

Innovative Online-Anbieter

Die jungen Wilden kommen

Christof Leisinger 25.12.2014,



Investiert wird bei Online-Vermögensverwaltern in günstige ETF beispielsweise auf den spanischen Ibsx. (Bild: Juan Carlos Hidalgo / Keystone)

Das Internet hat schon viele Branchen umgekrempelt, als Nächstes ist möglicherweise die Vermögensverwaltung an der Reihe. Innovative Online-Anbieter gewinnen rasch Marktanteile.

Das Internet verändert die Welt. Auch in der Finanzbranche macht sich der Wandel immer deutlicher bemerkbar. Tatsächlich sind die meisten Konsumenten schon lange nicht mehr auf den Gang zu einer Bankfiliale angewiesen, wenn sie beispielsweise Geld überweisen oder einfach nur ihre Ersparnisse verwalten wollen. Von digitalen Medien bestens informiert, führen sie ihre Konten online, kaufen oder verkaufen Wertpapiere oder nehmen sogar Kredite auf. Selbst die Vermögensverwaltung verändert sich nach und nach.

Vertrauen in Banken verloren

Haben sich die Sparer in der guten alten Zeit bei der Wahl der Anlageform vielfach auf den Rat von den damals als seriös geltenden Bankberatern verlassen und waren sie bei der Umsetzung ihrer Investitionspläne auf die Infrastruktur des gewählten Finanzinstituts angewiesen, so haben heute viele sowohl andere Bedürfnisse als auch mehr Möglichkeiten.

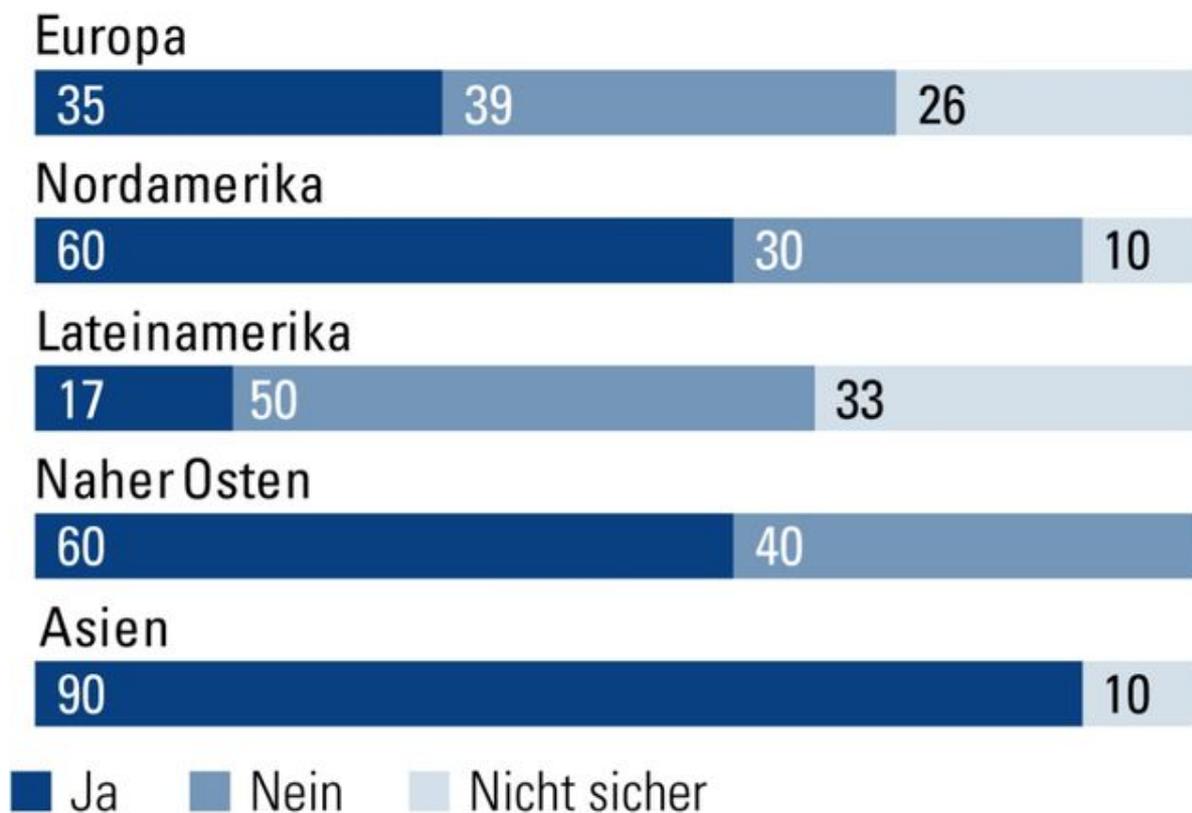
Verschreckt von den Ereignissen und Berichten in Zusammenhang mit der jüngsten Finanzkrise, haben viele Investoren das Vertrauen in die Qualität der herkömmlichen Anlageberatung verloren. Tatsächlich konnten sie

