

Cash.

EXTRA

ALTERNATIVE INVESTMENT FUNDS

In Kooperation mit: Dr. Peters · Habona · HTB · Patrizia · RWB · ZBI

DIE MEHRWERT ALTERNATIVE

DIE ZUKUNFT DER
SACHWERTINVESTMENTS

PRIVATE EQUITY
WOHNIMMOBILIEN
GEWERBEIMMOBILIEN

Entspannt in Immobilien investieren

Investitionen in Immobilien bleiben angesichts anhaltend niedriger Zinsen und fehlender Anlagealternativen auch für Privatanleger weiter attraktiv. Dabei werden Investments in Publikumsfonds immer beliebter. Im Vergleich zum Erwerb einer Immobilie als Kapitalanlage kann das Risiko deutlich breiter gestreut und der persönliche Aufwand begrenzt werden.

Das Geschäft der PATRIZIA Immobilien AG mit Immobilienfonds hat sich äußerst erfolgreich entwickelt. Innerhalb der vergangenen zwei Jahre wurden sechs Fonds mit einem Investitionsvolumen von über 400 Mio. Euro aufgelegt. „Unsere Fonds streben eine jährliche Auszahlung zwischen vier und fünf Prozent vor Steuern an. In der Vergangenheit haben wir die angestrebte Rendite immer erreicht, in den meisten Fällen lagen wir mit einer Ausschüttung zwischen 4,5 und sechs Prozent sogar darüber“, erläutert Andreas Heibrock, Geschäftsführer der PATRIZIA GrundInvest. Diese Entwicklung ist insbesondere auch auf das aktive Asset Management der PATRIZIA zurückzuführen.

Anleger profitieren von lokalem Expertennetzwerk

Dabei hat sich die Strategie bewährt, bei Auswahl und Erwerb der Objekte und dem anschließenden Asset Management auf das lokale Netzwerk und die Expertise der PATRIZIA Gruppe zurückzugreifen. Auf diese Weise profitieren die Anleger der Fonds von einem Know-how, wie es sonst nur institutionelle Investoren nutzen können. Immerhin verwaltet PATRIZIA europaweit ein Immobilienvermögen von

rund 40 Mrd. Euro. Aktuell hat PATRIZIA den Vertrieb für ihren siebten Publikums-AIF gestartet. „Über den PATRIZIA GrundInvest Garmisch-Partenkirchen können Anleger in ein innerstädtisches Wohn- und Geschäftsgebäude investieren und so von der positiven Entwicklung der oberbayerischen Tourismushochburg profitieren“, erläutert Heibrock.

ren Frankfurts. Zudem wurde für einen weiteren Publikumsfonds ein Büro-, Hotel- und Geschäftsgebäude in Berlin erworben. Das Objekt an der S-Bahn-Station Landsberger Allee im Berliner Stadtteil Prenzlauer Berg bietet Anlegern gute Chancen von der Entwicklung des Immobilienmarktes in der Hauptstadt zu partizipieren. In Vorbereitung ist zudem ein Fonds mit



Der neue Fonds „PATRIZIA Grund-Invest Frankfurt/Hofheim“ setzt auf innerstädtische Nahversorgung in einer der wohlhabendsten Regionen Deutschlands.

Darüber hinaus sind weitere Produkte für das laufende Jahr in der Pipeline. Beim PATRIZIA GrundInvest Frankfurt Smart Living haben Anleger die Möglichkeit, in eine Neubauprojektentwicklung in der Bankenmetropole Frankfurt am Main zu investieren. In stark nachgefragter Zentrumsnähe entstehen hier im Stadtteil Sachsenhausen 221 Mikroapartements.

An der dynamischen Entwicklung der Rhein-Main-Region können Anleger außerdem mit dem PATRIZIA GrundInvest Frankfurt/Hofheim partizipieren. Dieser AIF hat ein innerstädtisches Nahversorgungszentrum in Hofheim am Taunus erworben, einer der wohlhabendsten Regionen Deutschlands unmittelbar vor den To-

einem neuen innerstädtischen gemischt genutzten Stadtquartier in der Metropolregion Rhein-Ruhr. Im Gegensatz zum Kauf einer ganzen Immobilie sind Beteiligungen an Publikumsfonds bereits ab 10.000 Euro möglich. Damit können Investoren ihr Geld bei einer Beteiligung an mehreren Fonds optimal über verschiedene Standorte und Nutzungsarten, unterschiedliche Mieter und Mietvertragslaufzeiten streuen.

Regelmäßige Informationen per E-Mail runden das umfangreiche Informationsangebot ab. „Wir wollen das unsere Anleger jederzeit bestens informiert sind und über uns entspannt investieren können“, betont Heibrock.

Weitere Informationen unter:
<http://www.vierbisfuenfprozent.de>



Stefan Löwer, G.U.B. Analyse

Vielfältig, aber nicht unübersichtlich

Regulierung ist lästig. Regulierung hat die Branche auf einen Bruchteil ihrer früheren Größe geschrumpft. Regulierung hat mit der Umsetzung der EU-Richtlinie MiFID II auch einen Großteil des ersten Halbjahres 2018 Sand ins Getriebe gestreut. All das trifft zu, keine Frage. Und doch hat Regulierung durchaus auch Vorteile, die nicht selten übersehen werden. So hat das KAGB seit 2013 für eine Professionalisierung der Branche gesorgt und einen Ausleseprozess in Gang gesetzt, dem nur die Besten gewachsen waren. Entsprechend hochwertig sind die heutigen Produkte.

Die viel diskutierte Zielmarktbestimmung mit Geeignetheitserklärung, die durch die MiFID II vorgeschrieben wird, kann ebenfalls positiv wirken. Auch wenn nur ein Teil der befragten Anbieter das so sieht (siehe Seite 14): Sie führt – neben viel Bürokratie – zu passgenaueren Anlagevorschlägen für die Anleger und höherer Rechtssicherheit für den Vertrieb.

Das noch immer eingeschränkte Produktangebot muss dabei nicht unbedingt ein Nachteil sein. Es ist – vor allem bei Immobilienfonds – durchaus vielfältig, aber nicht so unübersichtlich, dass eine korrekte Auswahl den Vertrieb vor unlösbare Probleme stellen würde.

Regulierung ist auch aus Sicht des Vertriebs mit Abstand die größte Herausforderung, wie die Umfrage unter Finanzdienstleistern ergeben hat, die Cash. in Kooperation mit der Dr. Peters Group durchgeführt hat (siehe Seite 15). Aufgabe der KVGs ist es nun, den Vertrieb bei der Bewältigung der vielen neuen Vorschriften möglichst weitreichend zu unterstützen – und ihm auch die Vorzüge, die Regulierung auch für den Vertrieb bedeutet, nahe zu bringen.

INHALT

Transparent und zielgenau 4

Im Markt für Alternative Investment Funds (AIF) dreht sich derzeit vieles um neue Vertriebsvorschriften, Digitalisierung und Fungibilität

Umfrage zu Sachwertanlagen 12

Gemeinsam mit der Dr. Peters Group hat Cash. den Vertrieb zu den Perspektiven von Sachwertanlagen befragt

„Anlegervertrauen wird wieder wachsen“ 16

Einschätzungen zu den zukünftigen Chancen von AIF in den Depots der Anleger

Digitalisierung als Absatztreiber 18

Die Nutzung digitaler Tools eröffnet Asset Managern und Beratern ganz neue Absatzwege. Die klassische Beratung bleibt aber weiter wichtig

IMPRESSUM

Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt:
Frank O. Milewski

Das Cash.Extra
Alternative Investment Funds
erscheint als Beilage im
Cash.Magazin 8/2018

Der Nachdruck ist nur mit
Genehmigung des Verlags
gestattet.

Anzeigen: Cash.Print GmbH,
Hamburg

Vorstufe und Druck:
Dierichs Druck + Media GmbH
& Co. KG, Kassel

Titelfoto: shutterstock.com

MARKTBERICHT

Transparent und zielgenau

Über geschlossene AIFs können Anleger unter den Augen der BaFin in einzelne Objekte oder klar definierte Investitionsstrategien investieren. Aktuell dreht sich die Diskussion vor allem um neue Vertriebsvorschriften, fortschreitende Digitalisierung und die Fungibilität.





Immobilien – hier symbolisiert durch Gebäude in der Hamburger „Hafen City“ – sind weiterhin die beliebtesten Fondsobjekte.

Fünf Jahre schon sind vergangen, seit die Branche der geschlossenen Fonds im Juli 2013 durch das Kapitalanlagegesetzbuch (KAGB) reguliert und unter die Aufsicht der Finanzaufsicht BaFin gestellt wurde. Die alternativen Investmentfonds (AIFs) gelten seitdem als „voll reguliert“ und Teil des „weißen“ Kapitalmarkts. Doch längst nicht alle Unternehmen der Branche haben die hohen Anforderungen erfüllen können. So ist sowohl die Anzahl der aktiven Anbieter als auch die Anzahl der Fonds gegenüber der Ära vor 2013 spürbar zurückgegangen und stagniert schon seit einiger Zeit. Für Vertrieb und Anleger muss das nicht unbedingt ein Nachteil sein. Zum einen können sie sich darauf verlassen, dass die vorhandenen Emissionen die hohen gesetzlichen Anforderungen erfüllen, zum anderen ist das Angebot – vor allem bei Immobilienfonds – durchaus breit gefächert, aber nicht unüberschaubar.

