4 190119 006003 12
Deutschland
EUR 6,00
NR. 12 · DEZEMBER 2020
38. JAHRGANG
ÖSTERREICH EUR 6,70
www.cash-online.de

Cash.

VERSICHERUNGEN,
FONDS, SACHWERTE

Extra Baufinanzierung
Digitale Tools für eine effiziente Beratung

Dan Sauer, Vertriebschef für Zentraleuropa bei Nordea Asset Management, im Interview zum Thema nachhaltiges Investieren.

NACHHALTIGKEIT

„Es liegt in unserer nordischen DNA“

Warum verantwortungsbewusstes Investieren für Nordea Asset Management Tradition hat

GRÜNE POLICEN So nachhaltig sind die Versicherer · **STUDIE** Passives versus aktives Fondsmanagement · **ESG-BERATUNG** Das kommt auf Vermittler 2021 zu · **STARKOCH UND GELDANLAGE** Christian Rach und seine Vorsorge-Strategie · **FINANCIAL ADVISORS AWARDS** Die Nominierten 2020 · **SACHWERTANLAGEN** Produkte mit Fokus Erneuerbare Energien

Top Tarife
für Gründer,
Angestellte &
Beamte
Folke Tedsen
HanseMerkur Leiter Leistungs- und Gesundheitsmanagement
E-Health-Innovation
für Ihre Kunden
KV-Tarife mit Zukunft
Die Private Krankenversicherung der HanseMerkur bietet Zugang zum neuesten Stand der Medizin. Innovative Behandlungen, digitale und telemedizinische Gesundheitsprogramme sowie der Online Arzt zählen selbstverständlich zu unseren Leistungen. Das ist gut für Ihre Kunden und Ihren Vertriebserfolg, denn Hand in Hand ist HanseMerkur.
Hand in Hand ist
HanseMerkur

Grüne Megawelle

Um von A nach B zu kommen, lassen Sie das Auto immer häufiger stehen, setzen stattdessen auf ökologisch nachhaltige Fortbewegungsmittel wie die Bahn. Sie achten darauf, dass der Strom für Haus oder Wohnung aus Windkraft oder Solarenergie kommt. Beim Einkauf verzichten Sie auf Verpackungen aus Plastik und nutzen stattdessen lieber Mehrwegbehälter. Und Sie ernähren sich vegetarisch oder sogar vegan, aber auf jeden Fall kalorien- oder fettreduziert. Kurzum, sie leben bewusst, nachhaltig und Ressourcen schonend. Wenn das der Fall ist, sind Sie vermutlich auch in bei Ihre eigenen Finanzen und bei denen Ihrer Kunden nachhaltig unterwegs. Und Sie investieren verantwortungsbewusst, schließen Umweltsünder und Firmen aus, die nicht ethisch und sozial korrekt arbeiten oder geführt werden. Zum Wohle der Gesellschaft, aber vor allem auch zum Wohle des Vermögens Ihrer Kunden, das dadurch eine Chance auf höhere Rentabilität hat. Nein, nicht? Dann wird es aber höchste Zeit. Schließlich sind nachhaltige Investments oder eine auf den vorgenannten Themen beruhende Altersvorsorge längst kein Marketing-Gag mehr oder eine Modeerscheinung. Und auch für Ihre Kunden ist es an der Zeit, sich damit auseinanderzusetzen, wie man investieren kann und dadurch positive wirtschafltliche und gesellschaftliche Prozesse, die sowohl das Gemeinwohl fördern als auch die Umwelt und Ressourcen schonen, anschieben kann. Spätestens ab dem kommenden Jahr wird das nach dem Willen der Europäischen Kommission Pflicht in ganz Europa. Unternehmen sind gezwungen, ihre Strategien anhand nachhaltiger Aspekte auszurichten, Kapitalanlagen müssen nach nachhaltigen Kriterien umgebaut werden und Anleger nach ihren ökologischen sowie ethisch-sozialen Präferenzen in der Beratung befragt werden.

Grund genug, die gesamte Ausgabe diesem Thema zu widmen und dabei die unterschiedlichen Branchen zu fragen: Wer macht was, wie weit sind die Umbauprozesse, wie erkennt man als Berater oder Anleger, wer oder was nachhaltig ist und last but not least, wie entlarvt man Trittbrettfahrer, die nach außen für das Thema Nachhaltigkeit stehen, bei näherer Betrachtung aber genau das Gegenteil tun? Auffallend ist, dass die Investmenthäuser und auch die Anbieter von Alternative Investment Funds offensichtlich die Themen Nachhaltigkeit und Verantwortungsbewusstes Investieren in der Breite ein wenig früher für sich entdeckt haben als der Rest der Finanzindustrie. Als Beispiel mag dafür Nordea Asset Management stehen. Das skandinavische Fondshaus hat bereits in den 80er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts ihre ersten ESG-Fonds, also Portfolios, die ökologische, ethisch-soziale und Governance-Themen berücksichtigen, aufgelegt und seitdem die Strategie sukzessive ausgebaut.

Wohin uns diese Nachhaltigkeits-Reise führt, weiß derzeit niemand. Fakt ist nur: Es rollt eine grüne Megawelle auf uns alle zu und verantwortungsbewusstes Investieren dürfte sich mittel- und langfristig wohl zum Standard entwickeln.

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

FOTO: FLORIAN SONNTAG

INHALT

6 **STANDPUNKTE** Kolumnen und Kommentare von Robert Halver, Baader Bank; Marcus Renziehausen, The Engineers of Finance; Brunno Maradei, Aegon Asset Management

VERSICHERUNGEN

12 **NEWS**

14 **GRÜNE POLICEN** Es braucht im Vertrieb noch deutliche Aufklärungsarbeit, damit nachhaltige Altersvorsorge die Zeichen der Zeit erkennt

18 **TAXONOMIE** Warum es eine enorme Herausforderung ist, die Kapitalanlagen eines Versicherers nachhaltig auszurichten

20 **MOBILITÄTSKONZEPTE** Das E-Bike wird zu einer Alternative für Pendler. Die neue Mobilität verändert aber auch Risiken und Geschäftsmodelle der Versicherer

22 **DIGITALISIERUNG** Digitale Bancassurance-Kooperationen zwischen Insurtechs und Banken sowie Versicherern boomen. Was das für die klassischen Berater und Vermittler bedeutet

24 **TRÜFFELSUCHER** Markus Heussen, Geschäftsführer von Snoopr, über die Besonderheiten der Betreibergesellschaft

INVESTMENTFONDS

46 **NEWS**

48 **NACHHALTIGKEIT** Das Verantwortungsbewusstsein für den sinnvollen Umgang mit Kapital steigt, Fondsanbieter bauen ihr Angebot stetig aus. Doch nicht alle Anlageprodukte halten, was sie versprechen

52 **INTERVIEW** Dan Sauer, Nordea Asset Management, über die ESG-Strategie des skandinavischen Fondshauses

58 **ERFOLGSFAKTOR** Warum es für Unternehmen wichtiger denn je ist, Nachhaltigkeit in ihre langfristigen Strategien zu integrieren

62 **BALANCE** Eine Studie von Lyxor ETF Research gibt Aufschluss, wie aktive Fondsmanager die Krise im vergangenen Halbjahr bewältigt haben

CASH. GALA
Am 10. Dezember 2020 werden zum 18. Mal die Financial Advisors Awards vergeben. Die Nominierten finden Sie ab **SEITE 27**

48 TITEL: Nachhaltigkeit Dan Sauer, Nordea Asset Management, erklärt im Interview, warum ESG für das nordische Investmenthaus kein Modethema ist und wie die Chancen für Nachhaltigkeit im Vertrieb sind.

FINANZBERATER

72 NEWS

74 ESG Künftig müssen Berater beim Anleger auch die Präferenzen in Sachen Nachhaltigkeit abfragen. Der Beratungsaufwand wird häufig noch unterschätzt

80 LIMBECK Immer mehr Kunden wären bereit, Versicherungen bei BigTechs abzuschließen

82 STUDIE Warum Ältere einen Wandel in der Produktpalette für unglaubwürdig halten

EXKLUSIV
Blau-Direkt-Chef Oliver Pradetto im Interview
ab **SEITE 65**

SACHWERTANLAGEN/IMMOBILIEN

96 NEWS

98 ERNEUERBARE ENERGIEN Der Ausbau ist ins Stocken geraten, nun will die Politik gegensteuern

100 REGULIERUNG Warum der Schaden größer ist als der Nutzen

102 RUHRPOTT Warum die Immobilienpreise nicht mit jenen an anderen Hotspots mithalten können

106 BIG DATA Bei der Auswahl von Immobilien wird auch die Geschwindigkeit zum Erfolgsfaktor

107 METROPOLEN Wie man unsichtbaren Wohnraum nutzen kann

108 CORONA Wie sich die Pandemie auf das Suchverhalten von Immobiliensuchenden auswirkt

RECHT & STEUERN

110 GESELLSCHAFTSRECHT Eine neue Rechtsform für den Mittelstand wird kontrovers diskutiert

112 DATENSCHUTZ Warum Unternehmen in der Coronakrise Gesundheitskonzepte entwickeln müssen

CASH. EXTRA
Baufinanzierung
ab **SEITE 83**

RUBRIKEN

114 Vorschau
114 Impressum

TITEL: CHRISTIAN DAITCHE
FOTOS: CHRISTIAN DAITCHE, BLAU DIREKT GMBH && CO. KG

www.hauck-aufhaeuser.com

FÜR JEDEN FONDS
DIE RICHTIGE LÖSUNG.

Sie benötigen einen verlässlichen Partner für die Umsetzung Ihres Finanzproduktes? Wir konzipieren und verwalten Kapitalmarktprodukte für Vermögensverwalter, Family Offices, Banken, Versicherungen, Pensionsfonds, Investmentgesellschaften und Private-Equity-Häuser. Sprechen Sie uns an und nutzen Sie unsere Erfahrung.

Financial Assets
Anja Schlick
+49 89 2393 2165
anja.schlick@hauck-aufhaeuser.com

Real Assets
Christoph Kraiker
+352 451314 510
christoph.kraiker@hauck-aufhaeuser.com

HAUCK & AUFHÄUSER
PRIVATBANK SEIT 1796

KOLUMNE

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

Corona als ultimative Herausforderung an die Politik

Deutschland ist zwar ein föderaler Staat. Trotzdem sollte es angesichts der Virus-Krise möglich sein, bundeseinheitliche Maßnahmen zu ergreifen. Wenn jedes Bundesland sein eigenes Süppchen kocht, ist die Gefahr groß, dass die Bürger im deutschen Corona-Dschungel den Überblick verlieren, was sie wo und wann dürfen oder nicht.

Daneben geht es um Transparenz und Verhältnismäßigkeit. Die Definition als Risikogebiet, die ab 50 Neuinfektionen pro 100.000 Einwohner binnen sieben Tagen greift, ist ein politisch, nicht medizinisch festgelegter Wert. Warum nicht 40, 75 oder 100? Hier ist Aufklärung nötig, damit die Menschen den Sinn erkennen. Geradezu absurd wird es in puncto Pandemiebekämpfung, wenn Kommunalpolitiker ihren Bürgern nicht den Anblick von Bundeswehrsoldaten zumuten wollen, obwohl sie den Gesundheitsämtern Unterstützung leisten. Das ist ideologische Obsession mit besonders dickem Brett vor dem Kopf.

Wenn aber solche politischen Flickenteppiche existieren, ist auch die Durchsetzung der Corona-Regeln schwierig, auf die es entscheidend ankommt. Denn diejenigen, denen coronale Schutzmaßnahmen schnurzpiepegal sind, tragen Verantwortung dafür, dass ganze Firmen und Schulen wegen Quarantäne nicht mehr arbeitsfähig sind. Zur Verhinderung von wirtschaftlichen Kollateralschäden muss der Staat knallhart und rigoros mit bundeseinheitlichen Sanktionen antworten, die auch richtig wehtun. Wattebällchen-Politik bringt uns nicht weiter. Sonst riskiert er einen Kontrollverlust und im Extremfall einen zweiten großen Lockdown. Dann wird aus der Rezession eine Depression.

Wichtig ist dennoch, dass keine Panikmache betrieben wird. Gerade Deutsche, die vom Stamme Hasenfuß sind, zeigen sich für Angst sehr empfänglich. „German Angst" hat es sogar in den angelsächsischen Duden geschafft. Tatsächlich, wer abends mit Corona zu Bett geht und damit morgens wieder aufwacht, braucht gerade in der dunklen Jahreszeit schon ein besonders sonniges Gemüt. Wenn man zwischendurch auch noch immer neue Hiobsbotschaften von Politikern und Virologen vernimmt, wird selbst der lustigste Rheinländer zum Sauertopf. Den Preis dafür zahlen nicht die monetär abgesicherten Eliten, sondern die einfachen Leute. Worte zerstören, wo sie nicht hingehören. Meine Mutter sagte immer zu mir: Bevor du den Mund aufmachst, denke an die Folgen.

Bei zu viel Angst werden nicht nur die Menschen, sondern auch die Wirtschaft krank. Kommen auch noch Angst vor Arbeitslosigkeit, Existenzängste von Selbständigen, die Sorge, seinen Kindern erklären zu müssen, was demnächst vielleicht nicht mehr geht oder einfach nur Einsamkeit hinzu, entwickeln sich Krankheitssymptome, die Corona in nichts nachstehen. Es erkranken Menschen nicht nur an, sondern auch wegen Corona. Daher muss die Politik auch Mut machen. Es ist z.B. sinnvoll, nicht nur platt auf die Zahl der Neuinfektionen zu schauen, die auch wegen stark vermehrter Tests ansteigen. Man muss differenzieren. Es geht um die Schwere der Symptome und des Krankheitsverlaufs sowie einer sauberen Analyse der Sterblichkeit. Corona ist sehr ernst zu nehmen. Aber es rottet uns nicht aus.

Grundsätzlich deckt Covid-19 schonungslos die Defizite des deutschen Wirtschaftsstandorts auf. Man kann vom Trio Infernale sprechen. Neben dem coronalen Nachfragerückgang kommt die Strukturschwäche speziell in der Auto- und Zulieferbranche sowie unser Rückstand bei Digitalisierung und Bildung ungeschönt zum Vorschein.

Es reicht nicht aus, die deutsche Wirtschaft irgendwie wieder auf das Vor-Corona-Niveau zurückzubringen. Denn schon da zeigten sich unsere Schwächen. Es muss vor allem die Zukunft nach Corona gewonnen werden. Diese scheinen viele Unternehmen nicht mehr ganz so rosig zu sehen. Nach der Finanzkrise 2008 hielten die Firmen noch an ihren Beschäftigten fest, um für die Zeit nach der Krise wieder durchstarten zu können. Im Vergleich dazu stellt die aktuelle Entlassungswelle von gut ausgebildeten Facharbeitern trotz Verlängerung des Kurzarbeitergeldes bis Ende 2021 einen gewaltigen Bruch dar. Das bezeichnen manche Politiker als „kalten Kapitalismus". Unternehmen sind allerdings nicht für die Wirtschaftspolitik verantwortlich.

Die Menschen, die im Hambacher Tagebau oder am Fließband arbeiten, brauchen eine Vision, wie es für sie nach Braunkohle und Verbrennungsmotor weitergeht. Eine Wiedererinnerung an den früheren Werbeslogan der Audi AG, „Vorsprung durch Technik" wäre bitter nötig. Mit dieser Art Wirtschaftspolitik waren wir immer vorne. Den Digitalisierungsvorsprung der anderen müssen wir auch infrastrukturell, z.B. mit wettbewerbsfähigen Strompreisen aufholen. Und Klimaschutz darf man nicht nur ideologisch betrachten, sondern logisch: Unsere hier vorhandenen Talente müssen gefördert werden. Wir müssen Geld damit verdienen.

Doch statt sich konsequent der US- und asiatischen Konkurrenz zu stellen, fabuliert man in der Politik lieber über Steuererhöhungen, obwohl sie konjunkturell wie Meister Proper auf die Flecken am Boden wirken. Es versteht niemand, wenn Deutschland die Steuern erhöht, während Italien seine Steuern mit europäischen Finanzgeschenken senkt. Diese Steuererhöhungen sollen die steigenden Sozialleistungen stemmen. Gegen sie als Errungenschaft des humanistischen Europas ist zwar nichts einzuwenden. Jedoch sollten sie aus den Gewinnen einer innovativen Volkswirtschaft gespeist werden. Das ist Soziale Marktwirtschaft. Dagegen führt immer mehr steuerfinanzierte Staatswirtschaft nach schwedischer Machart der 70er Jahre in die Zweitklassigkeit mit Auszug von Firmen und Beschäftigungsarmut. Sicher wird die Digitalisierung Arbeitsplätze kosten. Doch ist es dringend erforderlich, möglichst viele neue Jobs und Erwerbseinkommen zu schaffen. Die Alternative, das bedingungslose Grundeinkommen, klingt faszinierend, nimmt den Menschen aber Lebensinhalt und bringt viele neue Zivilisationskrankheiten mit sich. Übrigens werden auch diese wieder mit Steuererhöhungen finanziert.

Insgesamt brauchen wir gesundheitspolitisch eine Bekämpfung des Virus mit überzeugenden Regeln und deren konsequente Einhaltung sowie wirtschaftspolitisch neue Zähne, damit wir auch morgen noch kräftig zubeißen können.

Rechtliche Hinweise / Disclaimer und Grundsätze zum Umgang mit Interessenkonflikten der Baader Bank AG: https://www.roberthalver.de/Newsletter-Disclaimer-725

PEACE, LOVE & MONETEN MIT MORAL.

FÜR BLUMENKINDER, BLUMENKINDER-KINDER UND BLUMENKINDER-ENKELKINDER

Geld anlegen kann auch Rock 'n' Roll sein!

