt 300 Millionen Euro ist im Juni gestartet.

Der Fonds will Finanzierungslücken bei nachhaltigen Investitionen in der maritimen Wirtschaft schließen und richtet sich vor allem an kleine und mittelständische Unternehmen. „Dabei ist es egal, ob es sich um die maßgeschneiderte Finanzierung des Neubaus eines großen Containerschiffs, Massengutfrachters, einer kleinen Fähre oder eines Ausflugsdampfers auf einem deutschen Binnengewässer handelt“, sagt Mahnke. Auch technische Einbauten wie spezielle Abgasreinigungsanlagen, der Umstieg auf alternative Treibstoffe oder Offshore Windanlagen fallen demnach unter die möglichen Investitionen. „Ebenso sind Projekte für die Infrastruktur an Land, zum Beispiel in See- und Binnenhäfen, die sich positiv auf die Umwelt auswirken, durch unseren Fonds finanzierbar“, so Mahnke. In erster Linie strebt er jedoch den Kauf von Schiffen und deren Finanzierung im Rahmen einer Leasing-Konstruktion an, an deren Ende der betreffende Reeder das Schiff zurückkauft. Das Fondsmodell auch für Beteiligungen von Privatanlegern zu öffnen, ist derzeit nicht



Jens Mahnke, EFS: „Der erste Fonds dieser Art in Europa.“

geplant, sagt Mahnke. Es können aber sogenannte High-Net-Worth-Individuals, also sehr vermögende Anleger, ab einer Ticketgröße von einer Million Euro investieren.

Den hohen Investitions- und Modernisierungsbedarf in der Schifffahrt belegt auch eine Meldung der Reederei Hapag-Lloyd. Ende Juni teilte sie mit, die koreanische Werft Daewoo beauftragt zu haben, sechs über 23.500 TEU große Schiffe zu bauen. Bereits Ende 2020 hatte die Reederei sechs solche Riesenfrachter in Auftrag gegeben, insgesamt also zwölf. Aufhorchen lassen auch die Informationen zur Antriebstechnik. Demnach werden die Schiffe mit einem „extrem kraftstoffeffizienten“ Hochdruck-Dual-Fuel-Motor ausgestattet, also einer Maschine, die zwei Arten von Treibstoff verarbeiten kann. Der Motor wird mit Flüssiggas (LNG) betrieben, kann aber alternativ auch mit konventionel-

lem Treibstoff fahren. „Mittelfristig ist das Ziel, die Schiffe mit synthetisch erzeugtem Methangas (SNG) klimaneutral zu betreiben“, so Hapag-Lloyd.

Finanziert wurden die sechs Juni-Schiffe über einen syndizierten „Green Loan“ von bis zu 852 Millionen US-Dollar. Künftig kann Hapag-Lloyd auch große Investitionen vielleicht wieder aus dem laufenden Cashflow selbst stemmen: Allein im ersten Quartal 2021 verdiente das Unternehmen ein Konzernergebnis von rund 1,2 Milliarden Euro. Obwohl die Transportmenge „aufgrund der vielerorts nachfragebedingten Überlastung der Hafen- und Hinterlandinfrastruktur und einem daraus resultierenden Mangel an frei verfügbaren Schiffen und Containern“ gegenüber dem Vorjahreszeitraum sogar leicht zurückging, stieg der Umsatz wegen der hohen Frachtraten um ein Drittel.

Die Prognose für das Gesamtjahr bleibe jedoch „mit erheblichen Unsicherheiten behaftet“. Rolf Habben Jansen, CEO von Hapag-Lloyd: „Auch wenn wir für das Jahr 2021 insgesamt optimistisch bleiben, so sind die Folgen der COVID-19-Pandemie und die überlasteten Lieferketten nach wie vor eine enorme Herausforderung für alle Marktteilnehmer. Wir werden nichts unversucht lassen, um in diesem schwierigen Marktumfeld zu einer schnellstmöglichen Normalisierung beizutragen und so viel Kapazität wie möglich zur Verfügung zu stellen.“

Die Fracht- und Charraten werden nach dem Ende der pandemiebedingten Verwerfungen sowie der Auflösung der Schiffsstaus also sicherlich wieder auf ein Normalniveau sinken. Doch festzuhalten bleibt: In der Schifffahrt wird wieder kräftig Geld verdient, der Investitionsbedarf ist sowohl bei Neubauten als auch bei der Nachrüstung der bestehenden Flotte gewaltig und institutionelle Investoren sind schon bereit, dort große Summen anzulegen. Privatkunden sind bislang noch außen vor. Trotz aller Vorbehalte, die wahrscheinlich vor allem aus dem Vertrieb kommen werden, scheint es jedoch nur eine Frage der Zeit zu sein, dass auch wieder maritime Investments für Privatanleger auf den Markt kommen, in welcher Form auch immer. Oltmann hat den ersten Schritt bereits getan.

Autor: Stefan Löwer

LESEN UND SPAREN

JETZT ABONNIEREN



- Ja, ich möchte 50 % sparen** und im kommenden Jahr alle Magazine (12 x Cash. plus alle Sonderausgaben gratis) aus Ihrem Hause für nur 30,60 Euro beziehen. Im letzten halben Jahr waren weder ich noch eine andere Person aus meinem Haushalt Abonnent bzw. Bezieher von Cash. Das Angebot gilt nur in Deutschland.

Firma

Name, Vorname*

Straße*

PLZ, Ort*

Telefon

E-Mail

- Ich bezahle bequem per Bankeinzug

Kontoinhaber*

Kreditinstitut*

DE
IBAN*

X
Datum, Unterschrift*

*Pflichtangaben

Wenn mich Ihr Angebot überzeugt, beziehe ich das Cash.-Magazin nach dem ersten Jahr weiter monatlich frei Haus zum Vorzugspreis von zurzeit 5,10 Euro pro Ausgabe statt 6,00 Euro. Andernfalls melde ich mich innerhalb von 10 Tagen nach Erhalt der zwölften Ausgabe schriftlich. Aboservice: PressUp GmbH, Postfach 70 13 11, 22013 Hamburg, Tel.: 040/38 6666-337, E-Mail: cash@pressup.de
Dies ist ein Angebot der Cash.Print GmbH, Friedensallee 25, 22765 Hamburg, www.cash-online.de

Best-M16

Cash.

Wo kann ich den Coupon einlösen? Per E-Mail an leserservice@cash-online.de | per Fax an 040/38 6666-299 oder direkt unter www.cash-online.de/best bestellen!



Inflation: Bessere Prognosen durch KI

Handel und Märkte sind in den vergangenen Jahrzehnten deutlich komplexer geworden, doch die Prognose der Inflationsraten konnte nicht mithalten. „Noch immer werden eher statische Modelle genutzt, die das Wirtschaftsgeschehen immer weniger abbilden“, sagt Dr. Dieter Falke, Geschäftsführer der Quant.Capital Management GmbH. „Künstliche Intelligenz bietet jetzt zum ersten Mal die Möglichkeit, Inflationsrisiken genauer und aktueller zu prognostizieren.“ Denn nicht nur die Wirtschaft ist komplexer geworden. „Zugenommen haben auch die Zahl der verfügbaren Daten und die Rechnerkapazitäten“, so Falke. Das jüngste Inflationsprognosemodell von Quant.Capital Management bezieht sowohl Fundamental- als auch Preisdaten in die Modellierung ein und nutzt dabei neben langfristigen auch tagesaktuelle Daten. Viele davon waren in den 1970er-Jahren noch gar nicht verfügbar, weshalb manche Modelle sie noch vollständig außer Acht lassen. „Künstliche Intelligenz ermöglicht einen selbstlernenden Prozess, der die Formel zur Berechnung der Inflationsraten immer wieder neu schreibt“, sagt Falke. In einer Dauerschleife wird die Formel für den optimalen Warenkorb immer weiter angepasst. So nutzt die KI die tatsächlich gemeldete Inflationsrate immer wieder, um den eigenen Rechenweg anzupassen und zu verfeinern – und dadurch immer exaktere Inflationsprognosen zu erhalten. Für die Risikoeinschätzung an den Märkten und für Portfolios ist die Inflation eine immens wichtige Kennzahl.