Es erlaubt die gezielte Investition in einzelne, von vornherein bekannte Objekte oder in eine bestimmte Investitionsstrategie. Das ist in dieser Form bei anderen Kapitalanlagen, wie etwa offenen Investmentfonds, in der Regel nicht möglich oder erfordert bei einer direkten Investition zum Beispiel in eine Immobilie erhebliche größere Summen. Insgesamt sind derzeit 20 geschlossene Immobilien-AIFs von 15 Anbietern in der Platzierung. Davon sind gut die Hälfte klassische geschlossene Konzepte, die in eines oder mehrere bereits feststehende Objekte investieren. Die anderen sind Blind Pools, die auf ein bestimmtes Segment ausgerichtet sind und ihre Investitionen schon mehr oder weniger weit konkretisiert haben. Immobilienfonds sind damit das mit Abstand größte Marktsegment. Daneben sind unter anderem drei Private-Equity-Fonds, zwei Multi-Asset-Dachfonds sowie jeweils ein Flugzeug- und Erneuerbare-Energie-Fonds auf der Suche nach Anlegergeld.

Die Investoren haben also durchaus eine gewisse Auswahl an Fonds mit sehr unterschiedlichen Investitionsstrategien und damit Chancen-Risiko-Strukturen. Seit Anfang 2018 können sie damit rechnen, dass der Vertrieb ihnen Anlagevorschläge unterbreitet, die noch genauer zu ihren Zielen und Präferenzen passen: Im Januar wurde die EU-Richtlinie MiFID II in deutsches Recht umgesetzt, zunächst für den Bereich der Banken und Finanzdienstleistungsinstitute mit Erlaubnis nach dem Kreditwesengesetz (KWG). Sie schreibt unter anderem vor, dass zu jedem Finanzinstrument nach bestimmten Kriterien ein „Zielmarkt“ inklusive einer Risikoklassifizierung definiert und im Rahmen einer „Geeignetheitserklärung“ mit den entsprechenden Vorstellungen des Anlegers abgeglichen werden muss. Zudem musste das Informationsmaterial, unter anderem zu den Kosten des Finanzprodukts, teilweise neu gestaltet



Andreas Heibrock, Patrizia: „Die Zielmarktbestimmung ist für Hersteller, Vertriebe und Anleger von großem Nutzen.“

werden und das neu gefasste Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) schreibt die Aufzeichnung telefonischer Beratungsgespräche vor („Taping“). Vergleichbare Vorschriften werden für den freien Vertrieb mit Erlaubnis nach Paragraph 34f Gewerbeordnung erwartet.

Die Umsetzung der vielen neuen Paragraphen bei den Instituten war ein ziemlicher Aufwand, der auch im Vertrieb von AIFs teilweise zu einigen Verzögerungen geführt hat. „Wir mussten feststellen, dass die Banken als KWG-regulierte Vertriebe vor allem mit der Änderung ihrer Prozesse befasst und als Vertriebspartner quasi ausgeschaltet waren“, berichtet Marco Ambrosius, Geschäftsführer der HTB Hanseatische Fondsinvest. Auch Thomas Wirtz, Geschäftsführer bei der auf den Kauf auf von Bestandsimmobilien spezialisierten ZBI, bestätigt: „Die Regelungen der MiFID II haben im Kern gute Absichten, jedoch stand die Einführung im Januar 2018 unter keinem guten Stern. MiFID II verweist bei der Anwendung auf weitere gesetzliche Vorschriften, welche teilweise beim Inkrafttreten noch nicht verabschiedet wurden. Dies löste eine Verunsicherung im Markt und bei den Beteiligten aus.“

Wie ist der aktuelle Stand? „Rückblickend auf die etwas holprige Phase der Implementierung der MiFID-II-Anforderungen lässt sich heute, nach einem halben Jahr, feststellen, dass alle Vertriebspartner, die aktuell schon den strengeren Regeln unterliegen, unserem Eindruck nach gut zurechtkommen“, sagt Guido Küther, geschäftsführender Gesellschafter der Habona Invest. Für Andreas Heibrock, Geschäftsführer von Patrizia Grundinvest, hingegen war

Norman Lemke, Gründer und Vorstand der RWB Group

Private Equity – der renditestarke Baustein für den erfolgreichen Vermögensaufbau

Welche sicherheitsorientierte Anlagelösung wirft heute genügend Ertrag für den Vermögensaufbau ab? Vor der Antwort auf diese Frage steht eine wichtige Erkenntnis: Erträge entstehen da, wo Werte geschaffen werden. Das findet in einer Marktwirtschaft ausschließlich in Unternehmen statt. Alle Einkommen in Form von Löhnen, Zinsen, Dividenden, sogar Steuereinnahmen haben ihren Ursprung in der Wertschöpfung von Unternehmen. Wer sein Vermögen in diesen Wertschöpfungsprozess einbringt, kann es nachhaltig vermehren. Erfolgreicher Vermögensaufbau gelingt daher mit Unternehmensbeteiligungen.



Norman Lemke, RWB Group

Professionelle Investoren setzen auf Private Equity

Die Beteiligung an Unternehmen, die nicht an der Börse notiert sind, wird als Private Equity bezeichnet und weist eine vergleichsweise hohe Rendite und historische Wertentwicklung auf, die langfristig alle anderen Anlageklassen übertrifft. Ein Grund, warum Private Equity eine feste Säule in der Strategie von professionellen Investoren darstellt. Die Stiftung der Elite-Universität Yale etwa investiert ein Drittel des Kapitals in Private Equity. So trägt die Anlageklasse einen großen Teil zur durchschnittlichen jährlichen Rendite von 13,9 Prozent bei.

So funktioniert die Anlageklasse: Ein Private-Equity-Fonds beteiligt sich an 10 bis 15 Unternehmen mit etablierten Geschäftsmodellen, entwickelt mit ihnen Wachstumsstrategien und setzt

diese um. Nach einigen Jahren des Wachstums werden die Unternehmen wieder verkauft und die Investoren erhalten ihr Kapital inklusive der Gewinne aus den Verkäufen zurück. Die Investition in solche Fonds ist allerdings erst ab einer Beteiligung von 10 Millionen Euro möglich. Mit den Private-Equity-Dachfonds der RWB erhalten Privatanleger dennoch den Zugang zur exklusiven und attraktiven Anlageklasse. Die Dachfonds sammeln auch geringere Beträge von Anlegern ein und investieren sie dann gebündelt.

Der Vorteil: Anleger investieren nicht bloß in einen, sondern in eine Vielzahl an Private-Equity-Fonds und somit in hunderte Unternehmen verschiedener Branchen und Regionen. Aktuell können Privatanleger ab ein-

malig 2.500 Euro oder 50 Euro monatlich in zwei Dachfonds der RWB investieren: Mit dem RWB Direct Return II können sie sich an einer Anlagelösung beteiligen, die mit Ausnahme des Agios von fünf Prozent, komplett auf die üblichen Emissionskosten verzichtet. Der Dachfonds investiert über verschiedene Private-Equity-Fonds in etablierte Unternehmen mit einem Schwerpunkt auf die Regionen Nordamerika und Europa. Das renommierte Analysehaus G.U.B. Analyse hat den RWB Direct Return II mit „A+“ (sehr gut) bewertet. Dahinter steht mit der Punktzahl 84 die höchste, die ein Fonds bislang bei der Analyse erhalten hat.

Erfolgreiche Produktlinie geht in die 7. Runde

Mit dem RWB International VII können sich Anleger zukünftig an der bereits siebten Generation des global investierenden Private-Equity-Dachfonds der RWB beteiligen. Gemäß dem bewährten Dachfondsprinzip investiert er über eine Vielzahl an Private-Equity-Fonds in hunderte Unternehmen in den Regionen Europa, Nordamerika und Asien. Die Besonderheit: Die ersten Rückflüsse aus den Fonds werden reinvestiert. Diese Mehrfachinvestition sorgt für ein optimales Preis-/Leistungsverhältnis.

Mehr als 80.000 Anleger investieren bereits in die Fonds der RWB und nutzen damit Private Equity als renditestarken Baustein für den erfolgreichen Vermögensaufbau.

der Drops schnell gelutscht: „Wir haben unsere Vertriebspartner sehr frühzeitig über alle Änderungen zu MiFID II und die damit verbundenen Maßnahmen informiert. Dadurch konnten wir erreichen, dass die Platzierung unserer Fonds ohne Einschränkungen erfolgreich weiter verlief“, sagt er. „Die MiFID II Zielmarktbestimmung ist darüber hinaus für die Produkthersteller, die Vertriebe und vor allem den Anleger von großem Nutzen, da hierüber ein bezüglich des Chancen-Risiko-Profiles, der Fungibilität und des Anlagehorizonts passendes Produktangebot dem Anleger zur Verfügung steht“, so Heibrock weiter.

In diesem Punkt, also der Frage, ob die neue Zielmarktbestimmung vielleicht nicht nur lästig ist, sondern für Vertrieb und Anleger auch Vorteile bringen könnte, gehen die Meinungen der befragten Häuser durchaus auseinander. „Wir sind eher skeptisch, ob die neuen Anforderungen für positive Effekte sorgen“, sagt etwa HTB-Geschäftsführer Ambrosius und Habona-Chef Küther antwortet: „Inwieweit die höheren Aufklärungspflichten den Kunden tatsächlich nutzen, lässt sich aus unserer Perspektive nicht feststellen.“

ZBI-Geschäftsführer Wirtz sieht Licht und Schatten: „Die Definition eines Zielmarktes für die eigenen Produkte sehen wir neutral bis positiv. Der AIF ist eine anspruchsvolle Kapitalanlage, der Anleger sollte sowohl das Konzept als auch die damit verbundenen Chancen und Risiken vollständig verstanden haben. Zusätzlich sollte der AIF in die Vermögenslage des Investors passen, sodass sich eine Zielmarktdefinition bereits hieraus ergibt“, sagt er. Allerdings: „Die Darstellung der Kosten erweist sich im Vertrieb überwiegend als hinderlich“, so Wirtz. „Die Brennpunkte sind zum einen die einseitige Darstellung der Ausgabenseite

(ohne Einbindung der konzeptgemäßen Einnahmen) und zum anderen die noch ausstehende Konkretisierung der einzelnen Kostenpunkte. Erschwerend kommt hinzu, dass die Berechnungslogik von den sonstigen investimentrechtlichen Kennzahlen abweicht und es dadurch aus unserer Erfahrung eher zu einer Verunsicherung der Anleger kommt“, kritisiert der ZBI-Geschäftsführer.