DIE MINDESTANLAGE BETRÄGT 10.000,- EUR.
KEIN SPARPLAN.

Jetzt informieren unter 02103 | 28 41-311

ÖKOWORLD
ROCK 'N' ROLL FONDS

ÖKO-TEST
ÖKOWORLD LUX S.A.
ÖKOWORLD ROCK 'N' ROLL FONDS
DER ERSTE ELTERNFONDS DER WELT
ISIN: LU 0380798750
1. Rang im Vergleich mit 30 grünen Mischfonds
Testveröffentlichung: ÖKO-TEST Magazin 10/2018

Cash. AUSGEZEICHNET
2019 FINANCIAL ADVISORS AWARD
KATEGORIE: MISCHFONDS
ÖKOWORLD Rock 'n' Roll Fonds
ÖKOWORLD

REFINITIV LIPPER FUND AWARDS
2020 WINNER EUROPE

ÖKOWORLD AG
Itterpark 1, 40724 Hilden | Düsseldorf
Tel.: 0 2103 | 28 41-0, E-Mail: info@oekoworld.com
www.oekoworld.com, www.rock-n-roll-fonds.com

KOLUMNE

Marcus Renziehausen
ist Betriebswirt und Unternehmer, Autor und Speaker. Seit 2002 ist er als Vorstandsvorsitzender bei der The Engineers of Finance AG tätig.

From Zero to Hero

Viele Finanzberater stehen dem Online-Marketing hilflos gegenüber und wissen nicht, wie und womit sie loslegen sollen. Dabei müssen digitale Strategien gar nicht kompliziert sein, um eine weitreichende Wirkung zu haben. Mit dem folgenden Vier-Stufen-Konzept gelingt es auch Social-Media-Skeptikern, innerhalb nur eines Tages eine wasserdichte digitale Neukundenstrategie auf die Beine zu stellen.

Bereits 50.000 Leads habe ich mit diesen Vier-Stufen-Verfahren selbst generiert. So pompös diese Zahl auch klingt, ich verspreche Ihnen: Die Methode ist kinderleicht! Dass diese Einsteiger-Variante so simpel ist, macht sie so erfolgreich. Und einfach bedeutet nicht unprofessionell oder wenig effektiv – im Gegenteil. Sie liefert messbare Top-Ergebnisse.

Viele denken bei Online-Marketing an E-Mail-Fluten, an Newsletter, das Vertreiben von E-Books, SEO oder SEA. All das ist möglich. Doch wer in die digitale Kundengewinnung einsteigen will, muss sich nicht die Finger wundtippen. Es reicht ein kurzer Prozess mit wenig Material und Aufwand. Er führt den Berater auf direktem Weg zur Kundenanfrage und einem Termin.

Neulinge starten am besten mit Facebook und Instagram. Der Vorteil der beiden Big Player: 1. Im Facebook-Werbeanzeigen-Manager lassen sich beide Plattformen organisieren – sowohl die Anzeigen für den blauen Social-Media-Klassiker als auch in der bunten Instagram-Bilderwelt. 2. Bei beiden Kanälen ist es kinderleicht, die eigene Zielgruppe genau zu definieren. Problemlos können Sie dort nach Alter, Geschlecht, Hobby, Wohnort und Interessen filtern. Das vermindert Streuverluste. Gleichzeitig lassen sich dort leicht Kampagnen sortieren. Sobald die Erfahrung wächst, können Engagierte ihre Aktivitäten auf Google, YouTube oder Werbe-Netzwerke wie Taboola ausweiten.

Damit das Ganze innerhalb eines Tages klappt, sollten Finanzberater zwei Posten für sich geklärt haben: Wer sind die eigenen Kernkunden? Und welchen Nutzen liefere ich ihnen? Wer hier klar sieht, wird mit folgenden vier Stufen zum Online-Fan.

In vier Stufen zum Neukunden

Die Anzeige – Bild, Text & Link

Los geht's mit der Anzeige. Entweder durchforsten Sie Ihr eigenes Fotoarchiv oder nehmen ein anderes Bild, das zur Werbeaussage passt. Kreative Stock-Fotos funktionieren auch sehr gut –hier sollte das Motiv allerdings so individuell wie möglich sein und zur eigenen Marke passen. Wer sich gerne vor eine Kamera stellt, kann auch mit einem Video seine Message verbreiten. Wichtig: Auch wenn kein Profi-Niveau nötig ist, sollten Bild und besonders Ton einen seriösen Eindruck hinterlassen.

Mit einer Länge von maximal 60 Sekunden sind Berater auf der sicheren Seite. Folgender Aufbau ist ideal: 1. Wer mit einem kleinen Hook einsteigt, weckt sofort die Aufmerksamkeit, à la: „Du bist Finanzberater und willst Neukunden gewinnen?" 2. Anschließend gilt es, das Problembewusstsein zu schärfen: „Sie finden keine Neukunden? Sie sind immer auf Empfehlungen angewiesen?" 3. Im dritten Teil bieten Sie eine Lösung an: „Es hilft eine digitale Strategie!" 4. Idealerweise endet Ihre Ansprache mit einem Call to Action: „Wenn Sie mehr erfahren wollen, klicken Sie auf den Link." Egal, ob Sie sich für Bild oder Video entscheiden: Im ergänzenden Posting-Text sollte sich die Werbeaussage und der Call to Action wiederholen.

Die Landingpage – Daten sammeln & filtern

Wer auf die Anzeige klickt, landet auf einer Landingpage. Sie dient dazu, den User zu einer gezielten Aktion (Conversion) zu bewegen. Für Finanzberater ist das A und O, dass die User Daten hinterlassen und er mit ihnen in Kontakt treten kann. Meine Empfehlung ist, mit intelligenten Formularen zu arbeiten. Diese starten mit dem User eine freundliche Konversation. Berater können hier passende Fragen hinterlegen. Wer sich bei seinen Neukunden z.B. auf selbstständige Handwerker fokussiert, kann mit folgendem Einstieg Kompetenz beweisen: „In welchem Handwerk sind Sie tätig?" Wer hier Antwortmöglichkeiten vorgibt, demonstriert sein fachliches Know-how.

Der Interessent fühlt sich abgeholt: „Hier bin ich richtig!" Völlig automatisiert baut der User Vertrauen auf. Gleichzeitig können Berater so die Interessenten filtern. Mit Fragen wie „Wie groß ist dein Anlagevermögen?" lenkt das System den User je nach Antwort unterschiedlich. Innere Logiken machen diese Formulare so wertvoll. So entlarven Finanzprofis genau die Kunden, die sie suchen. Bei der Abschlussfrage „Wünschen Sie ein persönliches Gespräch?" können User ihre Daten eintippen. Wenn Kunden ihren Wunschtermin direkt in einem Online-Kalender fixieren können, wirkt das doppelt smart. Und ohne dass der Berater etwas machen muss, füllt sich der Akquiseplaner.

Das erste Telefonat – It's a match?

Die Stufen 3 und 4 sollten Beratern bekannt vorkommen. Bei einem kurzen Telefonat beschnuppern sich User und Finanzprofi: Was will der Interessent? Stimmt die Chemie? Passen wir zueinander? Entsteht Vertrauen? „Viele Fragen stellen" lautet die Devise: Welche Wünsche, Ziele, Ängste, Sorgen treiben den Gesprächspartner um? Am Ende geht es darum, einen Beratungstermin auszumachen.

Das Beratungsgespräch – Zuhören und Nutzen liefern

Das Treffen kann online oder offline stattfinden. Auch hier zählt wieder: Viele Fragen und den Kunden ins Zentrum stellen – nicht die Produkte! Wer Online-Marketing betreibt, genießt viele Vorteile. Statt nur auf Empfehlungen zu warten oder Leads zu kaufen, setzt er auf planbare, skalierbare und automatisierte Kampagnen. Anzeigen erhöhen Touchpoints und Sichtbarkeit. Selbst wenn User keine Daten hinterlassen, poliert die digitale Präsenz das eigene Image auf. Sie fördert Vertrauen und Markenaufbau.
Außerdem wirken Berater, die online unterwegs sind, fortschrittlich und flexibel. Natürlich sollten sie dabei immer die Kosten im Blick behalten. Aus wie viel in Werbung investierten Euro wird wie viel Gewinn?
Zum Einstieg eignet sich ein monatliches Budget von etwa 300 Euro. Und wer unterm Strich vorne einen Euro pro Kunde investiert und später drei Euro und mehr rausbekommt, versteht, wie wirksam Online-Marketing funktionieren kann – das gilt auch für Einsteiger.

LOVE, PEACE, PERFORMANCE

DER ÖKOWORLD ROCK 'N' ROLL FONDS STELLT SICH VOR

WAS IST DER ÖKOWORLD ROCK 'N' ROLL FONDS?

Sie möchten den ÖKOWORLD ROCK 'N' ROLL FONDS in zwei Minuten kennenlernen?

Schauen Sie sich unser kurzes Video zum
ÖKOWORLD ROCK 'N' ROLL FONDS auf unserer Webseite
www.rock-n-roll-fonds.com
oder mit Hilfe des QR Codes an.

ÖKOWORLD ROCK 'N' ROLL FONDS

DER ERSTE Elternfonds DER WELT

WEITERE INFORMATIONEN

Gerne lassen wir Ihnen entsprechendes Informations- und Werbematerial zukommen.
ÖKOWORLD AG, Itterpark 1, 40724 Hilden | Düsseldorf, Tel.: 0 2103 | 28 41-0, E-Mail: info@oekoworld.com
www.rock-n-roll-fonds.com

ÖKOWORLD
ROCK 'N' ROLL FONDS

KOLUMNE

Brunno Maradei
Global Head of Responsible Investment
bei Aegon Asset Management

Impact Investing Risiken: Schlechte Messstandards

Impact Investing läuft Gefahr, durch unterdurchschnittliche Messung und Berichterstattung beeinträchtigt zu werden, so dass die Anleger von den übermäßig positiven Ansprüchen der Asset Manager enttäuscht sind.

Impact Investing basiert auf der Vorstellung, dass Investoren neben positiven und messbaren sozialen und ökologischen Auswirkungen auch finanzielle Erträge anstreben können. Es ist ein spannendes Feld, befürchtet aber, dass es durch die Versuche einiger Vermögensverwalter, sich einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz zu verschaffen, zunichte gemacht wird.

Mein zynisches Selbst würde argumentieren, dass der neue Wirkungstrend nur eine Verschleierung und ein Versuch ist, sich in einem zunehmend überfüllten ESG-Investitionsraum zu differenzieren. Während Impact Investing, wenn es richtig gemacht wird, respektabel ist, kämpft dieser Bereich immer noch mit suboptimalen Mess- und Berichtstechniken, so dass sich viele Investoren immer wieder fragen, ob sie mit ihren Investitionen wirklich positive soziale und ökologische Auswirkungen erzielen.

Im Gegensatz zu meinen Erfahrungen in der Entwicklungsabteilung der Europäischen Kommission, wo das Erreichen eines Konsens über einen Rahmen für die Bewertung von Auswirkungen „zermürbend" war, sind die Bemühungen um die Erfassung und Demonstration von Auswirkungen, bei der wachsenden Zahl von Investoren, im privaten Sektor offenbar begrenzt.

In dem Maße, in dem die Anleger immer besser über nachhaltige oder grüne Investitionen Bescheid wissen und die Aufsichtsbehörden auf Standards und Datenverbesserungen hinarbeiten, scheinen einige Asset Manager nach Grenzbereichen zu suchen, in denen es möglich ist, sich durch die Darstellung positiver Auswirkungen zu differenzieren, ohne sich allzu sehr um Beweise zur Untermauerung ihrer Behauptungen zu sorgen. Ich habe viele ‚Impact'-Berichte gelesen, die keine wirklich messbare Wirkung zeigen – manchmal sind sie lediglich der Nachhaltigkeitsbericht aus dem vergangenen Jahr, der mit neuen Schlagworten versehen wurde.

Trotz dieser Bedenken bin ich der Ansicht, dass es einen echten, messbaren Wert von Impact-Investitionen gibt. Für mich ist es ermutigend, dass sich die Branche nun wieder darauf konzentriert, ihren Beitrag zu einer nachhaltigeren Zukunft zu quantifizieren und dies auch zu demonstrieren.

Der Schlüssel zu wirkungsvollen Investitionen sind unserer Ansicht nach vernünftige Erwartungen. Impact Investing ist ein spannendes Feld, und Investoren können in der Tat einen bedeutenden positiven Einfluss auf die wichtigsten globalen Herausforderungen im Bereich der Nachhaltigkeit haben. Doch bei allen positiven Aspekten gilt: Es sollten keine Wunder erwartet werden und es sollte auch keine allzu positive Berichterstattung erfolgen.

Impact Investing steht auf einer kontinuierlichen Bandbreite von „Potenzial und Sicherheit". An einem Ende des Spektrums gibt es direkte private Beteiligungs- und Fremdkapitalinvestitionen. Diese bieten nahezu volles Vertrauen in die Verwendung der Erlöse - Wirkungsmessgrößen und Berichterstattung können im Vorfeld als Teil von Investitionsabkommen vereinbart werden. Wirkungsberichte von Entwicklungsfinanzierungsinstitutionen zeigen, wie eine gute Wirkungsmessung und Berichterstattung aussehen sollte.

Im weiteren Verlauf des Spektrums gibt es grüne und soziale Anleihen, die eine klare Verwendung der Erlöse und Berichtspflichten umreißen. Am anderen Ende der Skala stehen Investitionen, die über öffentliche Märkte unter Anwendung eines Negativ- oder Positiv-Screenings getätigt werden, wobei die Auswirkungen eher marginal, weniger sicher, messbar und zurechenbar sind – sie können aber dennoch im Laufe der Zeit, wenn sie bestimmte Größenordnungen erreichen, in Kombination mit einem gezielten Engagement, einen positiven Beitrag leisten.

Deutsche legten Geld in Bitcoin & Co. an, wenn…

16 Prozent der Deutschen würden in Kryptowährungen investieren, wenn sie 100.000 Euro zur Verfügung hätten.

Nach wie vor sind Anlageformen wie Aktien oder Sparbücher stärker verbreitet – allerdings zeigt eine neue Infografik von Kryptoszene.de, dass Digitalwährungen für immer mehr Investoren interessant werden.

50 Prozent der deutschen Privatanleger würden in Aktien oder Fonds investieren. Ebenfalls überaus gefragt sind Sparbücher, Sparverträge sowie Grundeigentum. Indes zeigt die Infografik, dass die Anzahl der Krypto-Nutzer in den letzten Jahren rapide zunahm. Inzwischen gibt es 101 Millionen Krypto-Nutzer. Vor vier Jahren waren es lediglich fünf Millionen. Der Anstieg schlägt mit 1.920 Prozent zu Buche. Unterdessen tritt zutage, dass der Anteil privaten Investoren im Krypto-Space in Europa am geringsten ausfällt. Der Anteil beträgt 60 Prozent. 16 Prozent sind unternehmerische Kunden, bei neun Prozent ist eine genaue Zuschreibung nicht möglich. In Lateinamerika sind hingegen 82 Prozent der Krypto-Nutzer privaten Adressen zuzuschreiben. Gemäß der Erhebung gehen institutionelle Anleger davon aus, dass die Krypto-Bestände unter den Großinvestoren weiter aufgestockt werden. 26 Prozent dieser sind der Auffassung, dass die Bestände sogar „deutlich" ansteigen. 64 Prozent erwarten eine „moderate" Erhöhung.

„Kryptowährungen wie Bitcoin geraten zunehmend in den Fokus der Anleger", erklärt Kryptoszene-Analyst Raphael Lulay.

ERFOLGE

ERLEBEN

Mit einem starken Partner.

DSL Business Kredit

Bis zu 250.000 EUR!

DSL Bank – eine Niederlassung der Deutsche Bank AG

In der aktuellen Niedrigzins-Phase bieten Baufinanzierungen und Privatkredite überdurchschnittliche Umsatzmöglichkeiten. Besonders, wenn sie so ausgezeichnet sind wie die der DSL Bank. Und das ist nicht der einzige Grund, unser Partner zu werden. Ihre Vorteile:

- Flexible und innovative Produkte
- Attraktive Konditionen – z. B. bis 30 Jahre Sollzinsbindung
- Individuelle Provisionsgestaltung
- Online-Vertriebsplattform Starpool mit Angeboten der wichtigsten Produktgeber
- Garantierter Kundenschutz/keine Cross-Selling-Verpflichtungen
- Stornofreies Privatkreditgeschäft
- Vielfältige Qualifizierungsangebote über die DSL Bank Akademie
- Bundesweites Servicenetz mit persönlichen Ansprechpartnern

Werden Sie jetzt Partner der DSL Bank und nutzen Sie unsere Angebote für Ihren Erfolg!

Telefon: 0228 889-71100 · E-Mail: kontakt@dslbank.de
www.dslbank.de/partner_werden

DSL Bank
Partnerbank der Finanzdienstleister

Oliver Brüß

Gothaer führt digitales bAV/bKV-Arbeitgeberportal ein

Im Rahmen der betrieblichen Altersvorsorge (bAV) und der betrieblichen Krankenversicherung (bKV) geht die Gothaer jetzt den nächsten Schritt in Richtung Digitalisierung.