Kryptowährungen im Performance-Check

Ein Blick auf das erste Halbjahr 2021 offenbart, dass sich Kryptowährungen breitflächig besser entwickelt haben als viele andere Assets. In einer neuen Infografik von Kryptoszene.de zeigt sich, dass ganze 84 Prozent aller digitalen Währungen in diesem Jahr einen positiven Kursverlauf aufweisen konnten. Nur etwa jeder zehnte Token entwickelte sich negativ und rund sieben Prozent aller Kryptowährungen zeigt nur minimale Veränderungen ihres Kurses im Vergleich zum Jahresbeginn. Zu den großen Gewinnern 2021 zählten laut Analyse von Kryptoszene.de in erster Linie unbekannte Token aus der zweiten oder dritten Reihe. Besonders beliebt bei Anlegern war Telcoin (TEL) mit einer bisherigen Jahresperformance von unglaublichen 14.000 Prozent plus.

Dahinter reihen sich BakeryToken (BAKE) mit rund 13.500 Prozent und Polygon (MATIC) mit 6500 Prozent an Renditen. Auf dem vierten Platz ist der Spaß-Token von Dogecoin präsent. Trotz zwischenzeitlicher herber Verluste liegt die YTD-Performance noch immer bei etwa 3700 Prozent. Die top fünf Kryptowährungen nach Marktkapitalisierung zeigen sich in dieser Liste etwas abgeschlagen, aber immer noch mit satten Gewinnen. Binance Coin (BNB) konnte 2021 bislang um 659 Prozent zulegen, während Cardano (ADA) als aktuell fünftgrößte digitale Währung überhaupt 623 Prozent hinzugewann. Ethereum (ETH) legte um 171 Prozent zu und die älteste und größte Kryptowährung Bitcoin (BTC) zeichnete trotz der hohen Einbrüche der jüngsten Vergangenheit immer noch eine Rendite von 15 Prozent. Bei all den positiven Zahlen gab es allerdings auch einige Verlierer im Krypto-Markt. NEM (XEM) zum Beispiel verlor aufgrund harter Restriktionen in China rund die Hälfte seines Wertes.

Kryptowährung	Kürzel	Rendite 2021
1. Telcoin	TEL	14074.60 %
2. BakeryToken	BAKE	13542.43 %
3. Polygon	MATIC	6566.38 %
4. Dogecoin	DOGE	3699.85 %
5. PancakeSwap	CAKE	1904.55 %
6. Livepeer	LPT	1784.59 %
7. Solana	SOL	1568.21 %
8. Fantom	FTM	1356.42 %
9. Theta Fuel	TFUEL	1311.19 %
10. Harmony	ONE	1279.14 %

Kryptowährung	Kürzel	Rendite 2021
1. NEM	XEM	-51.38 %
2. Revain	REV	-31.03 %
3. Bitcoin SV	BSV	-23.42 %
4. Synthetix	SNX	-18.21 %
5. Zilliqa	ZIL	-4.16 %
6. Dai	DAI	-0.29 %
7. Paxos Standard	PAX	-0.24 %
8. TerraUSD	UST	-0.19 %
9. Tether	USDT	-0.11 %
10. Internet Computer	ICP	0 %

Allianz GI: Neues Beraterportal

Die Fondsdepot Bank hat für Allianz Global Investors ein „Beraterportal“ entwickelt. Auf dieses Portal greifen die Vermittler der Allianz zu, die dort ihre Kunden wie auch die vertriebenen Fondsprodukte verwalten können. Das modern designte Portal mit seiner intuitiven Menüführung bietet den Vermittlern übersichtlichere und umfangreichere Informationen als bisher und mache so eine zeitsparende, fokussierte Vorbereitung der Vermittler auf Kundengespräche möglich. Die Fondsdepot Bank wickelt seit über 20 Jahren die Depotführung für die Allianz ab und stellt den Depotkunden von AllianzGI auch das Fondsbanking Portal zur Depotübersicht und für den Onlinehandel bereit. „Die Fondsdepot Bank betreibt ein standardisiertes Beraterportal, das der Allianz trotzdem die Möglichkeit einer individuellen Anpassung von Layout und Funktionen bietet. Zudem profitiert die AllianzGI von der stetigen Weiterentwicklung des Beraterportals durch die Fondsdepot Bank“, so Sebastian Henrichs, CEO der Fondsdepot Bank.



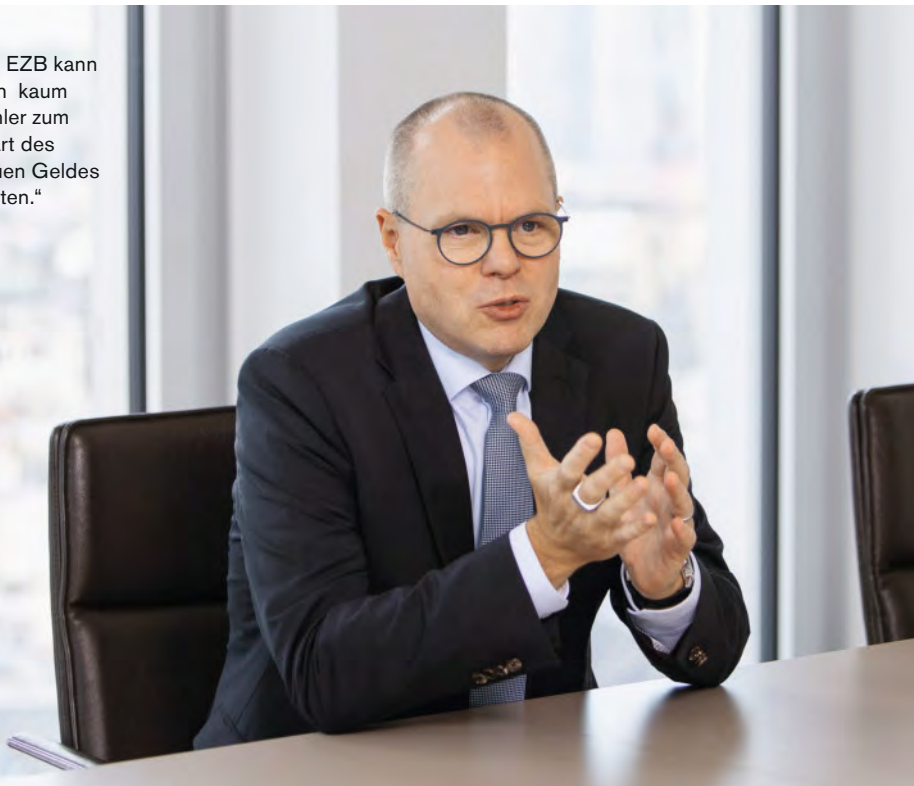
Sebastian Henrichs

EZB macht den Euro fit für die Zukunft

Ein Kommentar von Dr. Jörg Zeuner, Chefvolkswirt und Mitglied des Union Investment Committee

Der digitale Euro nimmt Gestalt an: Die Europäische Zentralbank hat heute ein Pilotprojekt für die Einführung ihrer digitalen Zentralbankwährung angekündigt. Das Projekt soll zwei Jahre laufen, erst dann wollen die Frankfurter Notenbanker endgültig über eine mögliche Einführung entscheiden. Auch wenn sie noch viele Details schuldig blieb – es wurde höchste Zeit, dass sich die EZB endlich bewegt.

Die EZB kann sich kaum Fehler zum Start des neuen Geldes leisten.“



Andere Staaten und auch Privatunternehmen haben sich schneller und konsequenter mit dem Thema Digitalwährung auseinandergesetzt. Die Vorstöße von Pionieren wie China oder Facebook – Stichwort „Libra“ – waren ein Weckruf, auch für die EZB. Die Währungshüter sehen sich vor allem von den privaten Initiativen in ihrer Kernkompetenz bedroht. Tatsächlich könnten große Geldkreisläufe abseits der Notenbanken entstehen. Werden diese unregulierten Systeme zu groß, birgt das Risiken für die Preis- und Finanzstabilität. Zentralbanken wie die EZB müssten dann erneut als Feuerwehr agieren, und letztlich träfe es auch wieder den Steuerzahler. Es ist gut, dass jetzt – wenn auch zaghaft – gehandelt wird.

Was aber kann der digitale Euro bieten – auch im Vergleich mit Bitcoin oder den boomenden elektronischen Zahlverfahren? Kryptowährung und PayPal sind zwar irgendwie auch digital, aber keine Konkurrenz für traditionelles Zentralbankgeld. Das gibt es bisher nur in Form von Münzen und Scheinen oder als Guthaben von Kreditinstituten bei der Notenbank. Zentralbank-

geld als Forderung gegen die Notenbank ist risikolos, anders als beispielsweise Girokonten. Genau das ist eine der Eigenschaften, die auch der digitale Euro haben wird – wenn er über die Pilotphase hinauskommt. Er wird das Bargeld nicht ersetzen. Aber er verbindet die Sicherheit von Bargeld mit dem Komfort und dem Innovationspotenzial digitaler Bezahlmöglichkeiten.