Keine große Veränderung durch die neue Zielmarktbestimmung sieht hingegen Jan-Peter Diercks, Geschäftsführer der RWB Partners GmbH, der Vertriebsgesellschaft der auf Private-Equity-Dachfonds spezialisierten RWB Group. „Wir haben schon vor MiFID II auf freiwilliger Basis das sogenannte ‚typische Anlegerprofil‘ eingeführt, mit dem Interessenten und Berater schnell erkennen, ob unsere Produkte grundsätzlich für sie geeignet sind oder nicht“, sagt er. „Dieses Anlegerprofil enthielt nahezu eins zu eins die jetzt verpflichtenden Angaben zur Zielmarktbestimmung. Insofern hat sich die neue Regelung bei uns kaum zusätzlich ausgewirkt“, so Diercks weiter.

Durchaus unterschiedlich fallen die Antworten auch bei dem zweiten großen (Dauer-) Thema aus, das die Branche beschäftigt: Digitalisierung. Noch zurückhaltend ist hier ZBI. Auf die Frage nach der aktuellen Entwicklung bei diesem Stichwort, insbesondere in Hinblick auf die Online-Zeichnung, sagt Geschäftsführer Wirtz: „Wir haben uns bereits intensiv mit der Möglichkeit der Online-Zeichnung beschäftigt und sehen darin grundsätzlich auch Chancen.“ Die Einrichtung und Pflege des Systems verursache je nach Variante aber erheblichen Kosten- und Zeitaufwand. „Demgegenüber ist die Akzeptanz für digitale Zeichnungen nach unserer Ansicht bei den Anlegern noch nicht abschätzbar, den Trend gilt es abzuwarten“, erklärt Wirtz und kündigt an: „Sofern wir den Nutzen der digitalen Zeichnung erkennen, werden wir uns des Themas wieder annehmen, um es in unser bewährtes Vertriebssystem zu integrieren, sodass keine Konkurrenzsituation entsteht.“

Auch Habona Invest steht der Sache eher reserviert gegenüber. So sagt Guido Küther: „Wir haben in den letzten Monaten unsere internen IT-Kapazitäten weiter verstärkt. Dabei geht es uns in erster Linie jedoch um die Digitalisierung unserer internen Prozesse, weniger um die Digitalisierung des Vertriebes.“ Natürlich sei es angenehm, weniger Papier im Umlauf zu haben. Für die gute Beratung eines Kunden sei es jedoch egal, ob dieser seine Unterschrift digital oder physisch leistet. „Gerade Publikums-AIFs mit Beteiligungshöhen im fünf- bis sechsstelligen Eurobereich sind echte langfristige Investitionen und nicht mit einem Wertpapier zu verwechseln. Ohne qualifizierte Beratung durch Vertriebspartner wird es bei Publikums-AIFs aus unserer



Marco Ambrosius, HTB: „Der Online-Vertrieb ist aus unserer Sicht eine Ergänzung der klassischen Vertriebswege.“



Typisches Fondsobjekt: Gebäude in der Mariannenstraße in Leipzig aus einem Portfolio, das ZBI unlängst erworben hat.

Sicht nie gehen“, so Küther weiter. Eindeutig positioniert sich auch RWB-Vertriebschef Diercks: „Wenn man unter einer Online-Zeichnung versteht, dass sich der Kunde das Produkt ohne Mitwirkung eines Beraters wie in einem Online Shop selbst bestellt, dann wird es so etwas bei uns nicht geben“, betont er und erklärt: „Wir setzen auf eine Online-Beratung durch qualifizierte Berater, die den Online-Zeichnungsprozess komplett steuern, wobei alle Schritte des Kunden und des Beraters dokumentiert werden können, so dass höchste Beratungssicherheit gewährleistet ist.“



Jan-Peter Diercks, RWB: „Dass der Kunde ohne Mitwirkung eines Beraters online bestellt, wird es bei uns nicht geben.“

Anders verfährt Patrizia Grundinvest. Das Unternehmen bietet Anlegern auch die Möglichkeit der Direktzeichnung auf eigene Faust. „Das ist aus unserer Sicht keine Bedrohung für den klassischen Vertrieb, sondern eher ein Zusatznutzen. Schließlich können unsere Vertriebspartner die Möglichkeit der Online-Zeichnung in ihr eigenes Portal beziehungsweise ihren eigenen Internetauftritt mit einbinden“, erklärt Geschäftsführer Heibrock. „Das gibt unseren Partnern die Möglichkeit, die Kundengruppe zu erschließen, die bereits heute auf Beratung verzichtet und in Eigenregie über digitale Wege Finanzanlagen zeichnet“, so Heibrock weiter.

„**Der Online-Vertrieb ist aus unserer Sicht** eine Ergänzung der klassischen Vertriebswege“, betont auch HTB-Geschäftsführer Ambrosius. „Wie in der gesamten Digitalisierung sind es die Nutzer digitaler Services und insbesondere ihr Umgang mit mobilen Endgeräten, die darüber entscheiden, wohin die Reise geht“, sagt er. Je einfacher und transparenter die Bedienung von Online-Zeichnungen werde, umso größer werde ihr zukünftiger Anteil am Gesamtvertrieb sein. HTB hat Anfang des Jahres den ersten Publikums-AIF in der Rechtsform einer Investment-AG auf den Markt gebracht. Er investiert als Dachfonds in Immobilienprojekte und -fonds. „Ein solches Produkt ist nach unserer Überzeugung sowohl für den klassischen als auch für den Online-Vertrieb wesentlich besser geeignet, da es neue Maßstäbe in puncto Transparenz und Abwicklung setzt“, sagt Ambrosius.

So wird es um die Online-Zeichnung wohl noch einige Diskussionen geben. Ein anderes Thema, das die Branche schon seit Langem begleitet, scheint hingegen etwas an Bedeutung verloren zu haben: Die oft lange Laufzeit und die eingeschränkte Fungibilität der Fondsanteile, die grundsätzlich auch bei einer Investment-AG besteht, sofern diese nicht börsennotiert ist. „Insbesondere die jüngeren Kunden sind nach meiner Beobachtung agiler, möchten sich ungern langfristig an ein Investment binden. Gleichzeitig verstehen sie aber, dass sich eine anständige Rendite nicht kurzfristig darstellen lässt“, antwortet Ambrosius auf die Frage, ob es in punkto Fungibilität – auch in Zusammenhang mit der Digitalisierung – neue Entwicklungen oder Impulse gibt.

„Deshalb sehe ich in der Digitalisierung bislang keine nennenswerten Auswirkungen auf die Laufzeiten. Im Kern geht es dem Anleger vor allem um Transparenz“, so Ambrosius. Auch Heibrock betont: „Zunächst sind Immobilien nahezu immer als langfristiges Investment anzusehen.“ Das Bewusstsein dafür sei auch über viele Aspekte der neuen



Guido Küther, Habona Invest: „Ohne qualifizierte Beratung durch Vertriebspartner wird es bei Publikums-AIFs nie gehen.“

Regulierung weiter verstärkt worden. „Heute werden ausschließlich Kunden angesprochen, deren Vermögenssituation sich derart gestaltet, dass sie einen Teil ihres Geldes auch langfristig anlegen können, da sie über ausreichend anderweitige liquide Anlagen verfügen“, so Heibrock.

„Wir merken diesen Trend an der deutlich gestiegenen durchschnittlichen Zeichnungssumme. Waren es früher rund 20.000 Euro, so liegt der Durchschnitt bei unseren Fonds heute zwischen 40.000 und 50.000 Euro“, berichtet er. Auf eine von vornherein überschaubare Laufzeit von fünf

Jahren setzt hingegen Habona. „Dass Kunden oft keine zehn Jahre oder mehr gebunden sein möchten, war uns schon immer bewusst“, sagt Geschäftsführer Küther. „Wir glauben heute nicht daran, dass eine geschlossene Investment-KG jemals wirklich fungibel zu gestalten ist. Das mag mit der Investment-AG schon anders aussehen. Es ist also weniger eine Frage der Digitalisierung als eine Frage des Investmentmantels“, betont er.

RWB-Geschäftsführer Diercks warnt ebenfalls vor falschen Erwartungen. „Künstlich erzeugte Fungibilität, das beweist die Vergangenheit, bricht in Stresssituationen immer in sich zusammen. Dieser Zusammenbruch wird durch die digitale Welt eher beschleunigt als verhindert. Es ist also ehrlicher, den verständlichen Wunsch nach Fungibilität nicht durch digitale Illusionen zu befeuern“, so Diercks. „Wir optimieren unsere Dachfonds dennoch stetig hinsichtlich der Laufzeit. So haben wir mit dem RWB Direct Return eine Fondsfamilie ins Leben gerufen, die für Private-Equity-Investitionen eine vergleichsweise kurze Laufzeit aufweist“, fügt er hinzu.