Gemeinsam mit dem Dienstleister ePension hat der Kölner Versicherer nach eigenen Angaben als erster am Markt ein über beide Sparten greifendes Verwaltungstool für die betriebliche Krankenversicherung (bKV) und die betriebliche Altersversorgung (bAV) entwickelt und eingeführt. Für den Arbeitgeber wird die Verwaltung seiner betrieblichen Versicherungsangebote jetzt zum Kinderspiel. Bisher bot die Gothaer bereits im Rahmen der bAV eine digitale Verwaltung an, welche den bürokratischen Aufwand für Arbeitgeber und Vermittler auf ein Minimum reduzierte. Jetzt wurden die Verwaltung von bAV und bKV erstmals in einem gemeinsamen Portal integriert, kein anderer Versicherer bietet seinen Kunden diesen Komfort. Mit der Nutzung dieses Portals können sich die Arbeitgeber als modern und zeitgemäß ihren Mitarbeitern gegenüber präsentieren. Ob eine digitale Bestandsübersicht über alle bestehenden und ehemaligen Versorgungen, die einfache Erledigung von Meldevorgängen, eine regelmäßige digitale Aktualisierung, die Übertragung der Datensätze für Gehaltsabrechnung sowie ein einfaches Anmelden neuer Mitarbeiter zur arbeitgeberfinanzierten bKV - alles ist jetzt am Bildschirm auf Knopfdruck zu erledigen. Die Beratung in diesen Bereichen passiert schon länger mit digitaler Unterstützung. So kann der Vermittler ein neues und innovatives Terminvorbereitungs- und Beratungstool für bKV und bAV zur fundierten Vorbereitung auf Termine bei Arbeitgebern mit professionellem Angebotsoutput nutzen. „Mit gezielter Digitalisierung im Sinne einer optimalen Unterstützung unserer Kunden bauen wir unsere Strategie und unseren Anspruch, führender Partner im Mittelstand zu sein, weiter aus," betont Oliver Brüß, Vertriebsvorstand der Gothaer Versicherung. „Wir möchten unseren Kunden und Vertriebspartnern durch effiziente Prozesse und schlanke Verwaltung mehr bieten als nur Versicherungsschutz und sie optimal unterstützen."

Längerer Schutz für Kreditversicherer?

Absicherung von Warenströmen ist existenziell.

Das Bundeswirtschaftsministerium strebt eine Verlängerung des Schutzschirms für Warenkreditversicherer an. Eine Sprecherin des Wirtschaftsministeriums bestätigte die Pläne, nachdem zunächst die Deutsche Verkehrs-Zeitung darüber berichtet hatte. Das Ministerium stehe in Verhandlungen mit Warenkreditversicherern über eine Verlängerung von Garantien bis zum 30. Juni 2021. Nach jetzigem Stand laufen diese Ende 2020 aus. Neben einer Einigung mit den Warenkreditversicherern und haushaltsrechtlichen Fragen seien vor allem beihilferechtliche Voraussetzungen mit der Europäischen Kommission zu erörtern, hieß es weiter. Brüssel muss eine Verlängerung genehmigen. Die Bundesregierung hatte im April einen milliardenschweren Schutzschirm beschlossen, damit deutsche Firmen in der Corona-Krise nicht auf unbezahlten Rechnungen sitzen bleiben und Lieferketten nicht reißen. Ziel war es, einen reibungslosen Warenverkehr aufrechtzuerhalten. Der Staat übernimmt für 2020 Garantien für Kreditversicherer von bis zu 30 Milliarden Euro, wie das Wirtschafts- und das Finanzministerium im April mitgeteilt hatten. Warenkreditversicherer ersetzen Unternehmen Ausfälle, wenn Kunden die gelieferten Produkte nicht bezahlen können oder wollen. In der Corona-Krise sind solche Versicherungen aber weniger leicht verfügbar, weil das Risiko für die Versicherer größer wird. Das sollte durch die Garantien abgemildert werden, wie es hieß. In deutschen Unternehmen war zuvor die Sorge gewachsen, bei Exporten auf unbezahlten Rechnungen sitzen zu bleiben.

Frauen arbeiten vor der Rente immer länger

Die Dauer der gesetzlichen Rentenabsicherung vor dem Ruhestand ist bei Frauen in den vergangenen Jahren deutlich angestiegen, wie neue Rentendaten zeigen. Im vergangenen Jahr waren es im Schnitt 35,3 Versicherungsjahre – im Jahr 2000 erst 27,7. "Die Zunahme der Versicherungsjahre ist hauptsächlich auf eine erhöhte Erwerbsbeteiligung von Frauen zurückzuführen", sagte ein Sprecher der Rentenversicherung Bund. In Ostdeutschland waren Frauen schon zu DDR-Zeiten weit stärker im Arbeitsleben verwurzelt. Dort waren es 2000 bereits 40,9 durchschnittliche Versicherungsjahre, 2019 dann 43,2. In den alten Ländern stieg die Zahl von gerade einmal 24,2 auf 33,2 Jahre. Der Sprecher sagte: "Altersrentnerinnen, die derzeit in Rente gehen, haben im Durchschnitt längere Erwerbsbiografien und damit eine höhere Anzahl an Versicherungsjahren als ältere Rentnerinnen." Ein weiterer Grund sei die Begrenzung von Möglichkeiten vorzeitigen Rentenbezugs. Früher war Rente teils schon mit 60 Jahren möglich. Bei den Rentnerinnen wirke sich auch die erhöhte Anrechnung von Kindererziehungszeiten durch die Mütterrente aus. Zu den Versicherungsjahren zählen auch Zeiten der Kindererziehung, des Sozialleistungsbezugs und der Pflege.

FOTOS: GOTHAER, SHUTTERSTOCK.COM

Münchener Verein forciert Honorarvermittlervertrieb

Die Münchener Verein Lebensversicherung AG hat mit ihrem 2017 auf den Markt gebrachten Fonds-Nettotarif „PrivatInvest Netto“ bereits nach kurzer Zeit einen beträchtlichen Anteil am LV-Neugeschäft erzielt.

Dr. Rainer Reitzler

Der erfolgreiche Vertriebsweg wird seit Kurzem mit einem neuen Konzept unterstützt. In diesem kann der Honorarvermittler eine individuelle Betreuungs-Fee aus dem Net Asset Value (NAV) mit den Kunden vereinbaren. Die Betreuungs-Vergütung wird in die Angebotshochrechnung und Kundeninformation integriert und ausgewiesen. Der Kunde kann diese Vereinbarung jederzeit widerrufen und wird dann auf den reinen Nettotarif umgestellt. „Mit diesem Konzept sprechen wir neben Honorarvermittlern auch Banken an, die zwar gegen Honorar vermitteln, sich aber nicht mit der administrativen Infrastruktur wie Schreiben von Honorarnoten oder dem Inkasso belasten wollen“, betont Michael Matz, Leiter Banken und Sondervertrieb des Münchener Verein. „Das gleiche gilt auch für Bruttovermittler, die Teile ihres Geschäftes auf eine laufende Vergütung umstellen wollen.“

Die zwei PrivatInvest-Tarife erinnern an ein flexibles Bankprodukt. Möglich sind beispielsweise Einmalbeiträge bis zu 10 Millionen Euro, ebenso sind Zuzahlungen bis maximal 100.000 Euro und kostenlose Teilauszahlungen realisierbar. Gegen eine Gebühr von 200 Euro kann der Kunde das Kapital komplett zurückkaufen, unabhängig von der Größe des Rückkaufswertes. Die monatlichen Beiträge können zwischen 25 und 1.000 Euro gewählt werden. „Wir freuen uns, dass sich dieser chancenreiche und erfolgversprechende Vertriebsweg so gut entwickelt“, betont Dr. Rainer Reitzler, CEO der Münchener Verein Versicherungsgruppe. „Mit diesem attraktiven und innovativen Konzept sind wir Vorreiter im Kreise der wenigen Anbieter. Die Kunden haben jetzt auch die Möglichkeit, PrivatInvest bei Banken zu erwerben. Damit erschließt sich der Münchener Verein neues Potenzial im LV-Geschäft.“

Talanx übernimmt italienischen Sachversicherer Amissima

Der Versicherungskonzern Talanx (HDI) baut sein Geschäft in Italien mit einer Übernahme aus. Talanx kaufe dem Finanzinvestor Apollo den Sachversicherer Amissima Assicurazioni ab, teilte das Unternehmen am Donnerstag in Hannover mit. Mit dem Deal stößt Talanx gemessen an Marktanteilen den Angaben zufolge von Platz 17 auf Platz 11 der Sachversicherer in Italien vor. Mittelfristig will das Unternehmen in die Top Ten aufrücken. Die Übernahme soll im ersten Quartal 2021 abgeschlossen werden und ab dem Jahr 2022 Talanx’ Gewinn je Aktie steigern. Über den Kaufpreis haben beide Seiten Stillschweigen vereinbart. Amissima beschäftigt rund 300 Mitarbeiter. Das Unternehmen gehört der Dachgesellschaft Amissima Holdings und diese wiederum Investmentfonds des Finanzinvestors Apollo. Amissima Assicurazioni soll in die Talanx-Tochter HDI Assicurazioni eingehen, die bisher 400 Beschäftigte zählt. Das Prämienvolumen von HDI in Italien soll durch den Deal um rund 300 Millionen auf etwa zwei Milliarden Euro steigen. “Amissima passt perfekt zu uns, weil wir unser Sachversicherungsgeschäft ausweiten wollen”, sagte der für das internationale Privat- und Firmengeschäft zuständige Talanx-Vorstand Sven Fokkema.

Sven Fokkema

FOTOS: GERHARD BLANK, WWW.ROLANDSCHMIDT-FOTOGRAFIE.DE

Kooperation mit Start-Up

Die Versicherungsgruppe die Bayerische arbeitet künftig mit dem Start-Up Emmora zusammen, das als digitaler Begleiter Dienstleistungen und Beratung rund ums Thema Lebensende anbietet. Durch die Kooperation bietet die Bayerische ihren Kunden, die eine Sterbegeldversicherung haben, zusätzlichen Mehrwert über die Versicherung hinaus. „Der Tod ist nach wie vor ein Tabuthema. Dabei sind wir alle früher oder später davon betroffen. Deshalb ist es nicht nur wichtig, mit einer Sterbegeldversicherung finanziell für eine Bestattung vorzusorgen, sondern auch die vielen organisatorischen Aufgaben rund ums Lebensende zu bedenken“, sagt Martin Gräfer, Vorstand der Versicherungsgruppe die Bayerische. „Mit Emmora haben wir einen Partner gefunden, der sich sehr professionell und empathisch um die Themen kümmert. Betroffene sowie Angehörige werden dadurch in dieser emotional schweren Phase entlastet und begleitet.“ Das 2019 gegründete Start-Up Emmora kümmert sich deutschlandweit um alle Bereiche, die zum Lebensende und nach dem Tod zentral sind. So unterstützt es bei Fragen zur Bestattungsvorsorge, der Organisation einer Beerdigung oder bietet psychologische Online-Beratung für Trauernde. Bereits ein Jahr nach der Gründung kann das Unternehmen auf ein breites Netzwerk von Dienstleistern – von Trauerrednern und Bestattern über Musiker oder Floristen – zurückgreifen. Im eigenen Podcast „Ende gut“ behandelt Emmora Fragen wie „Was kostet eine Bestattung“ oder „Wie erkläre ich Kindern den Tod“ und erreichte damit bereits über 15.000 interessierte Hörer.

Uwe Mahrt, Geschäftsführer von Pangaea Life: „Sektoren wie Rüstung, Tabak oder Pornografie haben keine Chance“

ZEICHEN DER ZEIT

Auch wenn das ökonomische, ökologische und soziale Verantwortungsbewusstsein in der Bevölkerung immer stärker wächst. Es braucht im Vertrieb noch deutliche Aufklärungsarbeit, damit nachhaltige Altersvorsorge die Zeichen der Zeit erkennt.

Es ist ruhig geworden um Greta Thunberg und ihre Fridays for Future-Bewegung. Wer hätte das gedacht, als Ende Februar 2020 noch 20.000 Menschen durch Hamburg zogen. Covid-19 beherrscht Menschen und Medien. Die Coronapandemie und die vielen Kontaktsperren machen es der Klimabewegung in diesem Jahr extrem schwer, lautstark wie medienwirksam auf die Klimakrise aufmerksam zu machen. Fridays For Future”-Aktivistin Luisa Neubauer spricht von einer doppelten Herausforderung, weil sich die große Krise des Planeten in Corona-Zeiten nicht in Luft auflöst. Und sie hat recht. Denn die Klimaerwärmung schreitet voran. 2019 war das bislang heißeste Jahr seit Beginn der Wetteraufzeichnungen. Und könnte von 2020 abgelöst werden. Und falls nicht, dann wird dieses Jahr als das zweitheißeste in die Wetterstatistik eingehen.

Auch wenn die Politik derzeit darum ringt, die Coronapandemie und die finanziellen wie wirtschaftlichen Folgen im Zaum zu halten, die Ziele des Pariser Klimaabkommens sind Konsens. Die Europäische Union hat die Zeichen der Zeit erkannt. Doch für die ökologische Wende und das Erreichen der Klimaziele wird viel Geld nötig sein. Nach Schätzungen der Europäischen Kommission jährlich zwischen 180 und 290 Milliarden Euro. Geld, das die Regierungen nicht haben. Und so werden private Investitionen zunehmend in nachhaltige Geldanlagen umgelenkt werden. Laut dem aktuellen Marktbericht des Forums Nachhaltige Geldanlagen (FNG) stieg das Volumen nachhaltiger Geldanlagen hierzulande zwischen 2018 und 2019 von 219,1 auf 269,3 Milliarden Euro. Ein Plus von 23 Prozent. Das starke Wachstum geht bislang nahezu ausschließlich auf institutionelle Investoren zurück. Doch zeigen sich zunehmend private Investoren bei den Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz sensibilisiert. Gegenüber 2019 hat sich der Anteil der nachhaltig investierenden Privatanleger mit einem Zuwachs von 96 Prozent nach Aussage von Angela McClellan, Geschäftsführerin des FNG, nahezu verdoppelt. „Nachhaltigkeit ist zu einem Megatrend geworden“, sagt McClellan. Besonders in den jüngeren Bevölkerungsgruppen bis 35 Jahren ist eine Orientierung auf die Themen Umwelt oder Soziales stärker verbreitet.

Vermittler wie Gottfried Baer, Geschäftsführer der Mehrwert GmbH, registrieren den Wandel auch im täglichen Geschäft.

FOTO: PANGEALIFE

Baer, der sich als unabhängiger Berater auf nachhaltige Geldanlagen, strategische Vermögensplanung, private und betriebliche Altersvorsorge spezialisiert hat und auch kirchliche Stiftungen berät, sieht einen klaren Trend: „Die Menschen reagieren sehr positiv, wenn sie erfahren, dass der eine oder andere Versicherer im Deckungsstock nachhaltige Anlagen berücksichtigt oder nachhaltige Fonds im Angebot hat“, bestätigt er. „Im Bereich der betrieblichen Altersvorsorge bemerken wir, dass bei einer möglichen Auswahl zwischen dem grünen und einem konventionellen Tarif die Wahl mittlerweile stärker zugunsten der grünen Tarife ausfällt“, so Baer.

Bestätigt werden die Aussagen des Experten durch die Recherchen zu diesem Artikel. „Wir erhalten immer mehr Anfragen von unseren Vertriebspartnern zu nachhaltigen Produkten. Viele unserer Vermittler werden konkret von ihren Kunden darauf angesprochen. Vor allem bei der jungen Zielgruppe hat die Fridays-for-Future-Bewegung das Bewusstsein verstärkt, verantwortungsvoll mit unserer Umwelt umzugehen, das stärkt natürlich auch das Interesse an einer nachhaltigen Altersvorsorge“, erklärt Frank Kettnaker, Vertriebsvorstand der Alte Leipziger-Hallesche. Zustimmung kommt auch von Jawed Barna, Vorstand für Vertrieb und Strategische Partnerschaften bei Zurich Deutschland: „Wir merken, dass nachhaltige Anlagen einen großen Zuspruch erfahren. Mit der Friday-for-Future-Bewegung ist die Diskussion in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Auch im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstudie in diesem Jahr sagen 68 Prozent der Gesamtbevölkerung und 76 Prozent der 18- bis 35-Jährigen, dass ihnen nachhaltige Anlage wichtig ist.“

Eine zusätzliche Dynamik dürfte das Thema durch die EU-Kommission erfahren, die sowohl die nachhaltige Geldanlage und die Finanzberatung ab 2021 in Europa fest verankert, zeigt sich Barna überzeugt. „Für die gesamte Finanzbranche sollen damit einheitliche Standards geschaffen werden. Damit wird ein nachhaltiges Finanzsystem insbesondere im Hinblick auf die Klimaziele gefördert“, so der Zurich-Vertriebsvorstand. Zurich beschäftigte sich ganzheitlich mit dem Thema und Nachhaltigkeit und nehme das Thema in der Rolle als Versicherer, Investor, Arbeitgeber und in der Gesellschaft sehr ernst. „Zurich hat das Ziel erklärt, zu einem der nachhaltigsten Unternehmen der Welt zu werden“, betont Barna. „Als Lebensversicherer haben wir unseren gesamten Deckungsstock hinsichtlich unserer ‘Responsible-Investmentstrategie’ untersucht und wenden unserer Strategie ganzheitlich an.“

„Die Menschen reagieren sehr positiv, wenn sie erfahren, dass der Versicherer nachhaltige Anlagen berücksichtigt“

Für die nachhaltige Altersvorsorge bietet der Versicherer die Produkte Vorsorgeinvest und Varioinvest Rente an. Bei Vorsorgeinvest investieren die Kunden in nachhaltige Investmentfonds oder Indexfonds mit Fokus auf Nachhaltigkeit. Zur Auswahl stehen individuelle oder die gemanagte Fondsanlage. Dabei werden nachhaltige Einzelfonds und Depotmodelle angeboten, die die ESG-Kriterien erfüllen. „Unser Experten verfolgen bei allen Investmententscheidungen einen nachhaltigen Ansatz und überwachen die Modelle laufend und passen sie bei Bedarf an“, erklärt Barna. Die Varioinvest-Rente mit regelbasiertem Anlagemodell und endfälliger Garantie hat Zurich sei seit August komplett auf ESG umgestellt. In der Vorsorgeinvest bietet der Versicherer seit 2020 mit Einkommen ESG, Balance ESG, Wachstum ESG und Dynamik ESG vier nachhaltig gemanagte Depotmodelle. Zudem sind – je nach Vertriebsweg – bis zu sieben ESG-Einzelfonds mit klaren, nachhaltigen Fokus wählbar.