Die EZB geht in die Offensive und adressiert mit dem digitalen Euro gleich mehrere Baustellen: Der digitale Euro garantiert den Zugang zu sicherem Zentralbankgeld auch dann, wenn die Bargeldnutzung weiter zurückgeht. Gleichzeitig wird das Zahlungsverkehrssystem widerstandsfähiger, weil es mehr Kanäle des Bezahls gibt. Auch die Förderung von Wettbewerb und Innovation hat die EZB im Blick: Die Notenbank verfolgt keine Gewinnabsicht, ist gewissermaßen neutral und kann so einen freien Zugang zur Plattform „digitaler Euro“ garantieren.

Auf dieser Plattform können private Akteure innovative Anwendungen schaffen. Trifft der digitale Euro auf kompatible Pendanten im Ausland, könnte auch der grenzüberschreitende Zahlungsverkehr endlich günstiger und einfacher werden. Mit anderen Worten: Eine als eher verstaubt geltende Institution wie die EZB macht sich auf den Weg in die Zukunft. Doch die Zentralbank muss vorsichtig sein. Falsch umgesetzt birgt auch der digitale Euro Risiken:

Ohne Haltelimit könnten Guthaben sehr schnell von Bankkonten abgezogen und in sicheres Zentralbankgeld getauscht werden – so genannte „Bank Runs“ würden wahrscheinlicher. Das wäre fatal. Auch eine Verzinsung des digitalen Euros würde die Geschäftsbanken unter Druck setzen. Doch die EZB sollte den Kreditinstituten keine Konkurrenz machen. Das könnte die Kreditvergabe bremsen und damit Wachstum kosten.

Diese Punkte muss die EZB in den kommenden zwei Jahren im Blick behalten. Entscheidet sich die EZB 2023 für den digitalen Euro, hat sie sich rund drei Jahre für die konkrete Entwicklung und Umsetzung gegeben. Ein sehr ambitionierter Zeitplan. Vorreiter China ist 2014 gestartet und will den digitalen Yuan zu den Olympischen Spielen 2022 flächendeckend einführen. Aber: Die Zeit drängt, auch in Europa.

Die EZB kann sich kaum Fehler oder technische Probleme zum Start des neuen Geldes leisten. Es geht um Vertrauen. Entsprechend hoch dürfte die Konzentration der Frankfurter Währungshüter auf dieses Projekt sein.

SOCIAL MANIA: SIEBEN MARKETING-TIPPS FÜR START-UPS

Social-Media-Marketing ist vergleichsweise günstig. Daher eignet es sich besonders für Start-ups und junge Unternehmen. Welche Regeln sollten Sie als Start-up beachten, wenn Sie Ihre Social-Media-Strategie entwickeln?

Möchten Sie mit Ihrem Start-up Erfolg haben, dürfen Sie sich nicht allein auf das Werben in der analogen Welt verlassen. Viele Ihrer Kunden finden sich in der Online-Welt. Sie nutzen die sozialen Plattformen, um sich auszutauschen und um sich über Trends oder neue Produkte zu informieren. Auch viele Unternehmer haben das World Wide Web entdeckt, um ihre Produkte oder Dienstleistungen anzubieten.

Um Ihr Unternehmen erfolgreich zu positionieren und sich von der Konkurrenz abzuheben, sollten Sie auf die folgenden sieben Marketing-Tipps setzen, um auf sich aufmerksam zu machen:

Blieben Sie immer authentisch

Was immer Sie machen und welche Strategie Sie auch verfolgen, um die Nutzer auf sich und Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen – die oberste Regel lautet: Bleiben Sie authentisch und verstellen Sie sich nicht. Je mehr Sie Sie selbst sind und sich treu bleiben, desto mehr Vorteile können Sie auch für Ihr Unternehmen nutzen.

Denn durch Ihr authentisches Auftreten entwickeln Sie ein Selbstvertrauen, das Ihnen hilft, ein erfolgreicher Unternehmer zu sein. Sie wissen genau, welche Ziele Sie erreichen wollen und welchen Weg Sie bis dahin gehen müssen. Authentizität bedeutet aber auch, dass Sie eine bessere Beziehung zu Ihren Kunden aufbauen und es Ihnen leichter fällt, diese von Ihrem Produkt zu überzeugen und so an Ihr Unternehmen zu binden.

Definieren Sie Ihre Zielgruppe und setzen Sie sich erreichbare Ziele

Produkte lassen sich besonders erfolgreich verkaufen, wenn Sie mit Ihren Werbebotschaften die richtige Zielgruppe ansprechen. Ist diese nicht durch das Produkt selbst vorgegeben (zum Beispiel Handtaschen für Damen oder Zigarren für Herren), müssen Sie herausfinden, wer sich für den Verkauf Ihrer Produkte interessieren könnte.

Schauen Sie sich auf den verschiedenen sozialen Plattformen im Netz um und suchen Sie dort nach Ihren zukünftigen Abnehmern. Sind Sie fündig geworden, verhalten sie sich zu-

nächst als stiller Beobachter. Erkunden Sie die Interessen und geben Sie zwischendurch immer mal wieder einen Beitrag ab. Wissen Sie, worauf es den Menschen ankommt, können Sie langsam anfangen, die anderen User zu kontaktieren und Sie mit Ihren Produkten bekannt machen.

Erstellen Sie Content mit Niveau

Legen Sie eine Fanseite an, auf die Sie in Ihren Gruppen immer wieder hinweisen. Fallen Sie dabei aber nicht mit der Tür ins Haus. Sobald die User merken, dass es Ihnen nur um den Verkauf Ihrer Produkte geht, werden Sie sich schnell von Ihnen abwenden. Versuchen Sie Ihre Werbebotschaft mit einem aktuellen Ereignis zu verbinden. Findet zum Beispiel gerade ein Sportereignis statt, organisieren Sie ein kleines Tippspiel. Der Sieger bekommt eine kostenlose Probe Ihres Produkts. Sie können sich auch für einen anderen Content entscheiden. Wichtig ist, dass Sie mehr liefern, als die Vorstellung Ihres Produkts und wie teuer dies sein soll. Mit niveaувollem Content erschaffen Sie sich nach und nach eine Fanbase, die sich bestenfalls als Multiplikator erweist und andere für Sie auf Ihre Produkte aufmerksam macht.

Seien Sie immer originell

In Ihren sozialen Netzwerken müssen Sie nicht ständig von sich hören lassen. Planen Sie, Ihre Fans zum Beispiel einmal die Woche mit einem netten Text oder einer wichtigen Information zu begrüßen, der nur in versteckter Form auf Ihre Produkte hinweist. Statt Quantität ist hier Qualität gefragt. Lassen Sie besser einmal weniger von sich hören und überraschen Sie Ihre User stattdessen mit einem Beitrag, der witzig, informativ oder zum Nachdenken ist und bei den Lesern im Gedächtnis bleibt. Außerdem ist es ratsam, Ihre User zu einer Interaktion aufzufordern. Erzählen Sie von einem aktuellen Ereignis oder einer persönlichen Situation, die Sie gerade erlebt haben, und fragen Sie die User nach ihrer Meinung.

Planen Sie ein festes Budget für gezielte Marketingmaßnahmen ein

Einer der wichtigsten Aspekte beim Marketing ist die Nach-



Kemal Üres: „Ein gutes Start-up entwickelt sich mit jedem neuen Kunden zu einem erfolgreichen Unternehmen.“

fragenweite. Mehr Nachfrage erzielen Sie, wenn Sie sich zum Beispiel für eine Werbekampagne entscheiden, die Ihnen das soziale Medium anbietet. Doch sollten Sie auch hier nicht übereilt handeln. Werbekampagnen dieser Art sind insbesondere dann erfolgreich, wenn Sie Ihre Zielgruppe kennen und wenn Sie wissen, wen Sie mit Ihren Werbebotschaften ansprechen möchten. Außerdem gilt auch hier: Weniger ist mehr. Statt jede Woche denselben Werbetext zu veröffentlichen, planen Sie ein Budget, um möglichst originell auf Ihre Produkte aufmerksam zu machen.

Nutzen Sie den Wettbewerb

Nutzen Sie die sozialen Medien, um sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen. Je mehr Leute Sie finden, desto besser ist der Input und der Nutzen, den Sie für sich und Ihre Marketingaktivitäten ziehen können. Durch den Erfahrungsaustausch bekommen Sie neue Impulse für Ihre eigenen Werbestrategien. Betrachten Sie Ihre Konkurrenten nicht als feindliche Wesen, sondern versuchen Sie aus deren Fehlern zu lernen und zeigen Sie sich selbst auch kommunikativ und hilfsbereit.