So bleiben Publikums-AIFs auch in Zeiten von Regulierung und Digitalisierung grundsätzlich langfristige Kapitalanlagen. Wer seinen Fondsanteil trotzdem vor dem Ende der Laufzeit verkaufen möchte oder muss, kann versuchen, ihn am öffentlichen Zweitmarkt loszuschlagen. Dieser bietet zwar keine wirklich verlässliche Exitmöglichkeit, entwickelt sich aber durchaus positiv.

So meldete die Fondsbörse Deutschland gerade erst für den Handelsmonat Mai über alle Assetklassen hinweg ein neues Rekordhoch. Der Durchschnittskurs aller gehandelten Anteile – inklusive Schiffsfonds – lag demnach bei 94,2 Prozent des Nominalwerts und damit so hoch wie nie. Die auch am Zweitmarkt dominierenden Immobilienfonds knackten im Mai gar deutlich die 100-Prozent-Marke und bestätigten mit durchschnittlich 110,4 Prozent ihren Aufwärtstrend. Das Ergebnis ist zwar nicht repräsentativ und schon deshalb nicht mit einem Aktienindex vergleichbar, weil es sich nur um insgesamt 513 Transaktionen im ganzen Monat Mai handelt. Aber die Zahlen belegen durchaus: Die Sachwertfonds sind spürbar im Aufwind. Und sie sind weitaus besser, als sie oft gemacht werden – und das, obwohl sich der Zweitmarkthandel derzeit noch immer fast ausschließlich auf Fonds bezieht, die vor Inkrafttreten des KAGB Mitte 2013 aufgelegt wurden. Sicherlich: Regulierung allein ist bei weitem nicht alles. Aber sie rechtfertigt durchaus die Erwartung, dass die künftigen Ergebnisse noch deutlich besser ausfallen können.

Thomas Wirtz (FRICS), Vorstand ZBI Immobilien AG

Werthaltige Investments

Der Markt für deutsche Wohnimmobilien erfreut sich aktuell einer Hochkonjunktur. Gründe hierfür sind nicht nur das niedrige Zinsumfeld, sondern auch die langfristigen Prognosen der Bevölkerungsentwicklung und das veränderte Wohnverhalten der Bevölkerung (Zunahme von Single- und Zweifamilienhaushalten), die jeweils starke Indikatoren für ein nachhaltiges Wachstumspotenzial aufgrund eines Nachfrageüberhangs darstellen.

In der Konsequenz wird die Wohnimmobilie – neben der Eigennutzung – zunehmend als Instrument für eine nachhaltige Altersversorgung und somit als Kapitalanlage genutzt. Immer mehr Privatanleger entscheiden sich bewusst für eine indirekte Investition in Wohnimmobilienfonds, die verschiedene Vorteile bündelt. Zum einen ist der Einstieg schon zu bedeutend geringeren Losgrößen möglich, zum anderen bieten Mehrobjektfonds die Option einer Risikoverteilung auf mehrere Standorte.

In Verbindung mit der Auslagerung aller immobilienwirtschaftlichen Aufgaben an einen erfahrenen Initiator verringern sich die Risiken in der Haltezeit des Investments erkennbar.



Thomas Wirtz (FRICS), Vorstand ZBI Immobilien AG

Bei der ZBI sind Investitionen in geschlossene Fondsprodukte bereits ab EUR 5.000 möglich. Mehr als 17.000 Anleger haben der ZBI seit Auflage des ersten Fonds im Jahr 2002 ihr Vertrauen in Form einer Beteiligung geschenkt. Als Emissionshaus für private und institutionelle Investoren kann die ZBI auf eine 16 jährige Erfahrung mit einer nachweislich positiven Leistungsbilanz zurück blicken. Das Volumen der Assets unter Management der ZBI eigenen Kapitalverwaltungsgesellschaft (KVG) beträgt aktuell rund EUR 2,1 Mrd. und verteilt sich auf rund 33.000 Wohneinheiten, womit die ZBI zu einem der führenden Wohnimmobilienspezialisten in Deutschland zählt.

Immobilienkompetenz

Mit über 380 Mitarbeitern an bundesweit 15 Standorten deckt die ZBI die gesamte Wertschöpfungskette im Zyklus einer Wohnimmobilie mit eigenen Ressourcen ab. Kernkompetenzen liegen in der sorgfältigen Auswahl der Investitionsobjekte im Einkauf, in der ertragsorientierten Bewirtschaftung, in der Optimierung des Wohnwertes durch Sanierung und regelmäßige Instandhaltung sowie im erfolgreichen Verkauf der Wohnimmobilien. Abgerundet wird das Leistungsspektrum von der ZBI Fondsmanagement AG, die die Fondskonzeption und das Fondsmanagement betreibt.

Das Leistungsspektrum der ZBI Gruppe

Neben dem professionellen Fondsmanagement ist ein weiterer entscheiden-



Exemplarisch: ZBI Professional 11, Leipzig, Mariannenstraße

der Erfolgsfaktor für die Wohnimmobilienfonds der ZBI Gruppe deren breite Risikostreuung. Die Investmentstrategie der ZBI sieht für jeden geschlossenen Fonds einen durchschnittlichen Immobilienbestand von rund 2.500 Wohneinheiten vor. Die breite Streuung der zu erwerbenden Anlageobjekte in verschiedene Immobilien und unterschiedliche Objektstandorte soll Ausfallrisiken entgegenwirken und damit die Ertragschancen des Fonds erhöhen.

Attraktive Renditen

Dass das Geschäftsmodell des Erlanger Wohnimmobilienspezialisten aufgeht, belegen unter anderem die sieben bereits wieder aufgelösten geschlossenen Publikumsfonds. Mit einer Laufzeit von 2,5 bis 7,5 Jahren erzielten sie attraktive Renditen zwischen ca. 4,4 Prozent p. a. und 15,5 Prozent p. a. Für private Anleger bietet die ZBI aktuell eine Beteiligung an den Publikums-AIF ZBI Professional 11 und ZBI WohnWert 1. Für institutionelle Anleger befindet sich derzeit der gemeinsam mit Union Investment aufgelegte ZBI Union Wohnen Plus im Vertrieb.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.zbi-ag.de

UMFRAGE ZU SACHWERTANLAGEN

So tickt der Vertrieb

Cash. hat in Kooperation mit der Dr. Peters Group eine groß angelegte Umfrage zum Status und den Perspektiven im Vertrieb von Sachwertanlagen durchgeführt. Manche der Ergebnisse waren zu erwarten, andere sind durchaus überraschend.

Teilgenommen haben an der Umfrage, die im Mai und Juni 2018 durchgeführt wurde, insgesamt 357 Finanzdienstleister – eine beachtliche Zahl. 115 von ihnen haben die 27 Fragen und Unterfragen bis zum Schluss abgearbeitet, die restlichen teilweise. Die meisten Teilnehmer sind, sofern sie dazu eine Angabe gemacht haben, selbständige Finanzdienstleister: Gut die Hälfte gibt an, gewerblicher Vermittler nach Paragraf 34f Gewerbeordnung zu sein (siehe Grafik 1). Weitere acht Prozent sind als selbstständige Handelsvertreter unter einem Haftungsdach tätig, zehn Prozent arbeiten als Angestellte für einen 34f-Vertrieb. Die Ergebnisse der Umfrage geben also in erster Linie die Situation und die Ansichten im freien Vertrieb wieder. Generell sind in den Grafiken nur die gegebenen Antworten berücksichtigt, also nicht der Anteil, der die betreffende Frage übersprungen und keine Antwort gegeben hat.

Unterstützt wurde die Umfrage von dem Asset Manager Dr. Peters Group als Kooperationspartner. „Wir sind ständig im Austausch mit unseren Vertriebspartnern und bemüht, diese bei ihrer Arbeit bestmöglich zu unterstützen“, begründet Anselm Gehling, CEO der Dr. Peters Group, das Engagement. „Die Optimierung der Zusammenarbeit ist ebenso

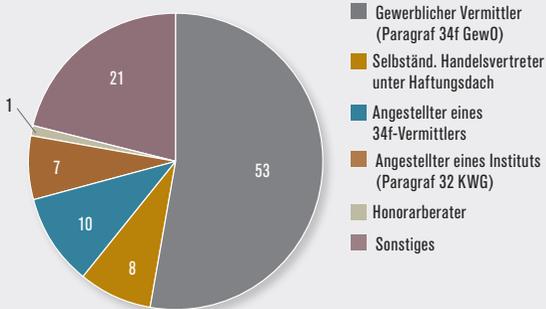
wie Customer Care Service bei uns ein laufender Prozess. Hierzu sind auch Einschätzungen von außen wichtig“, so Gehling weiter.

Dazu zählte die Einschätzung der künftigen Nachfrage der Anleger nach Sachwertprodukten, also alternativen Investmentfonds (AIFs) und Emissionen nach dem Vermögensanlagegesetz (VermAnlG). Nur zwei Prozent der Antworten zu dieser Frage entfallen auf „sehr hoch“, 30 Prozent auf „hoch“. 40 Prozent der Teilnehmer stufen die Nachfrage hingegen als mittel ein, weitere 28 Prozent als gering oder sehr gering. Das Verhältnis von positiven und negativen Erwartungen ist demnach nahezu ausgeglichen, ein allenfalls verhaltenes Gesamtbild also.