Fragt man Nachhaltigkeitsexperten wie Gottfried Baer, welche Versicherer beim Thema Nachhaltige Altersvorsorge besonders hervorstechen, fallen die Namen Prisma Life, Concordia Oeco, Pangaea Life oder die Stuttgarter. „Das sind Häuser, die positionieren sich strategisch sehr klar und haben damit einen deutlichen Weg in Sachen Nachhaltigkeit eingeschlagen. Aufgrund klarer nachhaltiger Produktstrategien lassen sich diese Tarife auch entsprechend positiv in der der Beratung der Kunden einsetzten“, erklärt Baer.

Kein Cent fließt in Anlagen, die mit Kinderarbeit oder menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen in Berührung kommen

„Wir haben unsere Marke Pangaea Life von Anfang an mit dem Ziel ins Leben gerufen, Kunden die Möglichkeit zu bieten, ihre Altersvorsorge auf konsequent nachhaltige Beine zu stellen. In der Konzeption des Produkts steht und stand für uns an erster Stelle, eine attraktive Rendite mit einem messbaren ökologischen Impact zu vereinen. Mit unserer hundertprozentig nachhaltigen Vorsorge Pangaea Life Investment-Rente haben wir uns in Deutschland klar in diesem Bereich positioniert“, erklärt Pangea Life Geschäftsführer Uwe Mahrt den Ansatz. Hinter dem Produkt steht der Pangaea Life Fonds. Das Besondere: Statt wie bei dem meisten anderen Produkten mit dem Label „Nachhaltigkeit“, investierten Kunden dort nicht indirekt in Aktienfonds, sondern direkt in konkrete Anlagen regenerativer Energiegewinnung: Also Solarenergie, Windenergie und Wasserkraft. Pangea Life wählt den Weg des Direktinvestments, weil so Mahrt, nicht wenige, der in nachhaltigen Aktienfonds enthalten Konzerne nur zum Teil nachhaltig agieren oder sogar Greenwashing betreiben würden. Bei der Kapitalanlage berücksichtigt der Pangea Life Fonds zudem soziale und ethische Kriterien: „Mit strengen Ausschlusskriterien stellen wir sicher, dass kein Cent in Anlagen fließt, die mit Kinderarbeit oder menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen in Zusammenhang stehen. Auch Sektoren wie Rüstung, Tabak oder Pornografie haben keine Chance“, so Mahrt.

In Sachen Transparenz ist die Pangaea Life laut Christine Schönteich, Mitglied der Geschäftsführung von Fonds Finanz, ein Vorreiter. Denn alle Informationen zu aktuellen Projekten würden auf den Webseiten veröffentlicht. Zudem würden in einem internen Ansatz Anlage-Projekte auf das Risiko-Rendite-Verhältnis geprüft. Schönteich: „Dieser Ansatz ist auf dem Lebensversicherungsmarkt einzigartig.“

Auch Prisma Life aus dem Fürstentum Liechtenstein setzt konsequent auf die Nachhaltigkeit in der Altersvorsorge. „Dazu haben wir unsere Fondspalette in den vergangen Monaten noch stärker auf nachhaltige Anlagen ausgerichtet“, sagt Holger Beitz, CEO der Prisma Life. Derzeit bietet der Versicherer 29 Nachhaltigkeitsfonds an. Bis Anfang 2021 soll die Zahl auf 50 steigen. „Zudem haben wir die „Offenlegungsverordnung“ der EU zu den ESG-Kriterien, die ab dem 10. März 2021 angewendet werden muss, bereits heute schon in Grundzügen umgesetzt“, so Beitz.

So können Kunden wie Vermittler online eine Übersicht der nachhaltigen Fonds mit dem erforderlichen Angaben einsehen.

Wer sich mit dem Thema nachhaltige Versicherungen beschäftigt und nachhaltige Lebensversicherungsprodukte sucht, kommt am Versicherer im Raum der Kirchen (VRK) kaum vorbei. Nachhaltig leben, ein respektvoller und verantwortungsbewusster Umfang mit der Schöpfung, das sei Auftrag und Verantwortung zugleich“, erläutert VRK-Pressesprecher Volker Thorn. Beginnend mit dem Angebot eines KCD-Fonds im Jahr 2001 hat der Versicherer im Raum der Kirchen die Kapitalanlage sukzessive auf ethisch-nachhaltige Kriterien umgestellt. „Heute werden die Beiträge unserer Kunden zu nahezu 100 Prozent in nachhaltige Anlagen überführt beziehungsweise investiert“, sagt Thorn. Bei Kapitalanlagen legt der VRK die strengen Nachhaltigkeitskriterien der Evangelischen Kirche in Deutschland und der Deutschen Bischofskonferenz verbindlich zugrunde. „Dieser Filter enthält ethische, soziale und ökologische Aspekte und wurde in Zusammenarbeit mit der Bank für Kirche und Caritas eG erstellt“, so der Pressesprecher weiter. „Beim von uns selbst aufgelegten VRK Ethik Fonds, der damit der einzige Fonds dieser Art am Versicherungsmarkt ist, können unsere Kunden an den Wachstumsperspektiven der Aktien- und Rentenmärkte partizipieren, ohne dabei die ethischen Anlagegrundsätze vernachlässigen zu müssen“, sagt Thorn. Mit dem Fonds biete man einen kostengünstigen Zugang zu einem breit diversifizierten Anlageportfolio in verschiedene Assetklassen.

Jawed Barna: „Einheitliche Standards schaffen“

Der Fonds investiert zu 100 Prozent in ethisch nachhaltige Kapitalanlagen gemäß dem Filter des VRK. Die Anlage erfolgt zu rund 98 Prozent in europäischen Werten, die sich auf fast 400 verschiedene Beteiligungen verteilt. Darüber hinaus investiert die VRK noch in den Welt Nachhaltigkeit ETF.

„Immerhin 97 Prozent der Kunden entscheiden sich in der Altersvorsorge für eine nachhaltige Anlage“

„Von den 2.500 weltgrößten Konzernen werden für den Index jedes Jahr im September die Unternehmen ausgewählt, die innerhalb ihrer Branche die besten ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Leistungen erbringen. Dieser Fonds eignet sich für Kunden, die besonderen Wert auf ökonomische, ökologische und soziale Aspekte legen sowie weltweit nachhaltig investieren möchten“, sagt Thorn weiter. Immerhin 97 Prozent der Kunden entschlössen sich in der privaten als auch der betrieblichen Altersvorsorge für eine vollständig nachhaltige Anlage. „Hier hat ein ganz klares Umdenken stattgefunden“, so Thorn.

Ähnlich nachhaltig ist die Concordia Oeco aufgestellt. Das Tochterunternehmen der Concordia hat sich bereits in seiner Satzung zu einer nachhaltigen Unternehmensführung verpflichtet. „Für die Produktlinie Leben oeco – die ehemalige Oeco Capital Lebensversicherungs-AG – verfolgen wir eine konsequent nachhaltige Kapitalanlage. Dies wird durch ein separates nachhaltiges Sicherungsvermögen sichergestellt. Für die Auswahl der Kapitalanlagen gelten strikte Positiv- und Negativkriterien und explizit kein Best-in-class-Ansatz. Die Einhaltung der Nachhaltigkeitskriterien wird durch einen externen Nachhaltigkeits-Beirat überwacht, der mit Persönlichkeiten aus dem Umwelt- und Nachhaltigkeitsbereich besetzt ist“, erklärt Tim Schmidt, Leiter der Unternehmenskommunikation der Concordia Oeco. Der Lebensversicherer bietet nachhaltige Altersvorsorgeprodukte in allen drei Schichten der Altersvorsorge. „Neben fondsgebundenen Basis- und Privat-Renten bieten wir insbesondere attraktive „grüne“ Angebote in der betrieblichen Altersversorgung“, so Schmidt. Ergänzt werden können die Produkte um einen nachhaltigen Berufsunfähigkeitsschutz. „Für die im Rahmen der fondsgebundenen Rentenversicherung angebotenen Fonds gelten dieselben strikten Nachhaltigkeitskriterien wie für die eigene Kapitalanlage. Neben einer ökonomischen Prüfung durch unsere Kapitalanlageexperten müssen alle nachhaltigen Fonds daher vor Aufnahme in das Portfolio einer Prüfung unseres Nachhaltigkeits-Beirats standhalten“, sagt der Pressesprecher.

„Nachhaltigkeit ist für uns kein Kurzfristrend. Sie ist eine Haltung und leitet sich aus unserer Tradition als Versicherungverein ab“

Während es sich bei Concordia Oeco, Prisma Life, Pangaea Life oder VRK um eher kleinere, nachhaltig aufgestellte Versicherer handelt, spielt mit der Stuttgarter ein nicht unbedeutender Maklerversicherer seit über zehn Jahren deutlich sichtbar die Nachhaltigkeitskarte. „Wir haben sehr früh verstanden, dass wir mit dem bisherigen Denken nicht weiterkommen: Nachhaltigkeit ist für uns kein kurzfristiger Trend. Sie ist eine Haltung, die sich aus unserer Tradition als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit ableitet. So sehen wir es ebenfalls in unserer Verantwortung, zum Erhalt der ökologischen, sozialen und ethischen Grundlagen der Gesellschaft beizutragen. Also haben wir 2013 als einer der ersten Lebensversicherer eine nachhaltige Altersvorsorgelösung ins Leben gerufen, die Grüne Rente“, sagt Jens Göhner, Leiter Produkt- und Vertriebsmarketing Vorsorge und Investment bei der Stuttgarter Lebensversicherung. Heute bietet der Lebensversicherer die Grüne Rente in allen Anlagekonzepten zur Altersvorsorge an: Als klassische Rente, Indexrente und Fondsrente mit und ohne Garantie, als Basisrente sowie Riester-Rente und betriebliche Altersvorsorge.“ Dadurch heben wir uns deutlich von anderen Anbietern ab“, sagt Göhner

Bei der Grünen Rente als klassische Rentenversicherung sichert der Versicherer seinen Kunden zu, mindestens in Höhe des Sparanteils der eingezahlten Beiträge in nachhaltige Projekte und Kapitalanlagen in das Sicherungsvermögen zu investieren. Bei den fondsgebundenen Varianten können Kunden aus einer großen Zahl nachhaltiger Fonds mit unterschiedlichen Anlageschwerpunkten wählen. Und bei der indexgebundenen Variante kann sich der Kunde an der Wertentwicklung des nachhaltigen Grüne Rente Index beteiligen. Die im Index enthaltenen Aktien werden nach wirtschaftlichen und ESG-Kriterien ausgewählt. Die unabhängige Rating-Agentur Sustainalytics überwacht die

FOTO: ZÜRICH

Qualität der Aktien hinsichtlich der ESG-Kriterien. „Mit dem Grüne Rente Index bieten wir zurzeit die einzige nachhaltige Indexrente am deutschen Versicherungsmarkt“, sagt Göhner. Die Nachhaltigkeitsinvestments lässt der Versicherer vom Institut für nachhaltiges, ethisches Finanzwesen unabhängig prüfen. Zudem wird ein jährlicher Anlagebericht veröffentlicht, um Kunden zu informieren, in welche Projekte die Stuttgarter investiert. Das soll Transparenz schaffen.

Die ist auch von Nöten, denn der Begriff „nachhaltige Geld- und Kapitalanlagen“ ist für viele private Investoren oft noch ein Buch mit sieben Siegeln. Zumindest deutet darauf eine Umfrage des DIA hin. Demnach können gerade einmal 14 Prozent den Begriff richtig erklären. Eine Erklärung liefert Nachhaltigkeitsexperte Baer: „Das Verständnis und die Definition von Nachhaltigkeit ist vollkommen heterogen. Jeder Anleger versteht darunter etwas anderes. Ein Teil versteht darunter nur Umwelt- und Klimaaspekte, andere wiederum schwerpunktmäßig soziale und ethische Themen. Hinzu kommen die vielen unterschiedlichen Bezeichnungen und Abkürzungen von nachhaltigen Geldanlagen: „SDG, ESG, Sustainable, Impact“, führen zu einer Verwirrung bei vielen Anlegern. Da insgesamt das Wissen zu nachhaltigen Geldanlagen noch zu gering verbreitet ist, ist es, notwendig, den Menschen die ganz praktische Wirkung von nachhaltigen Geldanlagen aufzuzeigen. Also eine Brücke zu Ihrem Leben zu schlagen und mit konkreten Beispielen die positiven Wirkungen einer nachhaltigen Geldanlage in Ihrem Kontext aufzeigen. Hier geht es darum, Emotionalität ins Spiel zu bringen“, so Baer.

Vor dem Hintergrund kommt Finanzberatern eine Schlüsselfunktion zu. Doch ähnlich wie die Kunden hat auch der Vertrieb noch deutliche Lücken. „Im Rahmen einer aktuellen Umfrage signalisierten 47 Prozent der befragten Makler, dass Sie noch nie eine Ausbildung in dieser Hinsicht besucht hätten. 38 Prozent der Befragten wollten dies auch nicht tun. Das bestätigen letztendlich auch diese Umfragewerte: bei 45 Prozent kam das Thema Nachhaltigkeit noch nie in einem Beratungsgespräch vor und nur für 25 Prozent sind nachhaltige Finanzprodukte in der Beratung ein wichtiges Anliegen. Diese Werte bestätigen auch meine Erfahrungen im Austausch mit Kollegen und Kolleginnen. Hier ist insgesamt noch viel Nachholpotenzial vorhanden“, so Baer.

Am 10. März 2021 tritt die Transparenzverordnung in Kraft, Danach müssen Vermittler offenlegen, ob sie das Thema Nachhaltigkeit in der Kundenberatung und bei der Produktauswahl berücksichtigen oder nicht. „Dem Thema Nachhaltigkeit kann sich keiner mehr entziehen“, sagt denn Alte Leipziger-Hallesche Vertriebsvorstand Kettnaker. „Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit“, lautet ein Zitat von Friedrich Schiller. Es bleibt zu hoffen, dass die 38 Prozent die Zeichen der Zeit erkennen werden.

Jörg Droste, Cash.

NACHHALTIG INVESTIEREN IST DIE ZUKUNFT

Die Kapitalanlagen eines Versicherers nachhaltig auszurichten ist eine enorme Herausforderung. Die Taxonomie-Verordnung soll hierbei helfen.

Holger Beitz: „Heutzutage ist es schwierig, grüne Anleihen zu finden und gleichzeitig die Solvabilitätskriterien zu erfüllen."

Können Sie den Begriff „nachhaltige Kapital- und Geldanlage" erläutern? Hervorragend, dann gehören Sie zu den Wenigen, die sich auskennen. Tatsächlich kann nur jeder siebte deutsche Bürger – genau: 14 Prozent – eine korrekte Erklärung zu Nachhaltigkeit liefern – so eine aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Altersvorsorge (DIA) mit dem Titel „Wie halten es die Anleger mit der Nachhaltigkeit?". Das ist erstaunlich. So könnte man meinen, dass gerade in Zeiten der Corona-Pandemie das Bewusstsein für Umwelt, Gesundheit und soziales Miteinander steigt. Ein gutes Umfeld also, das Thema Nachhaltigkeit auch in der Finanzbranche zu verstärken.

Nachhaltiges Investieren ist politisch bedeutsam

Hinzu kommt: Nachhaltige Investitionen haben eine hohe politische Bedeutung in der Europäischen Union. Ziel ist es, die negativen Auswirkungen des Klimawandels zu begrenzen. So sind bis 2030 insbesondere drei EU-Klimaziele zu erreichen. Erstens: die Treibhausgasemission ist um mindestens 40 Prozent gegenüber 1990 zu reduzieren. Derzeit steht sogar eine Emissionsminderung um 55 Prozent zur Debatte. Dafür ist zweitens der Anteil erneuerbarer Energien am Endenergieverbrauch um rund ein Drittel zu erhöhen. Und drittens soll der globale Temperaturanstieg auf unter zwei Grad Celsius beschränkt werden.

ESG als Dreiklang: Environmental, Social and Governance

UMWELT: Klimawandel, Treibhausgasemissionen, Rohstofferschöpfung, Biodiversität, Abfall und Verschmutzung
SOZIALES: Gesundheit und Sicherheit,
Staat und Gesellschaft, sozialer Ausgleich,
Arbeitsbedingungen, Diversity, Anti-Diskriminierung
GOVERNANCE: Verhinderung von Bestechung und Korruption, Diversity, Managergehälter, Steuer-Fairness

Nachhaltige Finanzprodukte richtig einstufen

Doch was bedeutet Nachhaltigkeit in der Investmentbranche? Aufschluss gibt uns hier die EU-Kommission, die im März diesen Jahres ein Klassifikationssystem für nachhaltige und klimafreundliche Investitionen, die sogenannte „Taxonomie", sowie einen künftigen EU-Standard für grüne Anleihen diskutiert und festgehalten hat. Bis Ende diesen Jahres soll eine „grüne" Liste verabschiedet werden. Die EU-Taxonomie-Verordnung wird europaweit definieren, welche wirtschaftlichen Tätigkeiten sich nachhaltig nennen und damit in einem nachhaltig beworbenen Investmentfonds beinhaltet sein dürfen. Als nachhaltig gilt, wer einen positiven Beitrag zum Klimaschutz leistet, ohne dass gleichzeitig andere Umweltziele beeinträchtigt werden. Diese Regeln treten ab dem 1. Januar 2022 in Kraft. Eine Pflicht zum nachhaltigen Investment enthält die Taxonomie-Verordnung nicht. Aber es ist zu begrüßen, dass Versicherungsgesellschaften künftig ausführen müssen, in welchem Umfang sie nachhaltig wirtschaften. Gleiches gilt für Investmentfonds, die über ihren Taxonomie-konformen Anteil informieren müssen.