den Eindruck gewinnen, die Finanzinstitute und ihre «als Berater getarnten» Verkäufer gewichteten die eigenen kommerziellen Ziele höher als die Interessen ihrer Kundschaft. Getrieben von der Aussicht auf «satte Boni», wollten sie möglichst hohe Umsätze generieren, koste es die Sparer, was es wolle – so der sich aufdrängende Verdacht. Ein beachtlicher Anteil vermögender Personen, die ihre Anlageberater gewechselt haben, gab in Umfragen an, diese hätten ihnen nicht die optimalen Investment-Optionen angeboten oder seien fachlich gar inkompetent gewesen.

Unabhängige auf dem Vormarsch

Werden unabhängige Vermögensverwalter künftig ihre Marktanteile steigern können?

In %



Umfrage unter führenden Fachleuten

QUELLE: STRATEGY&

NZZ-INFOGRAFIK / cke.

Zu diesem Schluss können sie gekommen sein, weil sie sich heute schneller, besser und umfangreicher als früher über Aktualität, Umfang, Kosten und Qualität der Anlagealternativen informieren können. Untersuchungen von Pew Research zeigen, dass in den USA nach stetiger Zunahme 75% aller erwachsenen Internetnutzer soziale Netzwerke zur Kommunikation und als Informationsquelle nutzen, die Jüngeren etwas mehr und die Älteren etwas weniger. In Europa sieht die Entwicklung vergleichbar aus. Webseiten wie etwa jene der Münchner Fidorbank (Community) bieten sich im Investmentbereich als Anlaufstelle an.

Gut informierte Anleger kommen oft zum Schluss, dass sie höhere Erträge erzielen und mehr Spass an der Geldanlage haben, wenn sie das Heft selbst in die Hand nehmen, statt es wie bisher einer Bank zu überlassen. Nicht selten lassen sie sich dabei von innovativen Angeboten wie Betterment , Financial Guard, Flat Fee

Portfolio, Nutmeg Wealthfront oder in der Schweiz neuerdings auch von True Wealth inspirieren. Dabei handelt es sich um Online-Plattformen, die Anlegern dabei helfen, schon mit vergleichsweise geringen Beträgen innerhalb kurzer Zeit ein auf die individuelle Risikoneigung ausgerichtetes Portefeuille mit vernünftiger Streuung erstellen und bewirtschaften zu können – und das zu Tiefstpreisen.

Das amerikanische Unternehmen Wealthfront stiess mit seinen Diensten auf so viel Interesse, dass es die verwalteten Vermögen in zweieinhalb Jahren auf gut 1,5 Mrd. \$ steigern konnte. Das Pendant Nutmeg zählt inzwischen zu den am stärksten wachsenden Vermögensverwaltern in Grossbritannien. Gegründet im Jahr 2012, verfügt es inzwischen über mehr als 35 000 registrierte Nutzer. Ihre Anzahl hat im ersten Quartal im Vergleich mit dem Vorjahr um 350% zugenommen.

«Newcomer» mit Ambitionen

True Wealth hat ähnliche Ambitionen. Das Unternehmen wurde im Jahr 2013 von Oliver Herren und Felix Niederer in Zürich gegründet. Herren ist einer der Gründer von Digitec, einem der grössten Online-Shops der Schweiz. Er bringt seine technologische Kompetenz ein. Niederer ist Physiker und war mehrere Jahre bei einer grossen Rückversicherung im Portfoliomanagement und in der Risikomodellierung tätig.