Die größten Vertriebshemmnisse sind dabei nach Ansicht des Vertriebs weiterhin das schlechte Image der Branche sowie negative Erfahrungen des Anlegers mit geschlossenen Fonds (siehe Grafik 2). Auch die AIF-Anbieter haben es also fünf Jahre nach der Regulierung durch das Kapitalanlagegesetzbuch (KAGB) noch immer nicht geschafft, sich in der Wahrnehmung des Vertriebs und wohl auch der Anleger ausreichend von der einst „grauen“ Ver-

GRAFIK 1: STATUS DER TEILNEHMER

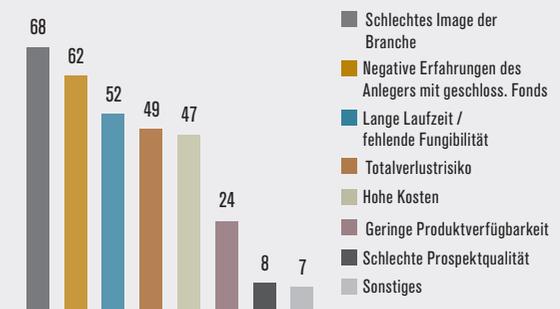
In welchem rechtlichen Rahmen sind Sie tätig?



Quelle: Umfrage Cash./Dr. Peters; Angaben in Prozent

GRAFIK 2: BREMSKLÖTZE IM VERTRIEB

Welches sind die größten Vertriebshemmnisse?



Quelle: Umfrage Cash./Dr. Peters; Angaben in Prozent



Anselm Gehling, Dr. Peters Group: „Wir werden die Ergebnisse bei unseren Entwicklungsprozessen berücksichtigen.“

gangenheit zu lösen. Aber auch hohe Kosten, die lange Laufzeit/fehlende Fungibilität der Fonds sowie das Totalverlustrisiko sind offenbar spürbare Bremsklötze: Immerhin jeweils rund 50 Prozent der Befragten stufen diese Punkte als wesentlich ein. Kaum eine Rolle spielt hingegen – anders als nicht wenige Analysten, auch von G.U.B. Analyse, vor allem im Vergleich mit früheren Jahren vielfach bemängeln – eine womöglich schlechte Prospektqualität.

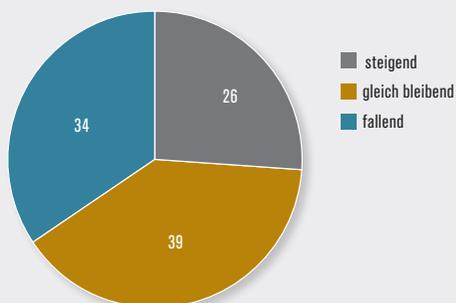
Einige Überzeugungsarbeit haben die Kapitalverwaltungsgesellschaften (KVGs) noch in Hinblick auf die Abgrenzung ihrer AIFs von den nur teilweise staatlich regulierten Emissionen zu leisten: Nur 26 Prozent der Teilnehmer erwarten, dass die Nachfrage nach geschlossenen AIFs gegenüber den Vermögensanlagen künftig steigen wird (siehe Grafik 3). 34 Prozent sehen hingegen eine umgekehrte Tendenz, der Rest erwartet eine gleichbleibende Bedeutung der beiden Anlageklassen.

Mit welchen Produktmerkmalen können AIFs beim Vertrieb punkten? Hinsichtlich der Assetklasse entfällt mit 76 Prozent erwartungsgemäß die häufigsten Präferenz auf Immobilien Deutschland, wobei mehrere Antworten möglich waren. Überraschen dürfte hingegen nicht wenige, dass Private Equity mit 44 Prozent noch knapp vor Immobilien Ausland (40 Prozent) liegt. Für Flugzeugfonds können sich hingegen nur 15 Prozent der Finanzdienstleister begeistern. Die Renditeerwartungen des Vertriebs dürften dabei keine unüberwindbare Hürde sein: Insgesamt 81 Prozent der Teilnehmer sehen eine Ausschüttungserwartung von vier oder fünf Prozent als ausreichend an (siehe Grafik 4).

Generell bevorzugen 74 Prozent der Befragten Fonds mit Risikomischung, also mit mindestens drei etwa gleich großen Einnahmequellen (zum Beispiel Mieter). In Bezug

GRAFIK 3: NACHFRAGE IM VERGLEICH

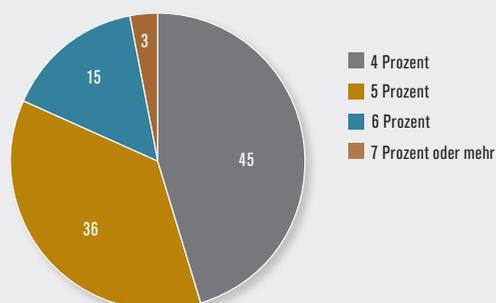
Wie schätzen Sie die künftige Nachfrage nach geschlossenen AIFs im Vergleich zu Vermögensanlagen ein?



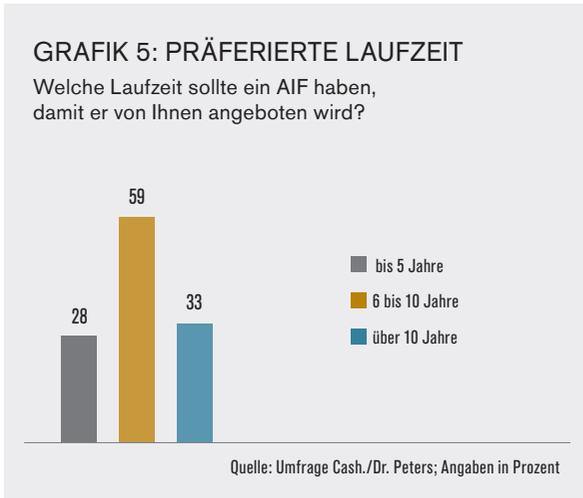
Quelle: Umfrage Cash./Dr. Peters; Angaben in Prozent

GRAFIK 4: RENDITE-ERWARTUNGEN

Wie hoch sollte die Auszahlungsprognose eines AIFs mindestens sein, damit er von Ihnen angeboten wird?

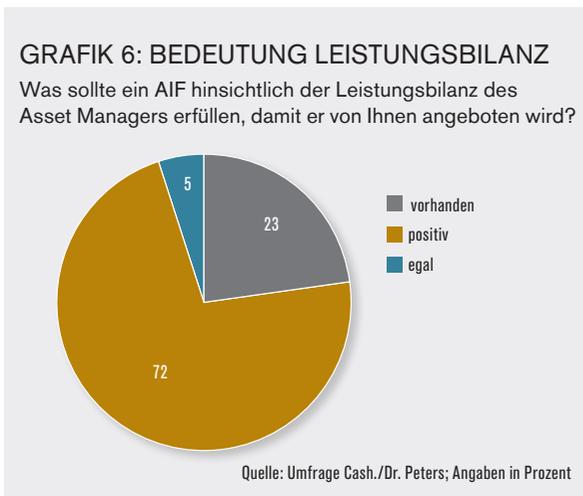


Quelle: Umfrage Cash./Dr. Peters; Angaben in Prozent



auf die favorisierte Laufzeit dominiert mit 59 Prozent die mittlere Spanne von sechs bis zehn Jahren (siehe Grafik 5). Lediglich 28 beziehungsweise 33 Prozent der Teilnehmer sehen (auch) Fonds mit Laufzeiten bis fünf Jahre beziehungsweise über zehn Jahre gern. Bemerkenswert ist vor allem der geringe Anteil der Antworten für die „Kurzläufer“, die sonst nach der Darstellung vieler Anbieter als besonders gut verkäuflich angesehen werden.

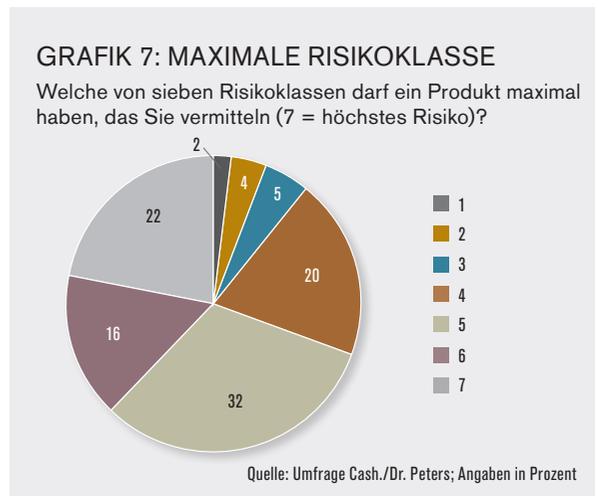
Ebenfalls deutlich von den Statements mancher Asset Manager weicht die Einschätzung des Vertriebs hinsichtlich der Bedeutung von Leistungsbilanzen ab. Demnach setzen fast drei Viertel der Teilnehmer eine positive Leistungsbilanz des Asset Managers voraus, für weitere 23 Prozent sollte sie zumindest vorhanden sein (siehe Grafik 6). Lediglich fünf Prozent stufen das Thema als „egal“ ein.



Das muss vor allem jenen KVGern zu denken geben, die ihre Leistungsbilanz/den Performancebericht zunehmend stiefmütterlich behandeln und sich allein auf das Argument verlassen, bei einer KVG prüfe schließlich die Finanzaufsicht BaFin die Qualifikation und Zuverlässigkeit der Geschäftsleiter sowie den sachgerechten Aufbau der Organisation etwa in Bezug auf das Risiko- und Liquiditätsmanagement. Das trifft zwar zu, wie bei der Einschätzung zur Nachfrage nach AIFs im Vergleich zu Vermögensanlagen sieht aber offenbar ein Großteil der Finanzdienstleister Regulierung allein nicht als Vorteil beziehungsweise nicht als wesentlich für den Vertriebs Erfolg an.