Nachhaltigkeit ist nicht nur Ökologie

Allerdings steht der Begriff nachhaltige Kapitalanlagen nicht nur für Klimaschutz und Ökologie – auch wenn das die meisten Deutschen mit nachhaltigen Geldanlagen verbinden. So stellte die bereits zitierte DIA-Studie heraus, dass die Befragten mehrheitlich Nachhaltigkeit mit Ökologie gleichsetzen. Das ist allerdings zu kurz gefasst.

Für nachhaltige Geldanlagen wird auch die Kurzbezeichnung ESG verwendet. Dahinter steckt der Dreiklang Environment (Umwelt), Social (Soziales) sowie Governance (Unternehmensführung), siehe Textkasten. Der Umweltfaktor steht damit gleichberechtigt zu den beiden anderen Faktoren Soziales und Unternehmensführung. Es geht also bei dem Ansatz einer nachhaltigen Kapitalanlage genauso um soziales Engagement und faire Unternehmensführung.

Kapitalanlage als größter Hebel

Der größter Hebel für Nachhaltigkeit liegt in Versicherungsgesellschaften wie der Prisma Life in der eigenen Kapitalanlage. Das betrifft zunächst die Anlagen zur Sicherung der Garantien (Deckungsstock). Wir haben unser Aktienportfolio umfassend nach ESG-Kriterien neu ausgerichtet. So haben wir zum 30.

FOTO: PRISMA LIFE

Juni 2020 einen überdurchschnittlich hohen ESG-Score von 74,7 Prozent erzielt.

Hierbei ist anzumerken, dass es heutzutage schwierig ist, grüne Anleihen zu finden und gleichzeitig die Solvabilitätskriterien zu erfüllen. Es gibt bisher eine geringe Auswahl an ESG-konformen Investmentmöglichkeiten. So stehen nicht mal 200 ESG-konforme ETFs im Markt zur Verfügung – und das bei 4.770 ETFs insgesamt. Dies schränkt unser Anlagevolumen erheblich ein. Wir erhoffen uns durch die Taxonomie-Verordnung, dass dieser Zielkonflikt gelöst wird.

Vermögensaufbau für Kunden auf Nachhaltigkeit ausrichten

Eine weitere Hebelwirkung haben außerdem die Portfolios der Kunden. Wir haben daher das Spektrum nachhaltiger Fonds für Prisma-Life-Kunden deutlich erweitert und bieten zurzeit 29 Nachhaltigkeitsfonds nach ESG-Kriterien an. Damit können unsere Kunden ihren ökologischen Fußabdruck verbessern und die Einhaltung internationaler Nachhaltigkeitsziele unterstützen. Dieses Angebot für unsere Kunden werden wir sukzessive vergrößern.

Wir bei Prisma Life gehen noch einen Schritt weiter und haben das Thema ganzheitlich im Unternehmen verankert und beispielsweise ein breit angelegtes Gesundheitsmanagement für Mitarbeiter eingeführt oder uns zum nachhaltigen Wirtschaften mit Ressourcen verpflichtet. Dank all dieser Maßnahmen dürfen wir uns 2020 als klimaneutrales Unternehmen bezeichnen. Die CO2-Emissionen aus dem operativen Geschäft, das waren 2019 rund 51 Tonnen, werden wir in den kommenden Jahren deutlich reduzieren. Den verbleibenden Teil können wir durch Projekte ab 2020 kompensieren, so dass wir in diesem Jahr klimaneutral arbeiten.

Der Markt wird Druck machen und Nachhaltigkeit vom Management fordern

Larry Fink, CEO von Blackrock: «We will be increasingly disposed to vote against management and board directors when companies are not making sufficient progress on sustainability-related disclosures and the business practices and plans underlying them. »

Nachhaltigkeit als Vertriebschance

Wir sehen nachhaltiges Investieren ganz klar als Zukunftsthema. Für uns ist dies nicht nur ein Thema der „Friday for Future"-Generation. Der Marktdruck wird kommen – das prophezeit uns auch Blackrock-Chef Larry Fink. Das Bewusstsein zum Klimawandel wird die Finanzwelt verändern und nachhaltiges Investieren wird künftig im Fokus stehen. Wir wollen gemeinsam mit den Vermittlern Verantwortung übernehmen und Nachhaltigkeit stärken.

Und wir wollen dafür Sorge tragen, dass Kunden künftig nachhaltige Geld- und Kapitalanlagen verstehen und verantwortungsvoll in die Zukunft investieren.

Der Autor Holger Beitz ist CEO des großen liechtensteiner Lebensversicherers Prisma Life. Die Gesellschaft verwaltet Kundengelder in Höhe von rund 1.3 Milliarden Euro. Die Kapitalanlagen im Deckungsstock sind nachhaltig ausgerichtet. Für die Kunden bietet Prisma Life zahlreiche Fondslösungen mit nachhaltiger Ausrichtung an.

FÜREINANDER EINSTEHEN ZAHLT SICH JETZT DOPPELT AUS.

NUR DIE LIEBE SPART

Noch bis zum 31.12.2020:
Top Risikolebensversicherung und
50 € Beitragsguthaben für Ihre Kunden.

50 € BEITRAGS-GUTHABEN*

www.europa-vertriebspartner.de/liebe oder 0221 5737-300

EUROPA
VERSICHERUNG PUR.

*Teilnahmebedingungen: Diese Aktion gilt, wenn zwei Partner (Ehepartner, unverheiratete Paare, Lebenspartner nach dem Lebenspartnerschaftsgesetz), die im gleichen Haushalt leben (identische Postadresse), jeweils eine Risiko-Lebensversicherung (E-RL, E-RLP, E-VRL) mit einer Mindestlaufzeit von 5 Jahren abschließen. Die Anträge müssen gleichzeitig und zusammen mit dem „Gutschein", der den Antragsunterlagen beigefügt ist, in der Zeit vom 01.09.2020 bis 31.12.2020 bei der EUROPA eingereicht werden. Jeder Antrag wird dann von uns gesondert geprüft. Der Vertrag, der zeitlich als Zweites zustande kommt, erhält für die Mindestlaufzeit ein Beitragsguthaben (bereits ab der ersten Fälligkeit) in Höhe von 10 EUR pro Versicherungsjahr. Insgesamt beträgt das Beitragsguthaben 50 EUR. Alle fälligen Beiträge dieses Vertrags werden automatisch mit dem Guthaben verrechnet, bis dieses aufgebraucht ist. Für die Teilnahme an der Aktion ist die Zahlung per SEPA-Lastschriftverfahren erforderlich. Sollte es nicht zum Abschluss beider Verträge kommen oder sind die oben genannten Voraussetzungen nicht erfüllt, erhält der Vertrag kein Beitragsguthaben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, keine Barauszahlung, Teilnahme ab 18 Jahren, Ansprüche nicht übertragbar, Aktionsteilnahme nur einmalig pro versicherte Person möglich. Nicht mit anderen Aktionen kombinierbar.

NEUE URBANE MOBILITÄT: DIE DIGITALE HERAUSFORDERUNG

Volle Straßen, weniger Parkraum in Großstädten und die Corona-Pandemie lassen die Nachfrage nach neuen, flexiblen Mobilitätskonzepten steigen. Das E-Bike wird zu einer der Alternativen für Pendler. Die neue Mobilität verändert aber auch Risiken und Geschäftsmodelle der Versicherer.

Fahrräder und E-Bikes verzeichnen seit Jahren ein kontinuierliches Wachstum – nicht zuletzt die Corona-Pandemie hat Verkauf und Nutzung einen erheblichen Anschub verschafft. Somit wächst auch der Einfluss des beliebten Zweirads auf unsere heutige Mobilität. Dabei ist das Fahrrad nicht nur vielfältig in seinen Formen und Modellen, sondern auch Ausdruck eines umweltbewussten, aktiven Lebensstils. Nicht nur die eigene Gesundheit und das Wohlbefinden profitieren vom vermehrten Fahrradfahren, sondern auch die Umwelt und der Stadtverkehr.

Traditionelle Versicherer müssen ihre Produkte an die neuen Anforderungen durch digitale Geschäftsmodelle anpassen.

Gleichzeitig steigt die Nachfrage nach flexiblen und kostengünstigen Mobilitätsangeboten. Die aktuelle Verkehrssituation in deutschen Großstädten zeigt ein eindeutiges Bild: Volle Straßen und Staus zu Hauptverkehrszeiten, zu wenig Parkplätze und beengte Fußgänger- und Radwege – so überhaupt vorhanden. Der Bedarf an einer selbstbestimmten und nachhaltigen Mobilität steigt. „Nutzen statt Besitzen“ lautet die Devise und in den letzten Jahren haben sich verschiedene Anbieter rund um solche Mobilitätskonzepte etabliert.

Die Bewegungsfreiheit steht für die Nutzer von Mobilitätsangeboten im Fokus. In immer mehr Städten entwickeln sich sogenannte „Mobility as a Service“-Lösungen, die multimodale Verkehrsangebote und Mobilitätsformen dank fortschrittlicher Digitalisierung über eine Schnittstelle vereinen.

Auch in der Fahrradbranche haben sich verschiedene Geschäftsmodelle etabliert, die sich den wandelnden Bedürfnissen der Radfahrer anpassen. Eines der ältesten Modelle ist der Fahrradverleih beziehungsweise die Fahrradvermietung. Mit ortsgebundenen festen Verleihstationen oder stationslosen „Free Floating“-Angeboten, die sich per App und Smartphone aktivieren lassen, haben sich an Bahnhöfen, innerstädtischen Knotenpunkten und Urlaubsorten öffentlich nutzbare Zweiräder angesiedelt. Auch so genannte Fahrrad- und E-Bike-Abos, zum Beispiel von eBike Abo oder Smafo, haben ihren Platz am deutschen Fahrradmarkt gefunden. Von situativer, stunden- oder tageweiser Miete bis zur langfristigen Miete über mehrere Monate, ist für jedes Fahrgefühl etwas dabei. Gleichzeitig erfreut sich das Dienstrad-Leasing einer immer größeren Beliebtheit.

Während sich die vielfältigen Mobilitätsformen an Trends und Marktbedürfnisse anpassen, ändern sich auch die Anforderungen an die benötigte Absicherung. Zwar ist beim Dienstrad-Leasing ein Versicherungsschutz für das Rad verpflichtend, doch gerade bei flexiblen Mobilitätsangeboten wie Bike-Sharing oder -Renting mit ständig wechselnden Nutzern und einer Vielzahl an Kunden ist ein umfassender Versicherungsschutz wichtig. Ein Schaden an einem fremden Fahrrad ist doppelt ärgerlich: Nicht nur die weitere Nutzung ist gefährdet oder gar unmöglich, sondern der Mieter muss die entstandenen Kosten meist selbst tragen.

Traditionelle Versicherungsunternehmen stehen hierbei vor einer zentralen Herausforderung: Sie müssen ihre Versicherungsprodukte den neuen Anforderungen durch digitale Geschäftsmodelle anpassen. Nicht nur die Laufzeit spielt hierbei eine Rolle (stundenweise Vermietung oder monatlich kündbares Abo), sondern auch besondere Risiken, die beispielsweise durch die Nutzung von Cargo-Bikes entstehen. Ein Umdenken sowie eine digitale Transformation vor allem der technischen Strukturen ist erforderlich, um jene Versicherungskunden zu erreichen, die Wert auf Flexibilität, Transparenz und eine bedarfsorientierte, kostengünstige Absicherung legen. InsurTechs wie hepster, die am Markt angetreten sind, um genau diese Bedarfslücken für Nutzer und Unternehmen zu schließen, bieten bereits heute vielfältige modulare Versicherungslösungen für die verschiedensten Mobilitätskonzepte an.

Die zunehmende Beliebtheit des Zweirads, neue Mobilitätskonzepte und Pop-up-Radwege in Zeiten von Corona führen allerdings auch zu steigenden Risiken für Radfahrer. Dies belegen auch Statistiken der vergangenen Jahre. Laut Statistischem Bundesamt ist die Zahl der im Straßenverkehr getöteten Radfahrer in den letzten zehn Jahren um 16,8 Prozent auf 445 tödlich verunglückte Personen in 2019 gestiegen. Gleichzeitig sind Radfahrer vermehrt in Unfälle mit anderen Verkehrsteilnehmern verwickelt, bei denen es zu Personen- und/oder Sachschäden kam: ob am eigenen Rad, mitgeführten Waren- oder Transportgütern oder dem Besitz anderer Personen. Nach wie vor stellt auch Diebstahl ein großes Risiko für Radfahrer dar: In 2019 wurden etwa 278.000 (E-)Bikes in Deutschland gestohlen. Die Aufklärungsquote ist mit 10 Prozent sehr gering. Auch der Verschleiß der einzelnen Fahrradteile ist nicht zu vernachlässigen – kaputte Bremsen, eine defekte Gangschaltung oder abgenutzte Pedalen können schnell zu einem Unfall führen.

Die Folgen der alltäglichen Gefahren haben eines gemeinsam: hohe Kosten, ob für notwendige Reparaturen oder gar

Alexander Hornung: „Diversifizierte Entwicklung von Versicherungen notwendig“

eine Neuanschaffung. Kosten, die sich mithilfe einer guten Versicherung vermeiden lassen. Daher empfiehlt sich eine Fahrradversicherung immer dann, wenn der Verlust des Rads oder hohe Reparaturkosten ein finanzielles Risiko darstellen und das Rad nicht ohne Weiteres ersetzt werden kann. Aufgrund der kontinuierlich steigenden Durchschnittspreise für Fahrräder und E-Bikes immer häufiger der Fall.

Zudem ist eine Fahrradversicherung auch dann sinnvoll, wenn man nicht Eigentümer des Rads ist. Beispielsweise beim (E-)Bike-Sharing oder -Renting. Das Rad ist hierbei Eigentum der Anbieter und im Schadenfall kommt es für alle Beteiligten zu hohen Kosten und bürokratischem Mehraufwand.

Die Beiträge für ein herkömmliches Rad im Wert von 1.000 Euor rangieren zwischen knapp fünf Euro bis 26 Euro im Monat

Ein Blick in einen gängigen Vergleichsrechner zeigt, dass es fast so viele Versicherer wie Fahrradmarken gibt. Die Unterschiede der Versicherungen liegen in den jeweiligen Tarifen, den Laufzeitoptionen, den Leistungsumfängen sowie den Versicherungsbeiträgen. Ein Vergleich der Angebote lohnt sich daher in jedem Fall. Dabei sollte sich die richtige Versicherung fürs eigene Rad immer an den eigenen Bedürfnissen orientieren. Fahre ich täglich mit dem Rad oder nur gelegentlich in der Freizeit? Verleihe ich mein Rad regelmäßig? Steht es nachts im Fahrradkeller oder vor dem Haus? Wie hoch ist die regionale Diebstahlquote? Gibt es bestimmte Anforderungen an ein Fahrradschloss? Eine wirklich gute Fahrradversicherung beginnt bereits beim Abschluss der Versicherung. So bietet HIepster eine digitale Buchungsstrecke, die einen umfänglichen Schutz in wenigen Klicks ermöglicht. Dabei sind alle täglichen Gefahren des Radfahrens und die finanziellen Risiken, die durch Verschleiß, Beschädigungen, Unfälle oder Diebstahl entstehen, abgedeckt. Je preisintensiver das Rad, umso eher lohnt sich eine Versicherung mit Neuwertentschädigung.

Dabei ist auf eine ausreichende Deckung und die konkrete Angabe der Versicherungssumme zu achten, um im Schadenfall den vollen Versicherungsumfang zu gewährleisten. Doch auch für gebrauchte oder ältere Räder lohnt sich eine Versicherung. Insbesondere Sharing-, Leasing- und Service-Anbieter sollten auf mögliche Nutzungseinschränkungen achten und eine Versicherung wählen, die ihren Bedarf und idealerweise die private, berufliche und gewerbliche Nutzung des Rads gleichermaßen schützt.

Der Beitrag für eine gute Vollkaskoversicherung richtet sich nach dem Kaufpreis des Rads. So rangieren die Versicherungsbeiträge für ein herkömmliches Rad im Wert von 1.000 Euro zwischen knapp 5 Euro bis über 26 Euro im Monat. Ein neues E-Bike im Wert von 3.000 Euro lässt sich bereits ab 6 Euro im Monat versichern.

Der Versicherungsmarkt für Fahrradversicherungen entwickelt sich stetig weiter – ebenso wie die Bedürfnisse der Radfahrer. Eine einfache Buchung, schnelle Schadenbearbeitung und bedarfsorientierte Tarife sind hier nur der Anfang. In Zeiten der neuen urbanen Mobilität ist eine diversifizierte Entwicklung von Versicherungen notwendig, um jederzeit einen optimalen, am Kunden orientierten, Schutz zu gewährleisten.

Alexander Hornung ist Versicherungsexperte und General Manager bei Hepster. Als Mitgründer des InsurTechs verfügt er über 15 Jahre ausgewiesene Expertise rund um alle Versicherungsthemen für Privat- und Geschäftskunden.

FOTO: PASCAL MESSMER

DIGITALE BANCASSURANCE: DIE CHANCE FÜR VERMITTLER?