Bleiben Sie bei Kritik ruhig

Kritik wird sich nicht vermeiden lassen. Denn dass Sie ein Produkt herstellen, was nur Freunde findet, ist relativ unwahrscheinlich. Auch Neider gönnen Ihnen Ihren Erfolg nicht. Wichtig ist es, dass Sie sich nicht persönlich angegriffen fühlen und weiter strikt Ihre Strategie verfolgen. Halten Sie sich immer vor Augen, dass Sie schon genügend Leute von sich überzeugt haben. Bestenfalls schaffen Sie dem Kritiker auf charmantem Weg den Wind aus den Segeln zu nehmen.

Fazit

Ein gutes Start-up entwickelt sich mit jedem neuen Kunden zu einem erfolgreichen Unternehmen. Gleichzeitig müssen Sie es schaffen, Ihre bereits gewonnenen Kunden zu behalten.

Auch Sie können sich erfolgreich mit Ihrer Geschäftsidee am Markt etablieren. Bedenken Sie, dass Erfolg immer von innen nach außen passiert und Sie mit originellen und innovativen Marketingaktionen Ihrem großen Ziel immer ein Stück näherkommen.

Autor Kemal Üres ist Gründer der Gastronomie-Kette Daily You – Eat powerful, Gesellschafter bei Eisberg-Seminare GmbH Hamburg und im Bereich Persönlichkeitsentwicklung und Mentaltrainings tätig.

WELCHEN DATENSCHUTZ FINANZBERATER (WIRKLICH) BRAUCHEN

Als 2018 die DSGVO eingeführt wurde, empfanden viele Unternehmer Datenschutz als lästige Pflicht. In Wahrheit ist es jedoch bitter nötig, dass gesetzliche Vorgaben die Privatsphäre jedes Einzelnen schützen. Nur wenn Finanzberater wissen, welche Prinzipien wirklich relevant sind und wie sie das Thema im Alltag umsetzen können, bleiben sie wettbewerbsfähig.

Finanzdienstleister, Berater, Makler und Vermittler unterstützen ihre Kunden nicht nur bei der Altersvorsorge, Vermögensverwaltung oder in Versicherungsfragen, sondern auch bei ihrer ganzheitlichen Finanzplanung. Mit dem Blick durch die Datenschutz-Brille bedeutet das Folgendes: Damit Finanzprofis ihre Kernleistung anbieten und Kunden hochwertig und individuell beraten können, müssen sie immer Name, Adresse, Alter, Kontodaten evtl. auch Gesundheitsbild, Kfz-Kennzeichen oder weitere persönliche Informationen abfragen, sortieren, gruppieren, speichern, weiterleiten und in Einzelfällen auch einer automatisierten Entscheidungsfindung unterwerfen. In der Datenschutzwelt heißt das zusammengefasst: personenbezogene Daten verarbeiten. Bei dieser Verarbeitung muss jeder Berater, Anbieter, Unternehmer zu jeder Zeit die Vorgaben der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) beachten. Sobald ein Finanzberater mit Kundendaten arbeitet, gelten für ihn daher folgende Grundsätze.

Das kleine Datenschutz-ABC für Finanzberater

1. Rechtmäßigkeit

Um Daten aufzunehmen, zu nutzen und zu speichern, benötigen Finanzberater eine Rechtsgrundlage. Grundsätzlich ist die Verarbeitung personenbezogener Daten nämlich verboten. Es sei denn, die DSGVO erlaubt dies ausdrücklich. Im Falle einer Kundenberatung zählt vor allem ein Beratungsvertrag, in Einzelfällen auch die Einwilligung oder ein begründetes Interesse.

2. Transparenz

Zudem müssen Berater die Verarbeitung personenbezogener Daten so organisieren, dass es für den Betroffenen nachvollziehbar bleibt. Ein Anbieter darf seine Kunden nicht „hinter das Licht führen“, z.B. eine Einwilligung einfordern und, falls diese nicht kommt, sich auf einen bestehenden Vertrag beziehen.

3. Zweckbindung

Kunden müssen darauf vertrauen können, dass der Finanzpro-

fi ihre Daten nur für die Zwecke verarbeitet, die er z.B. im Beratungsvertrag eindeutig und legitim festgelegt hat. Eine Änderung ist nur in ganz wenigen Ausnahmefällen erlaubt und muss dem Betroffenen sofort mitgeteilt werden.

4. Datenminimierung

Finanzanbieter und -vermittler dürfen nur die Daten verarbeiten, die für die Beratungsleistung tatsächlich notwendig sind. Erheben Sie also keine Bewertung einer Altersvorsorge, wenn der Kunde gar keine Altersvorsorgeberatung möchte.

5. Richtigkeit

Nur „sachlich richtige“ Daten dürfen verarbeitet werden. Personenbezogene Angaben müssen daher immer auf dem neusten Stand sein. Berater sollten regelmäßig abfragen, ob ein gespeicherter Datensatz noch korrekt und der Zweck der Datenverarbeitung gegeben ist. Im Bedarfsfall löschen oder korrigieren Sie die Informationen. Wer auf Nummer sicher gehen will, fragt seine Bestandskunden einmal jährlich, ob der gespeicherte Datensatz noch stimmt.

6. Speicherbegrenzung

Personenbezogene Daten müssen so abgespeichert sein, dass sie nach Wegfall des Zwecks gelöscht oder anonymisiert werden können. Die Daten selbst müssen sicher gespeichert werden.

7. Integrität und Vertraulichkeit

Finanzdienstleister haben die Aufgabe, die Sicherheit der Daten durch geeignete technische und organisatorische Maßnahmen zu gewährleisten. Die DSGVO nennt dabei konkret: „angemessene Sicherheit“ sowie Schutz vor unbefugter oder unrechtmäßiger Verarbeitung, vor unbeabsichtigtem Verlust, vor unbeabsichtigter Zerstörung und Schädigung.

Datenschutz im Tagesgeschäft

Wenn Sie Inhaber oder Geschäftsführer sind, müssen Sie als Verantwortlicher diese Vorgaben nicht nur umsetzen, sondern deren Einhaltung auch belegen können. Diese Rechenschaftspflicht ist vielen nicht bewusst. Doch der Chef muss durch geeignete Prozesse und Dokumentationen nachweisen,

dass er diese Grundprinzipien einhält. Dabei lässt sich die Unternehmensleitung am besten von einem Datenschutzbeauftragten unterstützen.

Im Alltag des Finanzberaters machen sich diese Prinzipien an folgenden Stellen bemerkbar: Er hält sich an Richtlinien, bekommt Durchführungshinweise, arbeitet mit Vertraulichkeitserklärungen und Datenschutzunterweisungen. Der Kunde profitiert so von einer geschützten Umgebung. Nehmen Unternehmen und Berater das Thema ernst, genießen Klienten drei Vorteile: mehr Transparenz, was mit den eigenen Daten passiert; weniger(!) datenschutzrechtliche Einwilligungen und mehr Sicherheit für die gespeicherten personenbezogenen Daten.

Richtig umgesetzt

Die Spreu vom Weizen beim Thema Datenschutz trennt sich mit den Stichworten: „richtig umgesetzt“. Da hapert es in der Praxis leider oft. Das soll nicht heißen, dass Datenschutz in der Finanzberatung keine Rolle spielt. Vielmehr setzen Unerfahrene sehr oft irgendetwas um, ohne dass weder die Geschäftsleitung noch die Berater selbst wissen, warum überhaupt. Man hat eventuell gesehen, dass der Kollege so verfährt, in einem Tagesseminar etwas aufgeschnappt oder vom Berufsverband wenig „Hilfreiche Tipps zur Umsetzung des DSGVO“ erhalten. Oft fehlen bei der Umsetzung auch zwei Zutaten: gesunder Menschenverstand und genaues Wissen, was die DSGVO überhaupt in der praktischen Umsetzung verlangt ... und was nicht.

Dass die Unternehmensleitung die Voraussetzung für den Umgang mit personenbezogenen Daten schafft, liegt natürlich gänzlich in deren Verantwortungsbereich. Darum müssen sich angestellte Berater, Mitarbeiter oder Außendienstler nicht kümmern. Wer von seinem Chef aber überhaupt keine Vorgaben, Richtlinien o.ä. erhält, kann natürlich vorsichtig anknöpfen, wie es intern eigentlich mit der Umsetzung der DSGVO aussieht. Das gilt übrigens auch, wenn die Vorgaben völlig an der Arbeitsrealität vorbeigehen. Eine optimierte Datenschutz-Umsetzung kann den Arbeitsalltag spürbar erleichtern.