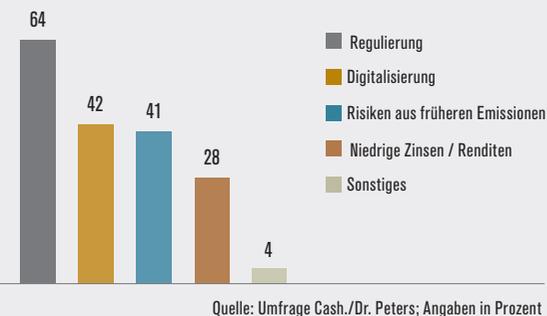
Für letzteren könnte ein weiterer Punkt künftig noch deutlich an Bedeutung gewinnen: Die Risikoklassifizierung. Sie ist seit dem Jahresanfang nach der Umsetzung der EU-Richtlinie MiFID II im Vertrieb über KWG-Institute im Rahmen der „Zielmarktbestimmung“ gesetzlich vorgeschrieben. Obwohl die neuen Vorschriften im freien Vertrieb noch nicht zwingend anzuwenden sind, stufen schon jetzt insgesamt 59 Prozent der Teilnehmer die Bedeutung der Risikoklassifizierung für den Vertriebs Erfolg als sehr hoch (18 Prozent) oder hoch (41 Prozent) ein.

Formal ist der Vertrieb für die korrekte Risikoeinstufung verantwortlich, in der Praxis wird sie – vor allem für freie Vermittler – jedoch vom Anbieter vorgegeben werden. Noch ist hierfür die Verwendung der Methode des ehemaligen Sachwertverbands BSI auf dessen fünfstufiger Skala möglich, was den Anbietern einigen Spielraum lässt. Spätestens ab 2020 müssen sie jedoch die siebenstufige Skala und die Systematik der EU-Verordnung zu „verpackten“ Anlageprodukten (PRIIPs) verwenden. In dieser Beziehung dürfte das Ergebnis der Umfrage nicht wenigen Anbietern einige Sorgenfalten ins Gesicht treiben. Demnach nennen

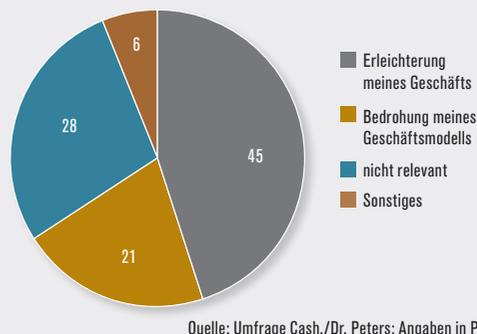


GRAFIK 8: TOP-HERAUSFORDERUNGEN

Was ist für Sie die größte Herausforderung der kommenden Jahre?

**GRAFIK 9: DIGITALISIERUNG**

Welche Bedeutung hat das Thema Digitalisierung für Sie?



– Stand heute – insgesamt lediglich 38 Prozent der Teilnehmer die Risikoklasse sechs oder sieben als das Maximum für ein Produkt, das sie vermitteln (siehe Grafik 7). Die deutliche Mehrheit akzeptiert nur kleinere Risikoklassen.

Für die Branche ist dies insofern ein Problem, als nach der PRIIPs-Systematik alle geschlossenen AIFs und wohl auch die Vermögensanlagen mindestens in Risikoklasse sechs von sieben fallen. Dort sind unter anderem alle Produkte einzuordnen, für die noch keine Vergangenheitswerte und auch kein allgemeiner Vergleichsindex vorliegen. Die Anbieter müssen also bis Ende nächsten Jahres zumindest noch einen Vergleichsindex für ihre Assetklasse(n) herbeizaubern – oder sehr viel Überzeugungsarbeit bei ihren Vertriebspartnern leisten.

Auch der Vertrieb selbst steht in den kommenden Jahren vor einigen Herausforderungen. An erster Stelle nennen die Teilnehmer mit 64 Prozent die Regulierung mit deutlichem Abstand vor Digitalisierung und Risiken aus früheren Emissionen mit jeweils gut 40 Prozent (siehe Grafik 8). Das dürfte auch damit zusammenhängen, dass die Antworten zu den Auswirkungen der MiFID-II-Umsetzung auf den Geschäftserfolg deutlich ins Negative tendieren. Zwar entfällt bei dieser Frage rund die Hälfte (48 Prozent) der Antworten auf „neutral“, daneben überwiegen jedoch „negativ“ (33 Prozent) und „sehr negativ“ (sechs Prozent) klar. Positive oder sehr positive Erwartungen an die MiFID II haben hingegen nur insgesamt fünf Prozent der Finanzdienstleister. Immerhin 18 Prozent geben gar an, dass sie überlegen, ihre Tätigkeit aufgrund von MiFID II ganz einzustellen.

Erstaunlich positiv hingegen sind die Einschätzungen zu der Bedeutung des Themas Digitalisierung (siehe Grafik 9). Anders als vielfach kolportiert sehen darin lediglich 21 Prozent der Finanzdienstleister eine Bedrohung ihres Ge-

schäftsmodells. 45 Prozent erwarten hingegen eine Erleichterung ihres Geschäfts. Für 28 Prozent ist das Thema nach eigener Einschätzung nicht relevant. Sechs Prozent haben unter „Sonstiges“ andere Erwartungen.

Dr.-Peters-CEO Gehling resümiert: „Wir nehmen die Ergebnisse der Umfrage sehr ernst und werden diese bei unseren jeweiligen Entwicklungsprozessen berücksichtigen. Interessant ist beispielsweise, dass 74 Prozent der Befragten angegeben haben, ein AIF sollte risikogemischt sein, um von ihnen angeboten zu werden oder dass lange Laufzeiten durchaus gerne gesehen sind. Beeindruckt hat uns auch das Ergebnis, dass ein schlechtes Image der Branche für 68 Prozent der Befragten das größte Vertriebshemmnis darstellt. Die größten Herausforderungen in den kommenden Jahren werden laut der Umfrage die Regulierung und die Digitalisierung sein. Hier werden wir unsere Partner aktiv unterstützen.“

Daneben sind drei Themenfelder zu erkennen, an denen die KVGs für einen größeren Vertriebs Erfolg ihrer AIF-Angebote noch verstärkt arbeiten müssen: An der Abgrenzung zu den VermAnlG-Emissionen und damit von dem schlechten Image des einst „grauen“ Kapitalmarkts, an ihren Leistungsbilanzen/Performanceberichten sowie perspektivisch an einer Lösung zur PRIIPs-Risikoeinstufung. Zudem benötigt ein nicht unbeträchtlicher Teil des Vertriebs noch mehr Unterstützung zur Bewältigung der MiFID II und über ein Viertel der Finanzdienstleister muss offenbar erst noch an das Thema Digitalisierung herangeführt werden. Denn tatsächlich „nicht relevant“ wird dies sicherlich für kaum eine oder einen von ihnen sein.

VERTRIEB

„Der positive Trend lässt sich fortsetzen“

Der Markt für Alternative Investment Funds (AIF) zeigt eine erneute Belebung durch institutionelle und private Anleger. Die Spitzen der Finanzdienstleister geben sich optimistisch.

HELMUT SCHULZ-JODEXNIS

Leiter Produktbereich Sachwerte & Immobilien
bei Jung, DMS & Cie.:

Die Regulierung der Anbieter und Produkte durch das KAGB hat zahlreiche Vorteile für Anleger und Vertrieb gebracht. Insbesondere seien hier die Funktion der Verwahrstelle, die Begrenzung der Fremdfinanzierung auf 60 Prozent und der Wegfall der Nachschusspflicht für Anleger genannt. Jung, DMS & Cie. (JDC) hat mit zahlreichen Anbietern von Beginn an die Vorteile der Regulierung beim Vertrieb geschult. Es folgte die Regulierung der Direktinvestments zu Vermögensanlagen, was einen weiteren Fortschritt bei der Regulierung von Anbietern und Produkten darstellt. Seit drei Jahren steigen die Umsätze im Sachwertbereich wieder deutlich an und JDC kann zweistellige Zuwachsraten verzeichnen. Die Verteilung ist dabei ca. 50 Prozent AIFs und 50 Prozent Vermögensanlagen. Letztendlich ist das Wachstum auch auf die Kontrolle der Angebote und Anbieter zurückzuführen. Leider wird der Vertrieb aber auch noch von Vermögensschäden aus dem Schiffahrtsbereich und durch neue Skandale aus der nicht regulierten Zeit (z.B. Magellan und P&R) negativ beeinflusst. Hier liegt eine Aufgabe im Vertrieb, indem er den Kunden die Unterschiede von regulierten und unregulierten Angeboten aufzeigt. Mit MiFID II wird durch die Geeignetheitsprüfung und Offenlegung aller Kosten ein weiterer Schritt in Richtung Transparenz für die Anleger vollzogen. Für den Vertrieb wird der Aufwand aber auch noch einmal steigen. Trotzdem ist es beim aktuellen Minizinsniveau unumgänglich, auch Sachwerte in das Portfolio des Kunden aufzunehmen. Eine große Tageszeitung titelte jüngst, dass deutsche Anleger im ersten Halbjahr 17 Milliarden Euro gegenüber der Inflation verloren haben. Man muss also das Vermögen breiter und mit Sachwerten diversifizieren, um mehr Erträge zu generieren. Wir sind sicher, dass die Geschlossenen AIFs eine

gute Lösung sind, um Kundenvertrauen zurückzugewinnen. Es zeigt sich auch, dass Anbieter mit guter Leistungsbilanz und regulierten Angeboten deutliche Umsatzzuwächse verzeichnen. Zusätzlich entstehen derzeit digitale Lösungen, die mittelfristig für eine deutlich breitere Kundenansprache sorgen werden. Insgesamt glauben wir daran, dass sich der positive Trend fortsetzen lässt und das Vertrauen der Anleger wieder wachsen wird.