Die Digitalisierung und die Niedrigzinsphase sorgen dafür, dass Banken und Versicherer immer stärker einem zunehmenden Ertragsdruck ausgesetzt sind. Die Coronapandemie forciert die Entwicklung und beschert uns neue Allianzen. Digitale Bancassurance-Kooperationen zwischen Insurtechs und Banken sowie Versicherern boomen. Für die Kunden bringt der Prozess mehr Service und Komfort. Aber was bedeutet Digital Bancassurance eigentlich für die klassischen Berater und Vermittler?

Die traditionelle Offline-Bancassurance, also der Vertrieb von Versicherungsprodukten über Bankfilialen, ist bereits in den 1970er Jahren entstanden und hat sich trotz einiger Aufs und Abs als Vertriebsweg etabliert und umfasst heute ein weltweites Beitragsvolumen von stolzen 648 Milliarden Euro pro Jahr. Neu ist, dass seit etwa drei oder vier Jahren auch immer mehr digitale Bancassurance-Lösungen aufpoppen. In meiner Rolle als CSO und verantwortlich für Market Strategy & Sales bei Friendsurance habe ich drei wesentliche Treiber für diese Entwicklung identifiziert.

Zum einen wollen Kunden wollen integrierte Plattformlösungen: Viele Kunden sind nicht mehr bereit zwischen verschiedenen Anbietern hin und her geschickt zu werden und dieselben Daten zweimal eingeben zu müssen, um einen Versicherungsservice in Anspruch zu nehmen. Stattdessen erwarten Kunden Lösungen, die es ihnen ermöglichen, ihre finanziellen Angelegenheiten einfach und effizient zu erledigen. So kam eine repräsentative Umfrage des Meinungsforschungsinstituts YouGov zu dem Ergebnis, dass die Mehrheit der Deutschen ihre Versicherungsverträge direkt über ihr Online-Banking verwalten möchte.

Zudem gibt es immer stärker die Notwendigkeit, neue Einnahmequellen zu erschließen. Banken und Versicherer sind einem zunehmenden Ertragsdruck ausgesetzt: In der anhaltenden Niedrig- und Nullzinsphase sehen sich Banken mit sinkenden Erträgen konfrontiert. Zudem drohen ihnen in Folge der Corona-Pandemie zusätzlicher Druck durch Filialschließungen und Kreditausfälle. Obwohl sich die durch die Pandemie verursachten Schäden in der Versicherungsbranche noch in Grenzen halten, sind auch die Gewinne vieler großer Versicherer in der ersten Hälfte des Jahres 2020 deutlich zurückgegangen. Vor diesem Hintergrund ist Digitale Bancassurance eine naheliegende Strategie, um Ertragspotenziale zu heben und gleichzeitig die Kundenbindung mit sinnvollen, digitalen Services zu stärken.

Darüber hinaus bietet die Regulatorik auch Chancen - nämlich die passgenaue Ermittlung des Versicherungsbedarf mit Hilfe von Bankdaten. Dank der PSD2 sind Versicherer und andere Drittanbieter in der Lage, über standardisierte Schnittstellen auf Kontodaten zuzugreifen, wenn der Kunde sie dazu autorisiert. Mit Hilfe von Machine Learning werden versicherungsrelevante Informationen aus Bankkontobewegungen erfasst: Zum einen können Versicherungsverträge erkannt und in einer digitalen Versicherungsübersicht dargestellt werden. Gleichzeitig können wichtige Lebensereignisse wie die Geburt eines Kindes, das Übersteigen von Bemessungsgrenzen oder ein Umzug erkannt und sinnvolle Anpassungen des Versicherungsschutzes vorgeschlagen werden.

Kooperationen mit Insurtechs: schnell und günstig

Angesichts dieser Verschiebungen auf Seiten der Kunden, Banken und Versicherer, kommen die neuen digitalen Bancassurance-Lösungen genau zur richtigen Zeit. Weil die Entwicklung eigener Bancassurance-Plattformen oft sehr zeit- und kostenintensiv ist, greifen viele Banken und Versicherer bei der technischen Umsetzung auf die Kooperation mit Insurtechs bzw. Fintechs zurück. Diese zumeist jungen Unternehmen können die Versicherungslösungen oft agiler, kundenzentrierter und günstiger umsetzen. Seit 2017 werden immer mehr solcher Kooperationen im Bancassurance-Bereich bekannt gegeben, an denen zwei und sogar drei Partner beteiligt sind: ein Versicherer als Produktanbieter, eine Bank als Vertriebskanal und oftmals ein digitaler Anbieter, der die technische Lösung bereitstellt. Einige dieser Anbieter stellen White-Label-Plattformen zur Verfügung. Andere bieten individuelle Lösungen an. Und manche haben auch Lösungen im Angebot, bei denen White-Label-Komponenten mit maßgeschneiderten Komponenten kombiniert werden. Aktuell gibt es mindestens 37 dieser Kooperationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Digital Bancassurance: Bleiben Berater außen vor?

Angesichts der zunehmenden Anzahl an Kooperationen mit digitalen Lösungen, stellt sich die Frage, welche Rolle klassische Vermittler wie Bankberater oder Versicherungsvertreter in diesem Gefüge spielen. Zunächst einmal muss gesagt werden, dass die Insurtechs und Fintechs, die heute am digitalen Bancassurance-Markt aktiv sind, in der Regel ebenfalls Vermittler sind und viele auch mit klassischen Vermittlern zusam-

Sebastian Langrehr: „Bancassurance als Win-Win-Win Lösung für alle Beteiligten“

menarbeiten. Nehmen wir zum Beispiel die Kooperation von Friendsurance mit der R+V Versicherung und den Volks- und Raiffeisenbanken, die nach dem “persönlich-digital” Prinzip funktioniert: Dabei gehen die selbstständige Nutzung des neuen VR-Versicherungsmanagers durch den Kunden mit einer persönlichen Beratung durch den R+V Berater in der Bankfiliale Hand in Hand. Die Berater – und damit Kunden – profitieren gleich an mehreren Punkten von den neuen Beratungs- und Verwaltungstechnologien:

Die Berater bekommen über die neue Messenger-Funktion eine zusätzliche Beratungsschnittstelle, über die sie schnell und unkompliziert kontaktiert werden können – das spart wertvolle Beraterzeit und gibt dem Kunden das Erreichbarkeits-Gefühl moderner Messenger-Dienste.

Auf Wunsch durchläuft der Berater gemeinsam mit dem Kunden den Registrierungsprozess. Durch die Erkennung von Versicherungsverträgen aus den Kontodaten und die automatische Anzeige im digitalen Versicherungsordner wird die Bestandsaufnahme extrem vereinfacht und das Ausfüllen von Formularen entfällt.

Darüber hinaus profitiert der Berater von der automatischen Erkennung von Lebensereignissen, durch die neue und hilfreiche Gesprächsanlässe identifiziert werden. Erhält beispielsweise ein Kunde auf einmal Kindergeld auf das Bankkonto, kann der Berater nachfragen, ob es Familienzuwachs gegeben hat, und Hilfestellung zur neuen Situation anbieten: Welche bestehenden Versicherungen müssen angepasst werden, wo kann Geld gespart werden und wo gibt es gegebenenfalls sogar staatliche Förderung für den Nachwuchs. Wir gehen davon aus, dass es in Zukunft noch viel mehr situative und an den individuellen Bedarf angepasste Produkte geben wird. Die modernen Vertriebstechnologien können Beratern helfen, auch bei gesteigerten Kundenbedürfnissen immer vorne mit dabei zu sein.

Effiziente Erweiterung klassischer Beratung

Bei Friendsurance sind wir überzeugt, dass solche digital-persönlichen Beratungsansätze, die die Stärken klassischer, ganzheitlicher Beratung mit dem wachsenden Kundenwunsch nach einfachen, schnellen und digitalen Lösungen verbinden, zukunftsweisend sind. Wir glauben nicht, dass rein digitale Lösungen die Betreuung durch einen Berater in naher Zukunft komplett ablösen werden. Besonders beratungsintensive Versicherungsprodukte und -situationen benötigen eine individuelle und tiefgehende Beratung. Reine Robo-Advisor können vieles, aber nicht alles – und schon gar keine individuellen Bedürfnisse oder Ängste der Menschen erfassen. Daher verstehen wir Digital-Bancassurance-Plattformen als absolut zeitgemäße und wertschaffende Erweiterungen der traditionellen Beratungsprozesse in Banken in Bezug Versicherungen – keineswegs als Ersatz. Darin liegt auch ein Unterschied zu reinen Vergleichsportalen, die Versicherungen zumeist nach dem Preis optimieren und dadurch dem klassischen Berater die Provision abgraben.

Flexible Vertriebsmodelle für Vermittler

Was den Vermittlerstatus der Kooperationen aus unserer Übersicht angeht, so gibt es es etwa zu gleichen Teilen Tippgeber-Modelle, Vertreter- oder Mehrfachagenten- und Makler-Modelle. Die Tippgeber-Modelle sind unabhängig vom Vermittlerstatus und lassen sich unkompliziert umsetzen, sind dafür nicht wirklich tief integriert und das Kundenerlebnis damit begrenzt. Bei Kooperationen in der Maklerschaft oder gebundenen Vertreterschaft wird in der Regel deutlich, wer der initiale Treiber hinter der bestehenden Zusammenarbeit ist. Geht die Initiative vom Versicherer aus, kommt eher ein Vertreter-Modell zum Tragen, das stärker dem Vertrieb der eigenen Produktpalette dient und auch der Ausschließlichkeitsorganisation als Werkzeug zur Seite gestellt werden kann. Nimmt die Zusammenarbeit ihren Beginn bei den Banken, wird häufig der Vertrieb als Mehrfachagent oder Makler genutzt, was den Nutzern eine breitere Produktpalette eröffnet. Aus Sicht der Plattform-Anbieter sind diejenigen Anbieter klar im Vorteil, die Vermittlerstatus-agnostisch sowohl als Makler, Vertreter oder Mehrfachagent arbeiten und so verschiedene Kooperationsmodelle anbieten können.

Bancassurance hilft Kunden und Beratern

Zusammengefasst lässt sich sagen: Digitale Bancassurance ist eine Win-win-win-Lösung für alle: Die Kunden bekommen mehr Service und Komfort. Banken können das klassische Bankangebot mit digitalen Services sinnvoll abrunden. Versicherer und deren Berater können die Kontaktfrequenz mit ihren Kunden steigern und ihnen mit personalisierten Angeboten echte Hilfe im Leben eines Versicherten anbieten.

Autor Sebastian Langrehr ist CSO Market Strategy & Sales bei Friendsurance (www.friendsurancebusiness.com).

FOTO: ALEXANDER KLEBE

Markus Heussen: „Snoopr legt den Fokus auf Spezialversicherungen sowie Zielgruppen- und Deckungskonzepte.“

DIE TRÜFFEL-SUCHER

Suchmaschinen und Vergleichsrechner gibt es viele. Cash. sprach mit Markus Heussen, Geschäftsführer der Betreibergesellschaft, über die Besonderheiten von Snoopr.

Was bietet Snoopr dem Makler mehr als andere Suchmethoden oder die Versicherer-Extranets?

Heussen: Snoopr ist Deutschlands erste Suchmaschine für Versicherungen und kein Vergleichsrechner. Sie soll den „Werkzeugkasten“ eines Maklers ergänzen. Über ein einziges Suchfeld finden Makler Versicherungsprodukte, die sie im Versicherungsvergleich meist nicht finden. Snoopr durchsucht über tausend Produkte und sortiert die Ergebnisse nach Relevanz. Dabei ist es nicht sinnvoll, Produkte gegenüberzustellen, denn Snoopr legt den Fokus auf Spezialversicherungen sowie Zielgruppen- und Deckungskonzepte. Von A wie Autohauspolice bis Z wie Zeltversicherung finden Makler zugeschnittene Produkte aller Sparten. Wir konkurrieren nicht mit Vergleichern oder Extranets von Versicherern, sondern ergänzen kostenlos die Produkt-Recherche. Durch das Suchmaschinen-Prinzip listet Snoopr Produkte, die nicht in ein Schema passen. So kann ein Makler seine Produktkompetenz erweitern, sich mit zielgerichteter Kundenansprache den Vertrieb erleichtern und seine Kernkompetenz, dem Kunden den passenden Schutz zu suchen, unterstreichen.

Woher stammt der Name Snoopr?

Heussen: Er stammt von einem Trüffelschwein namens Snooper. Trüffelschweine haben eine Spürnase für seltene Edelpilze, Snoopr für seltene Versicherungsprodukte. Das passt. Um den Namen als Wortmarke anmelden zu können, haben wir das „e“ gestrichen.

Wie setzt Snoopr Künstliche Intelligenz (KI) bei der Suche ein?

FOTO: JOCHEN ROLFES PHOTOGRAPHER

1:1 Assekuranzservice AG

Ihr Servicemakler

Jede Menge Vorteile für Sie

- Serviceorientiertes Backoffice mit über 120 Mitarbeitern
- Digitale Beratungswelt und Vertriebsprozesse
- Digitaler Maklervertrag für den schnellen und sicheren Bestandsaufbau
- Vertragsoptimierung für den privaten und gewerblichen Kunden
- Best-Advice = Top 5 plus Haftung
- Kostenlose und moderne Software
- Hauseigene 1:1 Akademie für Aus- und Weiterbildung

Weitere Informationen unter: **www.1zu1.ag**

Bitte scannen

Heussen: Snoopr soll nicht das billigste, sondern das passende Produkt finden. Da es komplex ist, dieses mit wenigen Stichworten herauszufinden, setzen wir so wie Google auf KI-Algorithmen. Die Relevanz eines Produktes entsteht aus hunderten Einzelfaktoren, wie Produkteigenschaften, Qualität des Folgeprozesses und zielgruppengerechter Verwendung von Inhalten in natürlicher Sprache. Dank KI lernt Snoopr mit jeder Suche dazu und teilt das Erlernte wiederum mit anderen Nutzern. So können sich Makler quasi indirekt bei der Produktauswahl unterstützen. Branchenaussagen, KI sei noch am Anfang, können wir bestätigen. Seit unserem „Go-Live" haben wir erstaunlich positive Erfahrungen gesammelt, aber auch Enttäuschungen erlebt. Dennoch ist es insgesamt faszinierend, wie sich die Suchergebnisse ohne unser Zutun nach und nach verbessern. Obwohl jeder Nutzer anders sucht, erkennt unsere KI immer häufiger die Suchintention. Genau darin besteht die Kunst. Hierfür müssen enorme Datenmengen ausgewertet und Muster erkannt werden.

Welche Voraussetzungen braucht ein Makler für den Einsatz von Snoopr?

Heussen: Wir haben mit Snoopr echtes Neuland betreten, daher sollte ein Makler offen sein, besonders wenn es ausschließlich Vorteile bringt. Wir wollen Makler für den sich wandelnden Markt wappnen, niemanden ersetzen oder Kunden abwerben. Registrierung und Nutzung sind kostenfrei und für jeden IHK-registrierten Makler möglich. In einigen Maklerverwaltungsprogrammen und Pools ist Snoopr prominent platziert, so ähnlich wie der Google-Schlitz in Browsern – dann braucht der Makler kein Benutzerkonto.

Aus wieviel Versicherern und Produkten beziehungsweise Tarifen wählt Snoopr aus?

Heussen: Aktuell aus über 1.300 Produkten von über 130 Produktgebern, darunter rund 100 Versicherer und Assekuradeure sowie ausgewählte Fachmakler, die ihre spezialisierten Deckungskonzepte anderen Kollegen bundesweit zur Verfügung stellen. So bringen wir Generalisten mit Spezialisten zusammen. Für dieses Kooperationsgeschäft haben wir mit der Kanzlei Michaelis ein Tippgeber-Modell entwickelt, wobei der tippgebende Makler von uns einen kostenfreien Tippgeber- Schutz erhält, so wie beim Käuferschutz von PayPal.

Womit genau verdient Snoopr Geld?

Heussen: Snoopr ist ein unabhängiges Insurtech, die A-va GmbH als Betreibergesellschaft hinter Snoopr hat keinen Maklerstatus. Unser Team stellt ausschließlich die Plattform bereit und profitiert nie direkt am Versicherungsgeschäft. Snoopr ist ein „Multi-Sided-Marketplace", der Makler mit Maklerkollegen und Versicherern zusammenbringt. Nach kostenloser Listung und Recherche von Produkten fallen für die Nutzung eines Folgeprozesses geringe, erfolgsabhängige Gebühren für den Produktanbieter an. Darüber hinaus stellen wir die Technologie hinter Snoopr auch als White-Labeling-Lösung zur Verfügung, die Versicherer oder große Makler bereits nutzen.

Wie läuft der Prozess in Sachen Preisberechnung, Angebotserstellung und Vertragsabschluss weiter, sobald der Makler ein passendes Produkt gefunden hat?

Heussen: Snoopr bietet dem Makler immer einen digitalen Anfrage- oder Abschlussprozess an. Je nach Produktkomplexität oder Digitalisierungsgrad des Versicherers ist er unterschiedlich. Ein Makler kann die Prozesse mit der Vermittlernummer aus seiner Direktvereinbarung nutzen. Auch indirekte Abschlüsse über diverse Pools sind möglich. Bei digitalen, einfachen Produkten nutzt Snoopr häufig technische Schnittstellen zu Versicherern oder leitet auf deren Online-Rechner weiter, worüber Preisberechnung, Angebotserstellung und Vertragsabschluss erfolgen kann. Bei komplexeren Produkten bietet Snoopr eine „Ausschreibung" an mit einer Art WhatsApp-Chat mit Chatbot. So können wir auch für sehr spezielle Deckungen unkomplizierte und effiziente digitale Folgeprozesse anbieten.