Tipps für den Umgang im Alltag

Gehen wir davon aus, dass die Geschäftsleitung ihre Mitarbeiter korrekt unterwiesen, auf Vertraulichkeit verpflichtet und ihnen entsprechende Hard- und Software zur Verfügung gestellt hat. In diesem Falle helfen dem Finanzberater folgende Tipps im Alltag, um datensicher unterwegs zu sein:

- Verwenden Sie ausschließlich autorisierte Hardware, keine sonstigen Geräte (z.B. das private Smartphone, ohne vorherige Freigabe durch die Geschäftsführung und die IT)
- Nutzen Sie für die elektronische Datenerfassung nur betriebliche Software. Bei schriftlicher Datenerfassung bewahren Sie die Dokumente gemäß Unternehmensvorgaben auf. Dies gilt besonders beim mobilen Arbeiten.
- Zweckbindung und Vertraulichkeit gilt immer und bei je-

dem Kunden. Auch kuriose Begebenheiten sind kein Thema für die private Stammtischrunde. Ebenso darf nie die gespeicherte Mobilnummer von Kunden zu privaten Zwecken genutzt werden.

- Daten, die Sie nicht für Ihren Beratungsauftrag brauchen, erheben Sie nicht.
- Zusätzlich zu den technischen Maßnahmen zur IT-Sicherheit, die durch die IT umgesetzt wird (VPN-Verbindungen, Virenschutz, Firewall, Blickschutzfolien etc.), schützen Sie alle Daten auf Ihren Systemen auch durch eigenes Verhalten. Hier gilt folgendes Credo: Gehen Sie mit den Kundendaten so um, wie Sie wollen, das andere mit Ihren Daten umgehen.
- Bleiben Sie beim Thema up to date. Informieren Sie sich regelmäßig über die technische Entwicklung, Cyberangriffe, Phishing-E-Mails oder neue Regularien.

Auf einen Blick

Datenschutz in der Finanzberatung unterteilt sich in zwei Bereiche: in Managementaufgaben für den Chef und in den aktiven Datenschutz, den Mitarbeiter in ihrer täglichen Arbeit berücksichtigen und somit einen wichtigen Baustein legen, damit das Gesamtunternehmen DSGVO-konform arbeitet. Das bedeutet, die Vorgaben der Unternehmensleitung gewissenhaft umzusetzen und dabei den gesunden Menschenverstand nicht über Bord zu werfen.



Als digitaler Aufklärer kennt Achim Barth sie alle – die Gefahren der Daten-spinne, die Tricks der Datenräuber, aber auch zuverlässige Wege, wie jeder seine Privatsphäre im Netz schützen kann. Zielgerichtet, sachkundig und immer up to date begleitet der mehrfach zertifizierte Datenschutzbeauftragte Privatleute und Unternehmen in die IT-Sicherheit. In Workshops, Seminaren und Vorträgen begeistert Barth mit praktikablen Lösungen. Risikomanagement ist sein Steckenpferd. Kontakt: www.barth-datenschutz.de

NICHT GANZ ZU ENDE GEDACHT

Anfang Juli sind umfassende Änderungen im Grunderwerbsteuergesetz in Kraft getreten. Ziel der Änderungen ist es offenbar, zukünftig Share Deals zu verhindern.

Am 12. Mai wurde das Gesetz zur Änderung des Grunderwerbsteuergesetzes beschlossen. Dieses ist nun am 1. Juli in Kraft getreten und enthält unter anderem Maßnahmen gegen so genannte Share Deals. Mittels dieser Share Deals war es in der nunmehr alten Gesetzesfassung beispielsweise bei grundbesitzenden Kapitalgesellschaften möglich, 100 Prozent der Anteile an der Kapitalgesellschaft auf zwei Erwerber zu übertragen, ohne dass Grunderwerbsteuer anfiel. Möglich war dieses, wenn 94,9 Prozent der Anteile auf einen Erwerber und 5,1 Prozent der Anteile auf einen anderen Erwerber übertragen wurden. Der Gesetzgeber ging davon aus, dass erst eine Übertragung von mindestens 95 Prozent der Anteile an der Kapitalgesellschaft auf einen Erwerber einer Übertragung eines im Vermögen der Kapitalgesellschaft gehaltenen Grundstücks gleichsteht.

Mit dem Gesetz wurde nun ein Ergänzungstatbestand eingeführt, der an den Gesellschafterbestand von grundbesitzenden Kapitalgesellschaften anknüpft. Vergleichbar mit den bereits bestehenden Regelungen zu Personengesellschaften greift dieser ein, wenn sich innerhalb von zehn Jahren der Gesellschafterbestand einer grundbesitzenden Kapitalgesellschaft dergestalt ändert, dass mindestens 90 Prozent der Anteile auf neue Gesellschafter übergehen.

Die neue Regelung erfasst neben unmittelbaren auch mittelbare Änderungen des Gesellschafterbestands und ist gegenüber weiteren, im Grunderwerbsteuergesetz verankerten Ergänzungstatbeständen, vorrangig. Damit ist es künftig grundsätzlich nicht mehr möglich, im Rahmen einer Transaktion 100 Prozent der Anteile (aufgeteilt auf zwei Erwerber) zu übertragen. Lediglich eine Übertragung von 89,9 Prozent unter Zurückbehaltung der restlichen 10,1 Prozent der Anteile durch den Veräußerer würde einen Anfall von Grunderwerbsteuer grundsätzlich noch verhindern.

Anders als bei den ähnlichen Regelungen zu grundstücksbesitzenden Personengesellschaften sind sogenannte personenbezogene Steuerbefreiungen nicht anzuwenden. Dies führt unter anderem dazu, dass bei Kapitalgesellschaften selbst nach Ablauf der Zehn-Jahres-Frist die volle Grunderwerbsteuer ausgelöst wird, wenn die restlichen 10,1 Prozent übertragen werden. Es dürfte absehbar sein, dass – vorausgesetzt man würde auf Sicht von zehn Jahren eine Struktur eingehen wollen – in Zukunft eher auf Personengesellschaften zugegriffen wird, um eben die Möglichkeiten der Steuerbefreiung der restlichen 10,1 Prozent in Anspruch nehmen zu können.

Mit eingeführt wurde auch eine sogenannte Börsenklausel. Danach gilt die Neuregelung nicht für Kapitalgesellschaften, deren Anteile an einem organisierten Markt im Rahmen der EU/ des EWR (Europäische Wirtschaftsraum= oder an einem Drittlandhandelsplatz, der von der EU-Kommission als gleichwertig

erklärt wurde, zugelassen sind, soweit der Anteilsübergang auf Grund eines Geschäfts an diesem Markt oder Drittlandhandelsplatz erfolgt.

Auch die Regelungen zu grundbesitzenden Personengesellschaften wurden in diesem Zusammenhang angepasst. So wurden die Schwellenwerte für die Anteilsübertragung von 95 Prozent auf 90 Prozent abgesenkt und flankierend hierzu der sogenannte Betrachtungszeitraum von fünf auf zehn Jahre verlängert.

Zur Begründung des Gesetzesentwurfs wurde unter anderem ausgeführt, dass es nicht weiter hinnehmbar sei, dass die durch Gestaltungen herbeigeführten Steuerausfälle von denjenigen finanziert werden, denen solche Gestaltungen nicht möglich sind. Ziel sei die Missbrauchsverhinderung durch verschiedene Einzelmaßnahmen sowie die Gleichheit der Besteuerung.

Mit der Aussage – denen solche Gestaltungen nicht möglich sind – dürften wohl vor allem die Privathaushalte gemeint sein, die überwiegend, wenn überhaupt, einmal in ihrem Leben eine Immobilie erwerben. Soweit hierdurch eine Gleichheit der Besteuerung erreicht werden soll, wurde offensichtlich nicht bedacht, dass die unterschiedliche Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften auf der einen Seite und Privatpersonen auf der anderen Seite dem deutschen Besteuerungssystem immanent ist. Auf eine Missbrauchsverhinderung abzustellen, erscheint in diesem Zusammenhang jedenfalls eine doch recht forsche Begründung zu sein, bestanden die Altregelungen doch seit bereits rund 20 Jahren und gehören Share Deals auch im internationalen Wettbewerb zum absoluten Standard.