ALEXANDER BETZ

Vorstandsvorsitzender Efonds Group:

Wir können feststellen, dass die Akzeptanz geschlossener AIF auf Seiten des Vertriebes deutlich gestiegen ist. Ein wesentlicher Grund dafür ist die Digitalisierung des Zeichnungsprozesses, den wir unseren Partnern anbieten. Gerade die elektronische Zeichnung hat aufsichtsrechtlich kritische Fehlerquellen eliminiert und reduziert zivilrechtliche Risiken auf ein Minimum. So sind seit Anfang des Jahres sämtliche Regulierungserfordernisse von MiFID II (z.B. kunden- und institutsindividuelle ex-ante-Kosteninformationen) in der eZeichnung integriert. Im Gegensatz zu vielen anderen Finanzinstrumenten gab es bei uns keine technischen Probleme, wir waren Anfang 2018 einsatzbereit. Vor diesem Hintergrund und dem positiven Feedback aus dem Markt erwarten wir steigende Vermittler- als auch Vermittlungszahlen. Daneben bieten wir unseren Partnern auch für online-affine Anleger, die ihre Anlageentscheidungen selbst und eigenverantwortlich treffen, mit der eDirektzeichnung das passende Instrument an. Mit dem digital unterstützten klassischen Beratungsgeschäft, ergänzt um das Onlineportal für Direktzeichner kann der geschlossene AIF jetzt auf Augenhöhe mit allen anderen Finanzinstrumenten agieren. Denn Sachwerte in der „bequemen“ Form des geschlossenen AIF gehören in jedes gut strukturierte Vermögensportfolio.

Manuel Jahn, Head of Business Development der Habona Invest GmbH

Nahversorgungsimmobilien – das neue Core liegt vor der Haustür

Während Eigentümer von Geschäftshäusern und Shoppingcentern bei besserer Konsumstimmung über rückläufige Frequenzen und sinkende Mieten klagen, rauscht das Geld in die Immobilien und Treffpunkte vor der eigenen Haustür, in attraktive Supermärkte, neue Gastronomie-, Beauty- und Wellnesskonzepte. Nahversorgungsimmobilien verdienen sich immer öfter das Prädikat Core.

Food schlägt Nonfood

In der Nahversorgung scheinen die Gesetze des Internets nicht zu gelten. Im Gegenteil: Während der Onlinehandel nicht von der Stelle kommt, entwickeln sich die physischen Standorte von Supermarkt & Co. auffallend positiv. Und das ist erst der Anfang: Das Smartphone hat uns Verbraucher auf Schnelligkeit, Bequemlichkeit und Spontanität getrimmt. Immer mehr Dinge wollen wir gleichzeitig erledigen, egal ob auf einem 4,7 Zoll Display oder auf dem Weg zur Arbeit. Fußgängerzonen und Einkaufszentren können diese Erwartungshaltung immer weniger erfüllen. Nachzulesen auch in dem zusammen mit GfK und Savills erarbeiteten Habona-Report 2018.

Die Zahlen sprechen für sich: Die wohnortnahen Angebote der täglichen Bedarfsdeckung, die zusammen ohnehin nahezu die Hälfte der Kaufkraft von rund 250 Milliarden Euro abschöpfen, legen schon seit Jahren umsatzseitig nahezu unbemerkt jährlich mit bis zu vier Prozent zu.



Zukunftsmarkt Nahversorgung

So fließen der Nahversorgung allein in diesem Jahr rund 7 Mrd. Euro zu. Aber was wird hier besser gemacht als im Nonfood-Handel? Während Nonfood generell unter abnehmender Wertschätzung und Preisverfall leidet, wird die Erwartung an Qualität, Frische und Emotion im Foodsektor besser umgesetzt. Zudem lässt sich die wohnortnahe Versorgung besser in den Tagesablauf integrieren und profitiert von Megatrends wie Gesundheit, Ernährung und Lifestyle.

Hieraus erwächst eine attraktive Anlageklasse, um an diesen Trends zu partizipieren: Handelsobjekte mit dominanter Marktposition, langfristigen Mietverträgen, bonitätsstarken Mietern, nachhaltigem Grundbedarf einer örtlich verwurzelten Kundschaft unabhängig von der demografischen und wirtschaftlichen Entwicklung.

Seit Gründung im Jahre 2009 fokussiert Habona Invest auf die

Werthaltigkeit dieser Assetklasse und bietet Privatanlegern Beteiligungsmöglichkeiten in einem geschlossenen AIF, der auf mieter- und standortseitige Diversifikation setzt. Ein weiteres Sicherheitsmerkmal sind die Mietverträge von Mietern wie Rewe, Lidl oder Netto, die weit über die Fondslaufzeit von 5 Jahren hinausreichen.

Investieren in Grundbedürfnisse

Johannes Palla, Gründer und Geschäftsführer von Habona: „Von den bisher sechs Fonds wurden bereits drei erfolgreich an institutionelle Investoren weiterverkauft und so eine Gesamtausschüttung für die Anleger von über neun Prozent p.a. erzielt. Der aktuelle Habona Einzelhandelsfonds 06 ist ebenfalls sehr gut angelaufen, und wir haben bereits die Erhöhungsoption auf 100 Millionen Euro Eigenkapital gezogen.“

Prognosen sind kein verlässlicher Indikator für künftige Wertentwicklungen. Bei dem geschlossenen inländischen Publikums-AIF handelt es sich um eine unternehmerische Beteiligung, die Risiken unterliegt. Der Verkaufsprospekt beinhaltet eine ausführliche Darstellung der zugrunde liegenden Annahmen und der wesentlichen Risiken. Diese Produktinformation dient Werbezwecken.

Kontakt Habona Invest GmbH: Baseler Straße 10 · 60329 Frankfurt · **Tel:** 069 / 4500158 0 · **E-Mail:** info@habona.de · **Internet:** www.habona.de

OPTIMIERTE PROZESSE

Digitalisierung als Absatzbeschleuniger

Die Digitalisierung ist ein globales Thema und zeigt sich in den einzelnen Feldern in ganz unterschiedlicher Weise. Emittenten erzielen enorme Einsparungen durch effizientere Verwaltungsabläufe und können sogar bei neuen Investmentvehikeln innovative Technologien einzusetzen. Die Vermittlung wird weiter gebraucht und kann über Social Media und Newsletter einen deutlich größeren Kundenkreis ansprechen. Last but not least ist nun der Kunde wirklich König, er ist Herr seiner Daten, die Auswahl und die Transparenz der verfügbaren Produkte steigt rapide und sie stehen ihm per Mausclick sekundenschnell zur Verfügung.

Alles ideale Voraussetzung für alle Partner zum engagierten Einstieg in diese Themen würde man meinen, aber nur neue Möglichkeiten alleine, machen noch keinen Markt und bringen auch keine Einsparung. Wir brauchen den Einsatz der neuen Möglichkeiten und das nicht nur am Rande oder nebenbei. Digitalisierung ist in der Mitte der Wirtschaft angekommen. Ein großes Emissionshaus hat gerade von seinen ersten Erfahrungen einer AIF-Emission über eine eigene Zeichnungsplattform berichtet: Der Durchschnittszeichner ist wider Erwarten an die 60 Jahre alt und viele Zeichnungen lagen deutlich über der Mindestzeichnung (in diesem Fall fast 30.000 Euro!). Ich denke der Markt ist reif und viele Kunden haben nun Vertrauen entwickelt.

Aber der Reihe nach: Beginnen wir bei den Möglichkeiten der Digitalisierung für den Emittenten. Hier kann wirklich viel erreicht werden. Durch die Automatisierung von Abläufen die früher per Hand gemacht wurden, entsteht sofort freie Kapazität. Wenn sie unbedingt noch Papier versenden möchten oder müssen, dann nutzen sie doch Druckdienstleister die es für jeden Einsatzzweck gibt. Viele davon, wie die Deutsche Post oder BC-Direct können direkt in die Verwaltungssysteme eingebunden werden. Diese Druckoptimierung, die vermehrte Nutzung der elektronischen Zustellung bei der Jahresaussendung und die elektronische Abstimmung und Auswertung der Gesellschafterbeschlüsse ermöglichen Einsparpotenziale von über 50 Prozent. Analysieren und automatisieren sie jeden Schritt

in den Verwaltungsprozessen, sie verschaffen sich mehr Freiheit für die Behandlung von Problemfällen, sie können das Kundenpotenzial besser nutzen und das Marketing in den sozialen Netzwerken ausbauen.