Was müssen Versicherer bieten, um im Internet gut gefunden zu werden? Welche Rückmeldungen gibt es von Versicherern und Maklern?

Heussen: Produktgeber können ihre Produkte kostenfrei bei Snoopr listen. Aber um gut gefunden zu werden, ist Suchmaschinenoptimierung (SEO) essenziell. Je relevanter ein Produkt für eine Zielgruppe oder ein Kundenbedürfnis ist, desto höher wird es gelistet. Produktgeber müssen daher nicht vom Produkt, sondern vom Kundenbedarf aus denken und die Kernzielgruppe möglichst exakt adressieren. Auch Produktinfos wie Broschüren, Videos, Testsiegel oder Versicherungsbedingungen werden sekundenschnell durchsucht und sind daher relevant. Viele Versicherer platzieren bei Snoopr – preisunabhängig – gerne kundenzentrische Produktlösungen. Aufgrund der veränderten Kundennachfrage werden individualisierte, feingranulare und damit kaum vergleichbare Produkte immer häufiger. Da Snoopr genau diese Produkte findet, gelten wir als innovativ und strategisch wichtig, was auch viele Versicherungsvorstände bestätigen. Gerade Versicherer nutzen Snoopr für Produktinnovationen und Deckungskonzepte, die sich nur schwer in dem von Versicherungsvergleichen dominierten Maklermarkt positionieren lassen. Auch Makler sind sehr interessiert an Snoopr. Täglich erreichen uns neue Registrierungen. Unsere Makler schätzen besonders den einfachen Umgang mit der Plattform, die verfügbare Produktauswahl und digitalen Folgeprozesse sowie das breite Netzwerk an Fachmaklern.

Sind Sie mit der Marktentwicklung von Snoopr zufrieden? Was sind Ihre künftigen Entwicklungsziele?

Heussen: Ehrlich gesagt war Snoopr zu Beginn eine „fixe Idee", nämlich eine Art Google-Suche und Amazon-Shopping für Spezialversicherungen zu kombinieren. Damit lagen wir wohl richtig, was uns wirklich sehr freut. Wir merken, dass sich der Markt verändert und im Standard- und Massengeschäft konsolidiert. Hier haben die klassischen Vergleicher ihre Daseinsberechtigung. Snoopr dagegen wird mit den erwähnten individuellen Produkten an Bedeutung gewinnen. So haben wir in nur eineinhalb Jahren sehr viele Anbieter, Produkte und Nutzer gewonnen.

Welchen Einfluss hatte die Corona-Krise?

Heussen: In der Corona-Krise hatten viele Makler offensichtlich mehr Zeit, sich mit digitalen Themen auseinanderzusetzen. Wir hatten in der Lockdown-Phase mehr Registrierungen als je zuvor. Unser Ziel ist es, mit Snoopr die größte, unabhängige Recherche-Plattform für Spezialversicherungen im deutschen Markt zu etablieren über die wir Makler, Versicherer und Kunden zusammenbringen.

Die Fragen stellte Silvia Fischer, Journalistin (FJS) und Diplom-Betriebswirtin.

Cash.GALA 2020

HDI

württembergische
Ihr Fels in der Brandung.

WWK
Eine starke Gemeinschaft

PATRIZIA

SwissLife

HanseMerkur

ÖKORENTA

PRIMUS VALOR

AS UNTERNEHMENSGRUPPE

FOTO: PIXABAY

Die Spannung steigt

Am 10. Dezember – aufgrund von Corona mit zweimonatiger Verzögerung – ist es wieder soweit. Die Cash.Gala, Jour fixe der deutschen Finanzbranche, findet erneut auf dem Süllberg in Hamburg-Blankenese statt. Auch in diesem Jahr bildet der Ballsaal aus der Belle Epoque den richtigen Rahmen und die angemessene Location für ein Event wie die Cash.Gala.

Wie gewohnt erwarten die Gäste erstklassiges Entertainment, zahreiche Highlights wie die Ehrung des Head of the Year, Charity und natürlich die Verleihung der Financial Advisors Awards 2020. Selbstverständlich tragen wir am Gala-Abend den Notwendigkeiten vollumfänglich Rechnung, die uns durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie auferlegt sind.

Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen die Nominierten für die Financial Advisors Awards 2020 in acht Kategorien vor. Seien Sie also wieder gespannt, welches der Produkte am Gala-Abend siegreich sein wird, wenn es wieder heißt: „And the winner is...!

INHALT

Financial Advisors Awards 2020 30
Die Jurys, Produktkategorien und Kriterien des FAA 2020 im Überblick

Altersvorsorge 32
Fondspolicen mit und ohne Nachhaltigkeit liegen im Trend

Sachversicherungen 34
Existenzielle Absicherung von Hausrat bis Strafrecht

Digitale Produkte 36
Tools für den Vermittler- und Kundensupport stehen im Vordergrund

Biometrie/PKV 38
Von Arbeitskraftabsicherung über Pflegevorsorge bis hin zur Krankenvollversicherung mit Top-Konditionen

Investmentfonds 40
Trendthemen Digitalisierung, ESG und globales Anlegen

Sachwerte AIF 42
Immobilien sind auch in diesem Jahr das Core-Investment der AIFs

Sachwerte Vermögensanlagen 44
Erneuerbare Energien und globaler Handel sind die Zielinvestitions-Objekte

FOTOS: FLORIAN SONNTAG

WWK INTELLIPROTECT® 2.0 –

Spitzenplatz für spitzen Rendite

Private Altersvorsorge lohnt sich nicht – die WWK hält mit einem innovativen Garantieprodukt dagegen. Wie die WWK trotz Niedrigzinsphase mit hohen Renditen überzeugt.

Interview mit Thomas Heß, Marketingchef und Organisationsdirektor WWK Versicherungen.

Die Niedrigzinsphase nimmt kein Ende. Wohin steuert die private Altersvorsorge?
Die private Altersvorsorge ist für viele Menschen ein wesentlicher Baustein eines sorgenfreien Lebensabends. Allerdings nagen seit einiger Zeit die anhaltenden Niedrigzinsen am Leistungsversprechen der Lebensversicherer. Sinkende Auszahlungen und Renten sind die Folge und erschweren den Aufbau der notwendigen finanziellen Mittel. Die Spareinlagen bei den Banken sind noch schlimmer betroffen. Hier müssen Kunden bereits heute mit negativen Zinsen also mit realen Verlusten rechnen. Die WWK geht seit vielen Jahren einen anderen Weg. Wir setzten in unseren fondsgebundenen Versicherungen auf chancenreiche Aktieninvestments kombiniert mit effektiven Garantien. Damit erhalten Sparer deutlich höhere Gewinnchancen ohne das Risiko einzugehen Geld zu verlieren.
Ganz offen: Garantien kosten Geld. Wie schaffen Sie es trotzdem eine attraktive Rendite zu erzielen?
Das ist natürlich richtig. Allerdings minimieren wir die Kosten durch unser innovatives und erst kürzlich neu konzipiertes Garantiesystem WWK IntelliProtect® 2.0. Es sorgt dafür, dass die Sparguthaben jedes einzelnen Kunden je nach Finanzmarktlage an jeden einzelnen Bankarbeitstag optimal in frei wählbare Aktienfonds und ganz sicher in einem konventionellen Teil angelegt werden. Damit profitieren Kunden direkt von den steigenden Aktienkursen und sind gleichzeitig vor den Risiken eines Kapitalverfalls an den Märkten geschützt.
Nebst Garantie wünscht der Kunde eine ansprechende Performance. Welche Anlagen stehen dem Kunden dafür zur Auswahl?
Der Kunde kann aus einer Palette von 50 Investmentfonds verschiedener renommierter Fondsanbieter wählen. Zum Einsatz kommen kostenreduzierte Fonds-Tranchen, die ansonsten vielfach nur institutionellen Anlegern vorbehalten sind. Darüber hinaus stehen neun sehr kostenarme passiv gemanagte Indexfonds zur Verfügung. Damit beteiligen sich Kunden über Aktieninvestments äußerst chancenreich am Produktivvermögen vieler Unternehmen. Je nach Kapitalmarktlage und Anlagehorizont fließen dabei bis zu 100 Prozent der Kundenbeiträge in Aktien. Bemerkenswert ist auch die Qualität des Fondsangebots, die ganz aktuell vom Handelsblatt in Kooperation mit der Ratingagentur Assekurata mit der Bestnote „Sehr gut“ bewertet wurde.

Thomas Heß, Marketingchef und Organisationsdirektor WWK Versicherungen

Wurde die neue Produktreihe bereits von anerkannten Rating-Häusern bewertet?
Natürlich haben wir uns auch viele Gedanken um möglichst faire und kundenfreundliche Versicherungsbedingungen gemacht. Moderne Rentenversicherungen sollten für Kunden viele Möglichkeiten zur Vertragsanpassung bieten. Das branchenweit anerkannte Rating-Institut Franke & Bornberg überprüft regelmäßig, ob bei den Tarifen wirklich alle notwendigen Gestaltungsoptionen vorhanden sind. Alle von der WWK neu angebotenen Tarife, ob Riester- oder Rürup-Rente, Privatrente oder Direktversicherung, werden dabei durchgängig von Franke & Bornberg mit der Bestnote FFF+ bewertet. Das Institut für Vermögensaufbau (IVA) hat bereits Ende 2019 die bewährte Produktgeneration WWK IntelliProtect® mit dem Titel „Beste Fondsrente mit Garantie“ ausgezeichnet. Die Tarife bieten laut den Experten die besten Renditechancen unter allen fondsgebundenen Hybridprodukten am Markt. Die neue Generation wertet die bewährten und etablierten Produkte für Kunden und Vermittler noch einmal deutlich auf.

Kontakt: Alle weitergehenden Informationen erhalten Sie auf: www.wwk-intelliprotect.de

FOTO: ROBERT HOLINSKI

„AND THE FINANCIAL ADVISORS AWARD 2020 GOES TO...“

...heißt es wieder am 10. Dezember im Ballsaal auf dem Süllberg in Hamburg-Blankenese mit Blick auf die Elbe im Rahmen der diesjährigen Cash.Gala.

Die Erwartungen der Branche steigen. Auch in diesem Corona-Jahr nähern sich die Financial Advisors Awards (FAA) 2020 ihrem alljährlichen Höhepunkt. In diesem Jahr stehen Produkte in acht Kategorien zur Wahl. Die Verleihung, ebenso wie die Cash.Gala als hochklassiges Networking-Event, hat sich als feste Größe in der deutschen Finanzdienstleistungsbranche etabliert. Im Rahmen des FAA werden die besten Kapitalanlagen aus den Produktkategorien Investmentfonds, Versicherungen und Sachwertanlagen prämiert.

Die Produktkategorien im Jahr 2020:

- Altersvorsorge
- Biometrie
- PKV
- Sachversicherungen
- Digitale Podukte
- Investmentfonds
- Sachwertanlagen AIF
- Sachwertanlagen Vermögensanlagen

Aus allen Bewerbungen werden in jeder der acht Kategorien die besten Produkte nominiert. Aus dieser Auswahl von Gewinnern kürt eine Fachjury den Sieger, der dann im Rahmen der Cash.Gala prämiert wird. Die Jury setzt sich aus einem Vertreter eines Analysehauses, eines führenden Branchenvertriebs sowie der Cash.-Chefredaktion zusammen. Die Beurteilung der eingereichten Produkte erfolgt nach dem Maßstab besonderer Leistungen in folgenden Kriterien:

- innovativ
- transparent
- anlegerfreundlich und
- vermittlerorientiert.

Die Jurys zur Ermittlung der Sieger bestehen aus folgenden Experten: Altersvorsorge und Sachversicherungen: Pascal Schiffels, Morgen & Morgen, und Marcus Börner, Inpunkto. Biometrie und PKV: Ellen Ludwig Ascore, und Marcus Börner, Inpunkto. Investmentfonds: Josef Depenbrock, Cash., sowie Dr. Oliver Lang, Blau direkt; SachwertanlagenAIF und Vermögensanlagen: Helmut Schulz-Jodexnis, Jung, DMS & Cie., und Stefan Löwer, G.U.B. Analyse. Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen die Nominierten im Detail vor. Darüber hinaus wird auf der Gala die Auszeichnung „Man of the Year“ vergeben. Mit diesem besonderen Preis ehren Redaktion, Herausgeber und Vorstand Persönlichkeiten, die sich durch herausragende unternehmerische Leistungen ausgezeichnet haben. Seien Sie also gespannt, wen Cash. in diesem Jahr ehrt und welche Produkte bei den FAAs ganz vorne landen.

Begehrte Branchenpreise: Der Financial Advisors Award wird auch in diesem Jahr acht Mal an herausragende Produkte vergeben.

FOTO: MALZKORNFOTO-HAMBURG

SWISS LIFE

Berufsunfähigkeitsversicherung: Das Gesamtpaket überzeugt!

Swiss Life ist eine führende Anbieterin für Lösungen rund um die Absicherung der Arbeitskraft und in diesem Bereich mehrfach Konsortialführerin bei den großen Branchenversorgungen MetallRente, KlinikRente und Arbeitskraftschutz Flex der IG BCE. Jetzt hat Swiss Life hat ihre gesamte Tarifwelt in der Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) auf den neuesten Stand gebracht und viele Verbesserungen mit unmittelbarem Mehrwert für Kunden und Makler eingeführt.

Um den Weg vom Antrag zum Vertrag noch angenehmer und einfacher zu gestalten, wurden bereits in den vergangenen Monaten viele relevante Abläufe und Prozesse in der Antrags- und Risikoprüfung optimiert. So wurden z. B. Annahmerichtlinien überarbeitet, um noch mehr Menschen durch eine kulantere Risikoprüfung bei vielen Krankheitsbildern versichern zu können.

Akuthilfe bei schweren Krankheiten ohne Mehrbeitrag

Ab sofort gibt es bei der komplett von Swiss Life verantworteten BU-Tarifwelt eine neue sogenannte Akuthilfe. Diese leistet unmittelbar bei der bedingungsgemäßen Diagnose von sechs definierten Krankheitsbildern: Krebs, Herzinfarkt, Schlaganfall, Blindheit, Taubheit, Verlust der Sprache. Der Kunde erhält eine versicherte Akuthilfe-Rente für eine Dauer von zwölf Monaten. Treten mehrere dieser Krankheiten zeitlich versetzt auf, kann sich dieser Zeitraum auch noch verlängern. Auch der mehrfache Bezug der Akuthilfe auf Grund ein und derselben Krankheit ist möglich. Das Besondere: Die Akuthilfe ist fester Bestandteil der Bedingungen. Das bedeutet, sie muss bei Antragstellung nicht gesondert angekreuzt werden, sondern ist ohne Mehrbeitrag mitversichert.

Die tonangebenden Neuheiten der Swiss Life BU

Optimierungen im Antragsprozess

- ✓ Der neu gestaltete Antrag
- ✓ Neue Gesundheitsprüfung bei BUZ-B
- ✓ Automatisierter Prozess für Klausel-Revision

Optimierungen für junge Leute

- ✓ Erweiterte Absicherungsmöglichkeiten
- ✓ Erweiterte Beitragsdynamik bei BU 4U

Weitere Optimierungen am Produkt

- ✓ BUprotect
- ✓ Verlängerungsgarantie für die SBU
- ✓ Verlängerte Meldefrist für die Nachversicherungsgarantie
- ✓ Erweiterte Berufsliste
- ✓ Konkretisierte Stundung

Erweiterter Hilfekatalog

- ✓ Umschulungshilfe
- ✓ Akuthilfe

Ab sofort automatisierte Revisionsmöglichkeiten

Aufgrund des Gesundheitszustandes erhalten manche Kunden eine sogenannte Ausschlussklausel, zum Beispiel für die Wirbelsäule oder Gelenke. Hier geht Swiss Life neue Wege: Sollte mit dem Kunden eine von mehreren näher bestimmten Klauseln vereinbart werden müssen, dann besteht künftig die Möglichkeit einer späteren automatisierten Revision der Ausschlussklausel. Dabei findet nach einem Zeitraum von einem bis fünf Jahren automatisch eine Überprüfung statt, ob die Ausschlussklausel aus medizinischer Sicht wieder entfallen kann.

Junge Menschen profitieren von neuen Tarifen

Swiss Life will den frühen Beginn der Absicherung für junge Menschen noch attraktiver gestalten, über das ganze Berufsleben hinweg. So profitieren z. B. Gymnasiasten sowie rund 200 weitere Berufsbilder von noch attraktiveren Beiträgen. Ebenso wurden die maximalen BU-Rentenhöhen für besondere Zielgruppen erweitert, insbesondere für Schüler ab der 11. Klasse und Auszubildende, Studenten und Doktoranden sogar bis zu 2.000 Euro. Dieses Angebot gilt übrigens nicht nur für die BU, sondern auch für den kompletten Swiss Life Vitalschutz und die MetallRente.EMI.

Kontakt: Swiss Life Deutschland, Zeppelinstraße 1, 85748 Garching b. München, Tel. +49 89 38109-2222, Direktservice@swisslife.de

ALTERSVORSORGE

Neuartig und nachhaltig

Neuartige Fondspolicen sind im Produktangebot der Lebensversicherer mittlerweile das Nonplusultra. Eine immer wichtigere Rolle spielt dabei auch das Thema Nachhaltigkeit. Die Nominierten im Überblick.