Nicht weniger interessant liest sich auch die dann nachfolgende Passage der Entwurfsbegründung, wonach die Übertragung von 90 Prozent der Anteile im wirtschaftlichen Ergebnis der Übertragung des gesamten Grundstücks gleichkommt. Dies rechtfertige unter Berücksichtigung anderer steuerlicher Nichtbeanstandungs- oder Vernachlässigbarkeitsgrenzen in Höhe von 10 Prozent die Erhebung der Grunderwerbsteuer für den Erwerb des ganzen Grundstücks. Stand doch in der Vergangenheit die Übertragung von 95 Prozent der Anteile einer wirtschaftlichen Übertragung eines Grundstückes gleich, sind es nun nur noch 90 Prozent. Es stellt sich an dieser Stelle schon die Frage, wann der Gesetzgeber zukünftig wieder einen Spagat zwischen der Ökonomie und der einfachen Mathematik machen wird und an welcher Stelle er die Grenze der „Nichtbeanstandungs- und Vernachlässigbarkeitsgrenzen“ dann ziehen wird.

Nicht zuletzt wird auch immer tiefer und bewusst in die Privatautonomie eingegriffen und als Begründung die Steuerumgehung ins Feld geführt, deren Preis die Einschränkung der Handlungsfreiheit im gesellschaftsorganisatorischen Bereich sei. Das dies auch wirtschaftliche Folgen haben kann, wird offensichtlich hingenommen. Deutschland wird im Vergleich zu den anderen europäischen Ländern als Investitionsstandort hierdurch



Auch im Bereich der Projektentwicklungen wurden Share-Deal-Transaktionen in der Vergangenheit genutzt.

sicherlich nicht attraktiver werden. Werden beispielsweise in Österreich auf Share-Deal-Transaktionen nur 0,5 Prozent Grunderwerbsteuer erhoben, sind es in Deutschland bei Nichtbeachtung des neuen Regelwerkes in der Spitze derzeit 6,5 Prozent.

Im Bereich der Projektentwicklung beispielsweise, die Share-Deal-Transaktionen in der Vergangenheit genutzt haben, kann sich dies auch negativ auf das Bemühen auswirken, mehr Wohnraum zu schaffen und die Kosten zu senken. Investoren werden sich aufgrund der gegebenenfalls zusätzlichen wirtschaftlichen Belastung oder aufgrund einer gegebenenfalls notwendigen Kapitalbindung vielleicht gegen die Umsetzung eines Projektes entscheiden oder sie geben eine gegebenenfalls zusätzlich entstehende Belastung im Rahmen der Preisgestaltung einfach weiter. Betroffen wären dann diejenigen, die eine Immobilie erwerben wollen. Sind dies dann Privathaushalte, würde eine Zielrichtung des Gesetzgebers wohl verfehlt.

Letztlich führen die Maßnahmen auch zu weiteren Verwaltungsaufwand, sowohl bei den Unternehmen, als auch bei der Finanzverwaltung. Wie der neue Ergänzungstatbestand für Kapitalgesellschaften insbesondere bei komplexen Beteiligungsstrukturen nachgehalten werden soll, ist derzeit wohl eher noch unklar.

Die eingeführte Börsenklausel erscheint gleichfalls nicht geeignet, zur Klärung beizutragen, sondern ist eher lückenhaft,

da beispielsweise mittelbare Anteilsübertragungen und andere relevanten Börsenplätze (zum Beispiel Schweiz oder London) von dem Anwendungsbereich nicht erfasst sind und auch nicht alle finanzmarktrelevanten Maßnahmen, wie zum Beispiel Kapitalerhöhungen oder Aktienrückkäufe, berücksichtigt werden. Als Konsequenz daraus werden zum Beispiel in der Schweiz oder Großbritannien notierte Anlagevehikel während der Haltedauer von deutschen Immobilien zukünftig regelmäßig mit potenziellen Grunderwerbsteuern konfrontiert. Eine gewisse diskriminierende Wirkung kann dem nicht abgesprochen werden.

Insgesamt erscheinen die Regelungen nicht ganz zu Ende gedacht und mit der Vermeidung von Steuerumgehungen hat dies wohl eher weniger zu tun. Aber vielleicht wird der Asset-Deal nun noch mehr an Bedeutung gewinnen. Und der deutsche Fiskus wird sich voraussichtlich, wieder einmal, über Steuermehreinnahmen freuen können – Ziel erreicht. Schließlich muss man ja auch die deutsche Spitzenposition in der Steuer- und Abgabenlast behaupten.

Autor Rechtsanwalt John Büttner berät in der Kanzlei FPS zu allen Fragen des nationalen und internationalen Wirtschaftssteuerrechts, einschließlich des Steuerstrafrechts und des Steuerstreitverfahrens.

MEHR SICHERHEIT BEI IMMOBILIENDEALS

Vormerkungen in Immobilienkaufverträgen können auch für künftige Ansprüche insolvenzfest sein. Das hat der Bundesgerichtshof entschieden und damit die Position von professionellen Immobilienkäufern gestärkt.

Es vergehen oft Monate oder Jahre, bis eine Immobilien- oder eine Grundstücksübergabe vollständig abgewickelt ist – ein langer Zeitraum, in dem viel passieren kann. Das wird besonders deutlich, wenn wir uns bewusst machen, dass seit Beginn der Corona-Pandemie erst rund anderthalb Jahre vergangen sind. In diesem vergleichsweise kurzen Zeitraum hat sich gleichwohl zum Beispiel der Markt für Büroimmobilien durch das vermehrte Arbeiten von zu Hause aus grundlegend gewandelt. Corona hat den rasanten Boom des Büroimmobilienmarkts ausgebremst, der sich in den vergangenen zehn Jahren gerade in den großen deutschen Städten gezeigt hatte. Aber auch am Markt für Einzelhandelsimmobilien ist die Pandemie nicht spurlos vorübergegangen.

Fakt ist: Gegen die wirtschaftlichen Auswirkungen der Pandemie können sich Immobilienkäufer nur bedingt absichern. Allerdings gibt es auch positive Nachrichten wie das Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH) von Ende März zur Insolvenzfähigkeit von Vormerkungen (Urteil vom 25. März 2021 – IX ZR 70/20). Die Karlsruher Richter haben entschieden, dass Vormerkungen in Immobilienkaufverträgen auch für künftige Ansprüche insolvenzfest sein können. Dies ist gerade für professionelle Immobilienkäufer von großer Bedeutung, da die Vormerkung bei der Übergabe einer Immobilie oder eines Grundstücks eine maßgebliche Rolle spielt.

Zu ihrem Schutz lassen sich Käufer von Immobilien häufig eine Vormerkung im Grundbuch eintragen

In der Regel geht es bei Immobiliendeals um hohe Summen. Da versteht es sich von selbst, dass die Parteien besonderen Wert auf die Absicherung legen. Zu ihrem Schutz lassen sich Immobilienkäufer häufig eine Vormerkung im Grundbuch eintragen. Der Käufer ist dann davor geschützt, daß der Verkäufer die Immobilie oder das Grundstück an einen anderen (Dritten) als den Käufer weiterveräußert oder eine andere dingliche Rechtsänderung vornimmt. Weiterer Vorteil: Der

Käufer kann die Immobilie oder das Grundstück auch dann erwerben, wenn der Verkäufer zwischenzeitlich insolvent werden sollte.

In einem solchen Fall können die Geschäfte des insolventen Verkäufers – und damit auch der Immobilien- oder Grundstücksverkauf sowie die Bestellung der Vormerkung – mitunter anfechtbar sein. Für den Käufer bedeutet das, dass er nicht nur ohne Immobilie oder Grundstück dasteht, sondern zudem vergebens Aufwand, Zeit und Geld investiert hat. Besonders bei großen Immobilien- oder Grundstückdeals ist das ein nicht zu unterschätzender Betrag und Faktor.

Der Fall, der im Zusammenhang mit der Insolvenzsicherheit der Vormerkung verhandelt wurde, war durchaus komplex

Doch zurück zur Vormerkung: Die Kaufpreisfälligkeit ist wiederum regelmäßig von der Eintragung der Vormerkung abhängig, da der Eigentumserwerb durch den Käufer erst mit der Eintragung der Vormerkung endgültig gesichert ist. Durch die Entscheidung des BGH hat sich die Situation für den Vormerkungsberechtigten verbessert, der bislang nur eine Erwerbchance, aber keinen vollständigen Kaufvertrag hat – im konkreten Fall vor dem BGH sogar entscheidend.

Der Fall, der im Zusammenhang mit der Insolvenzsicherheit der Vormerkung vor dem BGH verhandelt wurde, war durchaus komplex. Zwar ging es hier nicht um eine Insolvenz, die anfechtungsrechtliche Situation wäre aber im Falle der Insolvenz bei Anwendung der insolvenzrechtlichen Anfechtungsvorschriften die gleiche. Beteiligt waren die Eltern eines Schuldners und dessen Gläubiger. Die Eltern klagten gegen die Gläubiger ihres Sohnes.