Der aktuelle Hype um die Blockchain wird gerade für die Emittenten eine gute Möglichkeit sein, ihre Digitalisierungsstrategie umzusetzen. Es stellt sich nicht die Frage, ob diese Technologie Bestand haben wird, sondern die Frage wird sein, wer die Chancen dieser revolutionären Technologien gewinnbringend einsetzen wird. Trotz des Hypes und der entstandenen Blase werden diese Technologien Markt und Wettbewerb drastisch verändern. Die Blockchain ist eine Datenbank die Vertrauen schafft. Sie kann als revisionssicherer Mittler fungieren und das auf allen Ebenen: Als Anlegerregister, als Wertpapier, als Bank, als Vertrieb, als Zahlstelle, als Depotbank. Multifunktional, offen und schnell. Eine echte Gefahr, aber auch eine riesige Chance. Die Regulierung in diesem Bereich wird analog der bisherigen Auflagen passieren, für erfahrene Marktteilnehmer eine Riesenchance, neue Produkte und Technologien zu entwickeln. Die Emittenten erhalten eine weitere Option, ihre Marktposition zu stärken und auszubauen. Noch ein Wort zu den Begriffen: Bei den meisten ICOs „Initial Coin Offerings“ handelt es sich eigentlich um einen „Tokensale“ oder auf gut deutsch einen „Verkauf von Wertmarken“ und das ist gut so. Ich freue mich schon auf den ersten AIF auf Basis von „Investmenttoken“.

Beratung im Wandel:
Informationen werden
über sämtliche Kanäle
transportiert



Wie funktioniert die Vermittlung von Produkten im digitalen Zeitalter? Natürlich papierlos rufen jetzt alle. Auch wenn der eine oder andere Kunde noch den „goldenen Füllhalter“ als Wertschätzung seiner Investitionsentscheidung nutzt, ist der digitale Trend nicht mehr aufzuhalten. Die Rolle des Vermittlers ist weiterhin nötig, wird sich aber stark wandeln. Der Vermittler wird zur Marketingmaschine. Sie informieren und beraten ihre Kunden über alle Kanäle. Da heißt es die Reichweite zu erhöhen und mit Streuverlusten zu leben. Vermittler die sich mit Marketingkampagnen beschäftigen (googeln Sie mal das Stichwort „marketing funnel“) und bei Interesse das richtige Produkt anbieten, können sich einen guten Teil des Kuchens sichern. Kunden finden auch 2018 nicht alleine zu den Produkten, wir brauchen Menschen die diese Mittlerrolle einnehmen und eine Entlohnung ist diesen auch zukünftig sicher. Dabei wird es unterschiedliche Ebenen geben: Der Komplettberater, der reine Vermittler oder Tippgeber (der sich zukünftig wohl eher Affiliate nennt und rein elektronisch abgewickelt wird). Die Kunden müssen dort abgeholt werden wo ihr Interesse liegt. Facebook und seine Töchter WhatsApp und Instagram sind da sicher die zentrale Anlaufstelle.

Der Kunde ist mittlerweile über jeden Sachverhalt auf der Welt in Sekundenschnelle informiert und trägt alle Informationen in der Hosentasche herum. Das Interesse an Finanzprodukten und an der genauen Ausgestaltung wurde aber bisher noch nicht gesteigert. Die Kunden kaufen Token, die nichts wert sind und investieren in Darlehen deren Renditeversprechen jeden Zwölfjährigen skeptisch werden lassen. Wie schaffen wir es, dass die guten Produkte auch so wahrgenommen werden? Das ist die Aufgabe der Stunde. Emittenten, Vermittler und der übrige Rest der Verbände sollte sich nicht zu Konferenzen treffen, sondern offen in den sozialen Medien debattieren. Prospekte, Videos und Analysen helfen nur wenig, wenn diese Informationen nicht frei

zugänglich sind. Suchmaschinen (und das ist der Ort wo praktisch alle Geschäfte ihren Anfang nehmen) lieben Inhalte. Gerade längere Texte mit genauen Angaben werden belohnt. Aber meist werden diese Inhalte hinter Logins versteckt. Da haben es schlechte Facebook-Posts und Negativmeldungen leicht und stehen im Suchergebnis vor dem eigentlichen Produkt. Der Grund ist klar: Dort wird umfangreich beschrieben und erläutert und diese Einträge bekommen sie auch nicht mehr weg.

Emittenten, Vermittler und Kunden können von der Digitalisierung profitieren. Es gibt bessere Produkte, schlankere Verwaltungen, günstigere Konditionen und mehr Reichweite. Allerdings müssen Sie aktiv werden, suchen Sie sich Leute mit Onlineerfahrung und starten sie Testballons. Der Vorteil der Digitalisierung liegt ganz klar in der Schnelligkeit und den geringen Kosten. Sie können eine Facebook-Kampagne mit wenigen Klicks einfach selber erstellen und Ihre Website besteht nur zum Teil aus Design. Von Google gefunden wird der Inhalt und den können Sie sofort ohne Spezialisten verbessern. Das kostet lediglich etwas Arbeitszeit.

Der Weg der Digitalisierung ist keine Revolution. Begreifen Sie es als Weiterentwicklung Ihrer bestehenden Geschäftstätigkeit. Wir als Anbieter von Software für den ganzen Lebenszyklus von Beteiligungen entwickeln unsere Software auch nicht im stillen Kämmerlein. Wir stellen uns unseren Kunden und versuchen jeden Monat neue Kundenanforderungen in unsere Produkte zu integrieren. Kontinuierliche Verbesserung ist die eigentliche Herausforderung und das ist wirkungsvoller als jede Revolution.

Autor Harald Elesperger ist Gründer und Vorstand der xpecto AG, die gemeinsam mit seinem Tochterunternehmen xpecto talonec GmbH Software für Sachwerte anbietet.
www.xpectotalonec.com

Marco Ambrosius, Geschäftsführer HTB Hanseatische Fondshaus GmbH

Chancen des Zweitmarkts nutzen

„Der Erstmarkt von heute ist der Zweitmarkt von morgen!“ Diese These mag auf den ersten Blick provozierend klingen. Doch wer sich intensiv mit unternehmerischen Beteiligungen wie geschlossenen Fonds befasst und den Zweitmarkt dabei bisher außer acht gelassen hat, sollte seine Haltung überdenken.

Betrachtet man den Erstmarkt der vergangenen 12 bis 24 Monate, entsteht zunehmend der Eindruck: Gute Produkte sind Mangelware. Das liegt allerdings weniger am Unvermögen der Fondshäuser intelligente Angebote zu entwickeln, als vielmehr an der Knappheit interessanter Objekte; zumindest wenn wir an Immobilieninvestments denken. Unter dem Eindruck der Kapitalmarktkrise haben die Notenbanken die Märkte mit Liquidität geradezu überschwemmt. Dieser Liquiditätsüberschuss hat unter anderem die Preise für hochwertige Anlageobjekte in die Höhe getrieben. In der Folge sehen wir gerade bei Immobilien Preise, die angesichts künftiger Erträge keine gute Prognose für den Erfolg eines solchen Investments zulassen.

Weniger Objektqualität bei Erstmarktangeboten

Auffällig ist auch, dass die angebotenen Objekte immer seltener der Kategorie Core angehören. Verstärkt haben die Fondsgesellschaften Core+- und Value Add-Objekte erworben. Auch die Standorte haben sich verändert: Waren es früher überwiegend 1a-Lagen in den Metropolen der Welt, mussten es zuletzt häufig Objekte in kleineren Städten und weniger guten Lagen

sein – was singulär betrachtet für einen Anlageerfolg kein Nachteil sein muss.

Zweitmarkt als Alternative

Doch es gibt sie noch, die guten Objekte und ertragreichen Investments, nur finden sie sich immer weniger im Erstmarkt. Im Zweitmarkt dagegen wächst das Angebot von Beteiligungen, die zwar durchaus hochwertige Assets enthalten, deren Entwicklung dennoch hinter den Prognoserechnungen zurück geblieben ist.



Marco Ambrosius, HTB

Die hohe Liquidität führt allerdings auch dort mittlerweile zu steigenden Preisen. So lagen die Kurse der an der Fondsbörse Deutschland gehandelten Anteile in den vergangenen Monaten bei über 90 Prozent.

Auf das Know How von Zweitmarktspezialisten vertrauen

Ein großes Problem für mögliche Käufer ist es jedoch, die Qualität der Investments einzuschätzen – gleich, ob es sich um professionelle oder private

Anleger handelt. Hier kommen auf den Zweitmarkt spezialisierte Anbieter wie die von der BaFin regulierte Bremer HTB Hanseatische Fondshaus ins Spiel. Ursprünglich als Wirtschaftsprüfungsgesellschaft gegründet, hat sich das Unternehmen frühzeitig auf die Konzeption von Zweitmarktfonds konzentriert. Es verfügt daher über langjährige Markterfahrungen und die nötige Expertise, um den Wert einer Beteiligung und seine Entwicklung einschätzen zu können.

Für den Anleger hat das mehrere Vorteile: Zum Einen investiert er in qualitativ hochwertige Assets, die sowohl den Realitätscheck von einigen Jahren Laufzeit als auch die Expertenbewertung der HTB bestanden haben. Die Bündelung mehrerer solcher Zielfonds in einem Zweitmarktfonds ergibt zudem eine gegenüber einem Direktinvestment vorteilhafte Risikomischung.

Attraktive Renditen für Anleger

Den Praxistest hat diese Strategie bereits seit Jahren bestanden. Die Anleger der HTB erhielten vor kurzem erneut plangemäße Auszahlungen: Aktuell liegen alle Immobilien-Zweitmarktfonds durchschnittlich im oder über Plan. Für die Fonds mit der Bezeichnung HTB Zweitmarkt Immobilienfonds (ZM IF) 1 bis 8 belaufen sich die Auszahlungen für die ersten beiden Quartale 2018 auf 2,5 Prozent (HTB ZM IF 5) bis 10,0 Prozent (HTB ZM IF 2) – ein guter Beleg dafür, dass renommierte Zweitmarktspezialisten auch heute noch Chancen für ertragreiche Investments in hochwertige Immobilienbeteiligungen ermöglichen können.