True Wealth hatte von Anfang an nur die eine Vision, wissenschaftliche Methoden auf eine Online-Vermögensverwaltung zu übertragen. Diese sollte intuitiv bedienbar, äusserst transparent und vor allem auch «kompromisslos kosteneffizient» sein. Das angelegte Geld liegt bei einer externen Bank (derzeit ist das die Saxobank Schweiz) und lässt sich unter Berücksichtigung von Risiko- und Ertragsaspekten individuell auf verschiedenste Vermögensklassen streuen. Investiert wird ausschliesslich in günstige, liquide, passive und börsengehandelte Fonds. Die Verwaltungsgebühr ist mit 0,5% des verwalteten Vermögens pro Jahr vergleichsweise tief und umfasst alle Kommissionen. Depotgebühren, Retrozessionen, Portogebühren und Service-Fees entfallen.

Wachstum auf tiefer Basis

Obwohl True Wealth erst vor kurzem «live gegangen» ist, haben sich inzwischen über 1000 Nutzer per E-Mail angemeldet, und mehr als 180 Kunden haben die Eröffnung eines echten Kontos beantragt. Die verwalteten Mittel haben sich gemäss Unternehmensangaben in den letzten drei Wochen auf mehr als 2 Mio. Fr. verdoppelt – ohne Werbung und nur per Mundpropaganda. Das Ziel ist, dereinst auf einen Marktanteil von 10% bis 20% in der Vermögensverwaltung zu kommen.

Die etablierten Anbieter nehmen die Aussage gelassen. Studien hätten ergeben, dass die überwiegende Mehrheit der Kunden in absehbarer Zukunft nicht auf das «human element» verzichten möchte, heisst es aufseiten der UBS Schweiz. Die Bank sieht den digitalen Kanal allenfalls als Ergänzung zur konventionellen Anlageberatung.

Auch die Postfinance bietet den Kunden bis jetzt keine Möglichkeit, Vermögen online zu verwalten. Sie prüfe aber regelmässig, ob und wie das Angebot erweitert werden könnte. Die Migros-Bank beobachtet nach eigenen Angaben mit hohem Interesse den Markt für Online-Finanz-Tools, welche Anleger selber kostengünstige und transparente Anlagelösungen treffen liessen.

Die Zürcher Kantonalbank und die Bank Vontobel dagegen bieten kein vergleichbares Angebot und halten die Wahrscheinlichkeit zudem für gering, in absehbarer Zeit etwas Ähnliches aufzuziehen. Als die «nahe Bank» stehe bei der Zürcher Kantonalbank die persönliche, ganzheitliche Beratung im Vordergrund ihrer Bemühungen.

Kommentare:

- peter meier

Auf das "human element" das die UBS und andere Banken die letzten 10-20 Jahren ihren Kunden geboten haben kann man zum grössten Teil wohl gut und besser verzichten. Ueber diese unverfrorene Aussage kann man eigentlich nur Lachen. Sie zeigt allerdings sehr genau den mentalen Zustand der Banker und ihrer Kundschaft, die noch um einiges dümmer ist. Unglaublich was sich der ansonsten preissensible Kunde, wenn es um sein eigenes Geld und Vermögen geht, von den Banken gefallen lässt.

Werner Moser

Nichts einfacher, attraktiver, verführerischer, als sich die Vermögensverwaltung von Online-Anbietern offerieren zu lassen. Diese Branche hat alles, um auf dem Bildschirm alles "gluschtig" zu präsentieren. Und alle Voraussetzungen dazu, um sich dabei eine blutige Nase zu holen. Vergleichbar, mit einer per Internet einholbaren medizinischen Selbst-Diagnose, nachdem alle Fragen usw. beantwortet wurden. Welche es dann nur noch zu tollen Aussagen & Bildli zu verarbeiten gilt. VV-Online-Anbieter werden sich anfänglich an grossen Wachstumsraten erfreuen können. sich dann aber mit den genau gleichen Problemen (wie konventionelle Vermögensverwalter) konfrontiert sehen, wenn es dann um die Ablieferung von erträumten Leistungen und Performance geht. Nur die allerbesten werden überleben. Allerdings sollten die konventionellen VV-Banken sich hüten, die gleichen Fehler zu begehen, wie die etablierte Zeitungsverlagen begingen, als sie sich über das Aufkommen der Gratiszeitungen mokierten. Und dann prompt erleben mussten, wie ihre Umsätze in die Tiefe sausten. Empfehle allen VV-Banken, im Online-Geschäft dabei zu sein. Ist zumindest ein gutes "Marketing-Tool". Es wird auch so für sie so noch recht garstig werden. P.S. VV ist wie eine Arztvisite. Online gesund werden geht gar nicht!