Der gegenüber seinen Gläubigern verschuldete Sohn hatte seinen Eltern im November 2012 ein unbefristetes und unwiderrufliches Kaufvertragsangebot über sein Hausgrundstück unterbreitet. In das Grundbuch wurde eine Auflassungsvormerkung eingetragen, um den Anspruch der Eltern auf Übergabe des Grundstücks zu sichern. Auch wenn nach den Fest-



Peter de Bra: „Das Urteil des BGH ist gerade für professionelle Immobilienkäufer von großer Bedeutung.“

stellungen des Berufungsgerichts dessen Wert deutlich höher liegt als die Grundpfandrechte, die auf dem Grundstück lasteten, haben die Eltern als Kaufpreis lediglich diese Grundpfandrechte übernommen.

Unternehmen haben auf Basis der Rechtsprechung des BGH im Falle der Insolvenz des Schuldners mehr Sicherheit

Nun gingen fast zwei Jahre ins Land. Im Oktober 2014 erlangten die Gläubiger des Sohnes gegen diesen ein rechtskräftiges Zahlungsurteil über rund 230.000 Euro. Wiederum zwei Monate später, im Dezember 2014, nahmen die Eltern dann das Kaufvertragsangebot ihres Sohnes für sein Hausgrundstück an. Sie wurden im Oktober 2015 als Eigentümer eingetragen. Zwischenzeitlich – im April 2015 – war allerdings zugunsten der Gläubiger des Sohnes bereits eine Zwangssicherungshypothek auf dem Hausgrundstück des Sohnes eingetragen worden.

Die Eltern haben nunmehr aufgrund der zu ihren Gunsten eingetragenen Vormerkung gegen die Gläubiger ihres Sohnes auf Löschung der Zwangssicherungshypothek geklagt. Die Gläubiger des Sohnes fochten daraufhin widerklagend die

Auflassungsvormerkung sowie die Auflassung nach den Bestimmungen des Anfechtungsgesetzes an. Das Berufungsgericht hat die Klage abgewiesen und der Widerklage der Gläubiger im Wesentlichen stattgegeben. Die Revision vor dem BGH führte allerdings zur Zurückverweisung der Sache an das Berufungsgericht, das nun unter Berücksichtigung der Entscheidung der Karlsruher Richter neu verhandeln muss.

Keine Schenkungsanfechtung

Juristisch betrachtet sind bei der Entscheidung des (BGH im Zusammenhang mit der Insolvenzsicherheit einer Vormerkung zwei Punkte von Bedeutung:

- Der Zeitraum zwischen der Geltendmachung der Anfechtung und der Sicherung eines künftigen, unentgeltlichen Anspruchs – im Fall vor dem BGH die Auflassungsvormerkung zugunsten der Eltern. Maßgeblich ist hierbei Paragraph 8 des Anfechtungsgesetzes (AnfG). Kurz zusammengefasst: Eine Schenkungsanfechtung ist laut BGH nicht möglich, da die Anfechtung erst im Juni 2018 und damit mehr als vier Jahre (Vier-Jahres-Frist) nach dem maßgeblichen Zeitpunkt erfolgt ist. Maßgeblich sei nicht der Zeitpunkt der Auflassung (Oktober 2015), sondern der Zeitpunkt der Vormerkung im November 2012. Daher sei die erst im Juni 2018 eingereichte Widerklage der Gläubiger, durch die die Anfechtung erfolgte, zu spät.
- Es verbleibt die Möglichkeit einer Vorsatzanfechtung. Grundlage ist hier Paragraph 3 I des AnfG. Kurz dargestellt: Bei der Vormerkung handelt es sich zwar um die Gewährung einer Sicherung im Sinne von Paragraph 3 II AnfG, die nur innerhalb der Vier-Jahres-Frist des Paragraphen 3 II AnfG angefochten werden kann. Gleichwohl sei im konkreten Falle eine Anfechtung innerhalb der Zehn-Jahres-Frist des Paragraphen 3 I AnfG nicht ausgeschlossen. Zur Klärung der Voraussetzungen einer Vorsatzanfechtung verwies der Bundesgerichtshof den Fall zurück an das Berufungsgericht.

Im konkreten Fall ist für die Gläubiger damit zwar noch nicht alles verloren, jedoch sind die Voraussetzungen für eine Vorsatzanfechtung deutlich schwieriger nachzuweisen, als die Voraussetzungen der Schenkungsanfechtung. Insoweit sollte ein Gläubiger – der ohnehin eine Vermögensverschiebung befürchtet – aufmerksam sein und eine Anfechtung nach Möglichkeit immer innerhalb der Vier-Jahres-Frist des Paragraphen 4 AnfG geltend machen.

Unternehmen, die regelmäßig Immobilien oder Grundstücke kaufen und/oder verkaufen, haben auf Basis der Rechtsprechung des BGH im Falle der Insolvenz des Schuldners mehr Sicherheit bei ihren Deals – insbesondere im Hinblick auf die Verfügungsbeschränkungen des Schuldners, die durch die Insolvenzeröffnung eintreten beziehungsweise mögliche Insolvenzanfechtungsansprüche hinsichtlich von Verfügungen, die im Vorfeld der Insolvenz vorgenommen wurden.

Dabei muss es sich nicht unbedingt um eine Schenkungsanfechtung (siehe Kasten) handeln. Die Sicherheit gilt auch dann, wenn die Käufer ihrerseits zum Kauf noch nicht verpflichtet sind, sondern ihnen nur eine Option zum Erwerb zusteht – also lediglich eine Vormerkung eingetragen, aber der eigentliche Kaufvertrag noch gar nicht zustande gekommen ist.

Autor Dr. Peter de Bra ist Rechtsanwalt bei Schultze & Braun. Eines seiner Spezialgebiete ist die Insolvenzanfechtung.

CASH. 10/2021 ERSCHEINT AM 16. SEPTEMBER



Dr. Sebastian Grabmaier, JDC Group, über die Pläne mit der neuen Beteiligung.

TITELTHEMA

JDC kauft Morgen & Morgen: Die Hintergründe, die Pläne

Der Münchener Maklerpool Jung, DMS & Cie. hat unlängst das Hofheimer Analysehaus Morgen & Morgen erworben. Cash. lädt die Führung beider Häuser zum Interview, um mehr über die Motivation des Deals und die künftige Strategie zu erfahren.

VERSICHERUNGEN

Berufsunfähigkeit – Geschäft mit reichlich Potenzial

Die Berufsunfähigkeit (BU) bleibt nach Untersuchungen der Deutschen Aktuarvereinigung (DAV) für Deutsche eine der größten finanziellen und zugleich am stärksten unterschätzten Gefahren. Danach wird bis Rentenbeginn jeder Vierte mindestens einmal in seinem Arbeitsleben berufsunfähig. Ohne eine entsprechende Absicherung sind das für die meisten kaum zu kompensierende Einschnitte im Haushaltseinkommen und für Alleinverdiener oder Singles kann das sogar den Ruin bedeuten. Dennoch stehen rund 45 Millionen Erwerbstätigen in Deutschland lediglich 17 Millionen BU-Verträge gegenüber. Wie sich der Vertrieb ankurbeln lässt und welche Produktinnovationen auf dem Markt sind.

INVESTMENTFONDS

ETFs – gesunder Anlagetrend oder gefährlicher Hype?

ETFs boomen. Kein Wunder, seit dem coronabedingten Absturz im vergangenen Jahr ging und geht es steil bergauf an den Kapitalmärkten. Im ersten Halbjahr 2021 sammelten die börsengehandelten Fonds, die zumeist auf Indizes oder Themen setzen weltweit fast 600 Milliarden Euro ein – annähernd 90 Prozent der Zuflüsse des gesamten Anlagejahres 2020. Damit führen ETF die Bestsellerlisten an. Doch was macht den Charme der Fondskategorie aus, geht der Hype weiter und was ist von lauter werdender Kritik zu halten, ETF würden zunehmend zum Problem-Produkt?

SACHWERTANLAGEN/IMMOBILIEN

Breite Auswahl oder Konsolidierung?

Die Auswahl von Sachwertanlagen für Privatanleger war vor zwölf Monaten durchaus groß. Mittlerweile beeinflussen neue Regeln und Corona den Markt. Wie sich das auf das Angebot und die Strategien der Asset Manager auswirkt.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER: Josef Depenbrock

CHEFREDAKTEUR: Frank O. Milewski

ARTDIRECTOR: Ingrid Scholz

REDAKTION:

Kim Brodtmann, Jörg Droste

VERANTWORTLICH FÜR SACHWERTANLAGEN:

Stefan Löwer

AUTOREN DIESER AUSGABE:

Gilbert Baldia, Janina Bartkewitz, Nicholas Bratt, John Büttner, Dr. Peter de Bra, Laura Destribats, Christian Euler, Silvia Fischer, Andreas Flossdorf, Robert Halver, Marcel Heinz, Svilen Katzarski, Thomas Meyer zu Drewer, Hanno Pingsmann, Christian Polz, Marcus Renziehausen, Daniel Schmalley, Kemal Üres, Keith Vine, Dr. Thomas Zwack

LAYOUT: Gaby Krabbe (FM)

LEKTORAT:

Dr. Gabriele Raudszus

VERTRIEB:

Karena Milewski

MEDIA SALES PRINT+DIGITAL:

Andreas Rullmann

Tel.: +49 (0)69/348 683-701

Mobil: +49 (0)176/460 83 110

Fax: +49 (0)69/348 683 - 702

E-Mail: rullmann@cash-online.de

Sabine Kulenkampff

Tel.: +49 (0)40/51 444-225

E-Mail: kulenkampff@cash-online.de

GESCHÄFTSFÜHRER:

Gerhard Langstein

ANSCHRIFT REDAKTION UND VERLAG:

Cash.Print GmbH

Friedensallee 25

22765 Hamburg

Tel.: +49 (0)40/51444-0

Fax: +49 (0)40/51444-120

E-Mail: info@cash-online.de

Internet: www.cash-online.de

EIN UNTERNEHMEN DER CASH. MEDIEN AG

VORSTAND:

Gerhard Langstein

LESERSERVICE:

Tel.: +49 (0)40/51444-347

Fax: +49 (0)40/51444-125

E-Mail: leserservice@cash-online.de

ABOSERVICE UND VERTRIEB ZEITSCHRIFTENHANDEL:

PressUp GmbH

Postfach 70 13 11

22013 Hamburg

Tel.: +49 (0)40/38 6666-337

Fax: +49 (0)40/38 6666-299

E-Mail: cash@pressup.de



VORSTUFE UND DRUCK:

Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG, Kassel

VERKAUFSPREIS: Einzelheft 6,00 Euro,

Jahresabonnement 61,20 Euro für zwölf Ausgaben, inkl.

Versandkosten, inkl. MwSt. (Inland).

Europäisches Ausland: 68,40 Euro

Für Mitglieder der angeführten Verbände ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten: AfW e.V., BFP e.V., BMVF e.V., DFP e.V., FD e.V., Votum e.V.

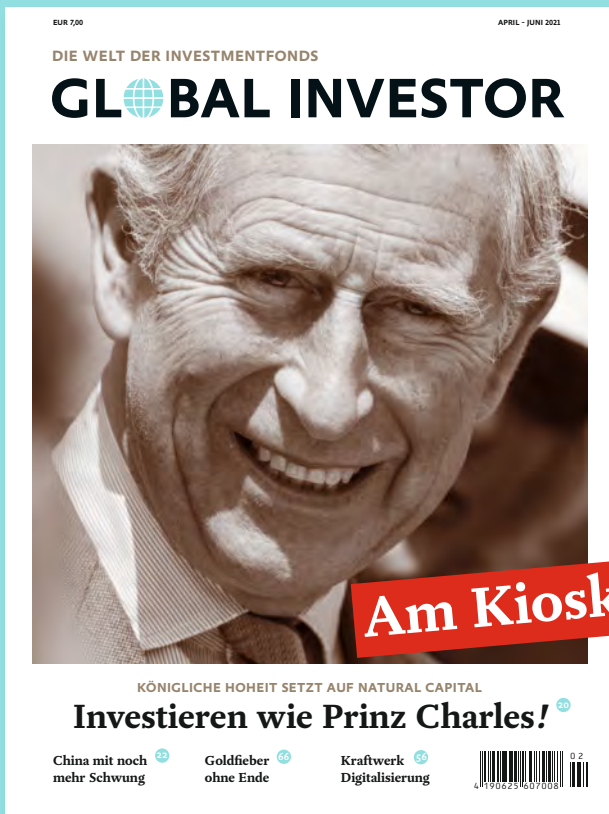
Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des Autors und nicht unbedingt die der Redaktion wieder.

© 2020. Für alle Beiträge und Tabellen bei Cash. sind sämtliche Rechte vorbehalten: Nachdruck, Übernahme in elektronischen Medien oder auf Internetseiten auch auszugsweise nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

HINWEIS: Zur Erstellung der Artikel, Interviews, Grafiken und Tabellen zieht die Redaktion Quellen und Informationen heran, die sie für vertrauenswürdig hält. Für die Richtigkeit der Angaben, die zudem bis zum Erscheinen des Hefes einer Dynamik unterliegen, können Verlag und Redaktion keine Gewähr übernehmen. Namentlich gekennzeichnete Beiträge spiegeln die Meinung des Verfassers wider. Die Inhalte des Magazins dienen ausschließlich der Information und stellen keine Empfehlung oder Aufforderung zum Erwerb oder zur Veräußerung von Kapitalanlagen dar.

Gültige Anzeigenpreisliste vom 1.1.2020

Click and read!



Bestnoten in allen drei Schichten

<p>Frankle Bornberg</p> <p>FFF+ hervorragend + 0,5 Rendite Hybrid</p> <p>WVK Lebensversicherung a. G. WVK Premium Fondsrente protect Tarif F929 Zert.Nr. 6333</p>	<p>Frankle Bornberg</p> <p>FFF+ hervorragend + 0,5 Rendite Hybrid</p> <p>WVK Lebensversicherung a. G. WVK Premium Fondsrente protect Tarif F929 Zert.Nr. 6333</p>	<p>Frankle Bornberg</p> <p>FFF+ hervorragend + 0,5 Rendite Hybrid</p> <p>WVK Lebensversicherung a. G. WVK Basisrente invest protect Tarif F929 Zert.Nr. 6333</p>	<p>Handelsblatt</p> <p>Fondsangebot SEHR GUT 2020</p> <p>WVK Lebensversicherung a. G. WVK IntelliProtect 2.0</p> <p>Im Test: 33 Fondspolice Herbsttest: 29.09.2020 In Kooperation mit Kapitalmarkt</p>	<p>VON ANLEGERN EMPFOHLEN MONEY</p> <p>SEHR HOHE Empfehlung Für die besten Auszeichnung wurde 3 Mal vergeben Im Test: 33 Fondspolice in Deutschland</p> <p>WVK</p> <p>Im Test: 33 Fondspolice Herbsttest: 29.09.2020 In Kooperation mit Kapitalmarkt</p>
<p>Frankle Bornberg</p> <p>FFF sehr gut + 0,6 Rendite Fonds</p> <p>WVK Lebensversicherung a. G. WVK Premium Fondsrente Tarif F929 Zert.Nr. 6333</p>	<p>Frankle Bornberg</p> <p>FFF sehr gut + 1,4 Rendite Fonds</p> <p>WVK Lebensversicherung a. G. WVK Kapitalrente invest Tarif F929 Zert.Nr. 6333</p>			



50 Jahre WVK FondsPolice

SEIT 50 JAHREN INVESTMENTS FEST IM BLICK. FÜR IHRE KUNDEN.

- Die WVK setzt seit 1971 Maßstäbe bei Fondspolice
- Exzellente Anlagemöglichkeiten durch freie Fondsauswahl inkl. Indexfonds und Anlagebaskets
- Optimale Renditechancen mit dem iCPPI-Garantiesystem WVK IntelliProtect® 2.0

Profitieren auch Sie von den ausgezeichneten Leistungen der starken Gemeinschaft.

WVK VERSICHERUNGEN Vertriebsberatung: +49 89 5114-2000 oder info@wvk.de

MONEY BESTE RENTE	MONEY BESTE RENTE	MONEY BESTE RENTE	MONEY BESTE RENTE	ASCORE RENDITE STÄRKSTE FONDSRENTE	MONEY RENDITE STÄRKSTE FONDSRENTE	MONEY HÖCHSTE SUBSTANZKRAFT	MONEY BESTE FINANZKRAFT	DFSI RATINGS UNTERNEHMENS-QUALITÄT AAA	DFSI RATINGS BESTE ZUKUNFTSICHERE LEBENSVERSICHERUNG	DIE WELT TOP 100 UNTERNEHMEN	M&M RATING 5 STERNE	WVK DACHMARKT FÜR VERBUNDENEN FONDSPOLICE
-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	--	---	---------------------------------------	-----------------------------------	--	--	--	-----------------------------------	---