MyLife Invest

„MyLife Invest" ist eine fondsgebundene Lebensversicherung gegen Einmalbeitrag. Als Nettoprodukt ist dieses Produkt vollständig frei von Abschlussprovisionen und laufenden Provisionen. Kunden zahlen einen Einmalbeitrag und können Zuzahlungen, Teilauszahlungen oder auch eine Übertragung von Fondsanteilen im Rahmen der Vertragsbedingungen vornehmen und haben zudem vollen Zugriff bei ihrer Fondsanlage. Sie können zu Beginn und auch während der Laufzeit wählen, wie ihr Geld in die verschiedenenen Fonds aufgeteilt wird. Durch die Zusammenarbeit mit der Fondsdepot Bank können sie auf mehr als 3.000 Fonds – inklusive ETF und Dimensional-Fonds – zugreifen. Modellportfolios und Verwaltungsstrategien können ausgewählt und Musterportfolios vom Berater zusammengestellt werden. Während der Laufzeit können Kunden ihre tagesaktuellen Vermögenswerte, die gewählte Fondsaufteilung, Vertragsänderungen und Dokumente jederzeit online einsehen. **www.mylife-leben.de**

Nachhaltige Vermögensverwaltung

Mit einem neuen vermögensverwalteten Portfolio gibt die Nürnberger ihren Kunden die Möglichkeit, Altersvorsorge und Bewusstsein für nachhaltiges Handeln zu verbinden. Der Fokus liegt auf weltweit investierenden Aktien- und Rentenfonds sowie Aktien- und Renten-ETFs, wobei der Aktienanteil mindestens 70 Prozent beträgt. Die nachhaltige Investmentstrategie wird mit ESG- (Environment, Social and Governance) und SRI-Konzepten (Socially Responsible Investing) umgesetzt. Die Experten überprüfen monatlich die Zusammensetzung des Portfolios und ändern es bei Bedarf. Die Nürnberger bietet die nachhaltige Vermögensverwaltung in allen drei Schichten für die fondsgebundenen Vorsorgetarife mit und ohne Garantie an. Das Portfolio verfügt über keine fest vorgegebene Zielvolatilität. Sie bewegt sich in einem angenommenen Korridor von 10 bis 15 Prozent. **www.nuernberger.de**

Fondspilot

Die Stuttgarter hat ihre digitale Beratungslösung für die fondsgebundene Altersvorsorge, den Robo-Adisor „Fondspilot", um die Basis-Rente erweitert. Bisher war der „Fondspilot" nur für die FlexRente-Tarife nutzbar. Das Beratungstool führt Vermittler und Kunden nach Angaben des Versicherers über eine anwenderfreundliche Oberfläche durch zehn Fragen. Auf Basis der Antworten ermittelt der Robo-Advisor automatisch das Anlegerprofil. Diesem ordnet er ebenso automatisch ein passendes gemanagtes Portfolio zu. Es stehen fünf verschiedene Portfolios mit unterschiedlichen Chance-Risiko-Profilen zur Verfügung. Jedes davon besteht aus bis zu 13 verschiedenen Indexfonds. Die Portfolios berücksichtigen verschiedene Anlageklassen weltweit. Nutzt der Vermittler das Beratungstool, kann er damit seine Beratung dokumentieren. Der Algorithmus „Stuttgarter Automatisches Management" managt das Portfolio während der gesamten Vertragslaufzeit. **www.stuttgarter.de**

IntelliProtect 2.0

Die WWK hat die unter dem Markennamen „IntelliProtect" bekannten Fondsrenten mit Garantie überarbeitet und mit vielen Neuerungen ausgestattet. Die neuen Tarife stehen unter dem Namen „IntelliProtect 2.0" in allen drei Schichten zur Verfügung. Neu ist für die gesamte Fondspalette die als „individual Constant Proportion Portfolio Insurance" (iCPPI) bekannte dynamische Portfolio-Absicherungsstrategie. Sie besteht aus über 50 Investmentfonds. Bei der Auswahl der aktiv gemanagten Fonds wurde neben qualitativen Kriterien in Bezug auf die Leistungsfähigkeit der Fondsmanager und die Konsistenz des Investmentprozesses insbesondere auf die Fondskosten geachtet. Zum Einsatz kommen kostenreduzierte Fonds-Tranchen, die ansonsten vielfach nur institutionellen Anlegern vorbehalten sind. Darüber hinaus bietet die WWK ab sofort auch neun passiv gemanagte Indexfonds an. Diese eröffnen den Kunden institutionelle Anlagemöglichkeiten, zum Beispiel die Umsetzung von Core-Satellite-Strategien. **www.wwk.de**

Vorsorge Invest Spezial

Die Zurich Gruppe Deutschland bietet seit dem 1. Juli 2019 unter anderem bei „Vorsorge Invest Spezial" ein professionell gemanagtes ESG-Depotmodell an. Seit dem 1. Januar 2020 ist dieses Angebot auf vier verschiedene Modelle für unterschiedlich risikobereite Kunden ausgeweitet, die unter nachhaltigen Kriterien ausgestaltet sind. Auf diese Weise bietet Zurich den unterschiedlich risikobereiten Kunden individuell zu ihrem Chance-/Risiko-Profil das passende Modell. Die ESG-Depotmodelle werden von einem Anlageausschuss bestehend aus einem Pool aus Investmentexperten gemanagt. Die zugrundeliegenden Fonds und die Zusammensetzung werden laufend überprüft und bei Bedarf angepasst. Der Kunde delegiert so die Anlageentscheidung an Experten und muss sich nicht um die eigene Fondsauswahl kümmern. **www.zurich.de**

Wolfgang Hanssmann

HDI

Auch bei Betriebsschließung sind wir für unsere Kunden da.

Wolfgang Hanssmann, der Vertriebsvorstand von HDI, hat sich die Zeit genommen und sich den Fragen gestellt, die aktuell von Bedeutung sind. Im Mittelpunkt steht die Betriebsschließungsversicherung in Zeiten von Corona.

Die HDI Versicherung hat bereits Ende März erklärt, dass das Coronavirus in der Betriebsschließungsversicherung (BSV) eingeschlossen ist. Bei anderen Versicherern ist es nicht abgedeckt. Können Sie uns das erklären?

Wolfgang Hanssmann: Der Kerngedanke der BSV ist es, Betriebe, vor allem aber nicht nur in lebensmittelnahen Bereichen und rund um das Heilwesen, gegen Risiken aus einer Schließung aufgrund des Infektionsschutzgesetzes abzusichern. Natürlich ist die Versicherungsbranche immer von lokal begrenzten Ereignissen wie Salmonellen oder behördlichen Einzelverfügungen ausgegangen. Niemand hat an eine flächendeckende Schließung aufgrund präventiver Allgemeinverfügungen gedacht. Das können wir aber nicht zum Problem unserer Kunden machen. Die aktuelle Situation zeigt, dass es jeden treffen kann. Weshalb HDI nun die neue BSV für fast alle Branchen anbietet.

Was bedeutet das genau?

Hanssmann: Kunden aller Branchen, die bei HDI eine Gewerbeversicherung Compact und den Baustein BSV mit Bezug auf das Infektionsschutzgesetz abgeschlossen haben, durften jederzeit darauf vertrauen, dass auch neuartige Krankheiten und Erreger abgedeckt sind. Obwohl es nicht namentlich genannt wird, haben wir damit das neue Coronavirus den in unseren Bedingungen genannten Erregern gleichgestellt und auch Allgemeinverfügungen akzeptiert. Somit sind behördlich angeordnete Betriebsschließungen aufgrund des neuen Coronavirus in den bestehenden Policen bei uns mitversichert.

Sie haben zum Wohle Ihrer Kunden entschieden. Nun senden Sie Ihren Kunden aber Änderungskündigungen. Wie passt das zusammen?

Hanssmann: Die aktuelle Corona-Krise hat den Konstruktionsfehler in den Bedingungen aufgezeigt. Denn ausgelegt und kalkuliert wurde die BSV für lokale Ereignisse, bei denen eine überschaubare Anzahl von Betrieben betroffen ist und wegen behördlicher Anordnung vorübergehend schließen muss. Auch wenn wir jetzt umfassende Schadenzahlungen geleistet haben – Betriebsschließungen aufgrund präventiver Allgemeinverfügungen entsprechen nicht dem Grundgedanken und der Leistungsfähigkeit der BSV. Deshalb haben wir unsere Bedingungen angepasst.

Sind zukünftig Pandemien also nicht über die BSV versicherbar?

Hanssmann: Die betrieblichen Folgen einer Pandemie werden auch weiter über unsere BSV versicherbar sein. Wir leisten auch zukünftig bei meldepflichtigen Krankheiten und Erregern verbunden mit einer behördlichen Einzelanordnung. **Das gilt auch, wenn ein Betrieb aufgrund einer Einzelanordnung geschlossen wird, um ein Übergreifen meldepflichtiger Krankheiten oder Erreger aus einem fremden Betrieb zu verhindern. Die betriebswirtschaftlichen Folgen von Betriebsschließungen aufgrund einer Pandemie sind somit weiterhin privatwirtschaftlich versicherbar, nicht jedoch flächendeckende Allgemeinverfügungen.**

Welche Veränderungen haben Sie noch bei den HDI Bedingungen für die BSV vorgenommen?

Hanssmann: Zusätzlich zu den bereits genannten Veränderungen wurde in den neuen Bedingungen der BSV eine vierwöchige Wartezeit aufgenommen. Weiterhin wurden einige Punkte genauer definiert, beispielsweise zur Anrechnung staatlicher Leistungen oder der Ausschluss von Mehrfachleistungen für einen Versicherungsfall innerhalb eines Jahres.

Herr Hanssmann, vielen Dank für das Interview.

FOTO: HDI

Kontakt: HDI Versicherung AG, HDI-Platz 1, 30659 Hannover, www.hdi.de

SACHVERSICHERUNGEN

Hausrat, Strafrecht, Tier

Sachversicherer fokussieren auf spezielle Lösungen oder bringen Tarife, die einen existenziellen finanziellen Schutz noch weiter optimieren.

Die Haftpflichtkasse

PHV-Baustein StrafrechtPlus Privat

Die Haftpflichtkasse VVaG hat in Zusammenarbeit mit der Roland Rechtschutz-Versicherungs-AG eine neuartige Möglichkeit geschaffen, um über die Privathaftpflichtversicherung auch strafrechtliche Risiken sinnvoll abzusichern. Zum 1. Februar ist die Kooperation der beiden Spezialversicherer mit einer Produktkombination aus Haftpflicht- und Straf-Rechtsschutz-Versicherung gestartet. Die Kombination ist nicht obligatorisch, sondern als zusätzlicher Baustein „StrafrechtPlus Privat" zur privaten Haftpflichtversicherung optional auswählbar. Damit sind die Kunden der Haftpflichtkasse gegen den Vorwurf strafrechtlich relevanten Verhaltens abgesichert – im Privatleben, im Beruf und beim ehrenamtlichen Engagement im Verein. Der Schutz deckt Vorwürfe wie etwa Beleidigung, Steuerhinterziehung, Verleumdung, unterlassene Hilfeleistung und den Verbrechensvorwurf bis hin zu einer rechtskräftigen Verurteilung ab. Den Baustein „StrafrechtPlus Privat können Kunden der Haftpflichtkasse zum Preis von 16 Euro netto hinzuwählen. Der Baustein beinhaltet einen umfassenden Versicherungsschutz bis 1.000.000 Euro Deckungssumme, welcher sogar beim Vorwurf des Vorsatzes und des Verbrechensvorwurfs greift. Je Schadenfall gilt eine Selbstbeteiligung von 125 Euro. **www.haftpflichtkasse.de**

GHV Versicherung

Rundum-Sorglos-Schutz für Tier und Halter

Die GHV-Versicherungslösung rückt das Tier in den Mittelpunkt der Beratung, ohne den Besitzer auszuschließen. Ein risiko- und spartenüber-greifendes Angebot erleichtert den Beratungsübergang vom Tier auf den Menschen mit drei Produkten, die die Bedürf nisse von Tierhaltern abedecken: 1. Die Tieroperations- oder Tierkrankenversicherung 2. Die Tierhalterhaftpflichtversicherung 3. Die Unfallversicherung für den Tierhalter, die wiederum Leistungen für das Tier einbezieht. Die ganzheitliche Versicherungslösung ermöglicht höchstmögliche Flexibiliät. Dazu zählen die Auswahl von bis zu drei Sparten. Jedes Versicherungsprodukt steht in drei Linien zur Verfügung (Basis, Komfort, Premium). Es bestehen ganzheitliche Versicherungslösung für Hund, Pferd und Katze sowie ein tägliches Kündigungsrecht nach dem ersten Versicherungsjahr. Zudem ist eine jederzeitige Anpassung durch den Kunden oder Vermittler möglich. Ein durchgängiger Online-Prozess macht den Abschluss simpel. So gibt es nur eine Abschluss-Strecke, die durch alle Sparten mit nur wenigen Gesundheitsfragen führt. Die Kundendaten müssen nur einmal eingegeben werden. Es erfolgt eine sofortige Verarbeitung der Daten und Ausstellung einer Police. Es besteht volle Transparenz über Bedingungen und Abschlussprozess und die Beratungsdokumentation wird automatisch generiert. Der Kunde erhält nicht nur eine sofortige Bestätigung per E-Mail. In einem „end to end"-Prozess stehen Police und Vertragsinformationen zudem zeitgleich allen Stakeholdern zur Verfügung. Der Vermittler hat sofort Zugriff auf alle Kunden- und Vertragsdaten und Courtage bzw. Provisionen werden sofort verbucht. Sämtliche Vertrags- und Schadensprozesse sind online und digital verfügbar. **www.ghv-darmstadt.de**

MiBB Maklerverbund

Hausrat-Versicherung

Der MiBB Maklerverbund bietet mit der SecurFlex-Police ein Rundum-Konzept. Mit dieser Spezial-Kombi-Police ist nahezu alles gedeckt. Damit bietet die MiBB wahrscheinlich Deutschlands günstigste Hausrat-, Haftpflicht-, Glas-Versicherung. Ob Wasser- oder Feuerschaden, Fahrraddiebstahl, Hundebiss oder Glasbruch – mit der SecurFlex-Police bekommen die Kunden einen maßgeschneiderten Versicherungsschutz. Statt vieler unterschiedlicher Versicherungen – eine für Hausrat, eine Haftpflicht für Tiere, eine fürs Wohngebäude und, und, und – ist nur noch eine Police notwendig. Zielgruppe sind Privathaushalte, die eine langjährige schadenfreie Vorversicherung nachweisen können und eine Premium-Absicherung wünschen. Bestehende Versicherungen werden nahtlos in die neue Police eingebunden, Veränderungen oder neue Risiken sind ohne Meldung mitversichert. Der Kunde kann bei der MiBB eine Police mit oder ohne SB abschließen. Eine Variante ist die mit einer recht hohen Selbstbeteiligung von 600 Euro. Diese kommt allerdings faktisch nicht zur Anwendung. Denn: Durch die jahrelange unfallfreie Zeit des Kunden wird im Schadensfall die Vorversicherung mit angerechnet. Jeder Vermittler weiß, dass SB-Varianten zu einem verminderten Jahresbeitrag führen – der MiBB Maklerverbund nutzt das und gibt langjährig schadenfreien Kunden faktisch einen Tarif ohne SB, weil die Vorversicherungszeit angerechnet wird. Die bisherige Schadenquote rechtfertigt diese in Deutschland einzigartige Konstellation und somit bleibt der Beitrag auch im Schadenfall konstant. **www.mibb.net**

DIRK HENDRIK LEHNER, GESCHÄFTSFÜHRER WÜRTTEMBERGISCHE VERTRIEBSPARTNER GMBH

Pflegevorsorge neu gedacht: Jetzt mit Angehörigenabsicherung

Gesundheit ist das Wichtigste in unserem Leben. Der Gedanke an eine mögliche Pflegebedürftigkeit ist allerdings oft sehr weit entfernt und wird deswegen genauso aufgeschoben wie Überlegungen zu Testament, Vollmachten oder die Patientenverfügung.

Das Risiko pflegebedürftig zu werden wird somit unterschätzt. Dies stellt den Vermittler oft vor große Herausforderungen in der Beratung.

Die Notwendigkeit einer Absicherung ist offensichtlich: Drei von vier Frauen (74 Prozent) werden in ihrem Leben pflegebedürftig. Bei den Männern sind es 55 Prozent. Pflegebedürftigkeit kann jeden treffen – einen selbst oder die Angehörigen, auch junge Erwachsene.

Die gesetzliche Pflegepflichtversicherung bietet in Deutschland eine Grundversorgung. Doch diese reicht in vielen Fällen nicht aus. Laut dem PKV-Verband liegt der zu leistenden Eigenanteil für ein Pflegeheim im Bundesdurchschnitt bei monatlich circa 2.000 Euro, unabhängig von den Pflegegraden 2 – 5. So wirkt die gesetzliche Versorgung maximal als „Teilkaskoschutz".

Notwendige Vorsorge für den eigenen Pflegefall – aber wer hilft wenn es die nächsten Verwandten trifft?

Im Alter unabhängig zu sein, ist der Wunsch vieler Menschen. Doch ist die Umsetzung oft schwer möglich.

Vom Ehepartner gepflegt zu werden, bedeutet nicht selten große finanzielle Einbußen durch eventuell notwendige Arbeitsgeberfreistellung des Pflegenden. Dasselbe Szenario entsteht, wenn die eigenen Eltern oder Kinder betreut werden müssten.

Für beide Szenarien hat die Württembergische Krankenversicherung AG mit der neuen Pflegezusatzversicherung Lösungskonzepte erarbeitet und denkt damit Pflege völlig neu – nämlich umfassend.

Assistance-Leistungen sind nicht gleich Assistance-Leistungen!

Mit den neuen Bausteinen „Pflege-Assistance" und „Pflege-Airbag", wird eine Lösung für die wichtige Angehörigenabsicherung angeboten: Zum einen wird der Versicherte durch zielgenaue Assistance-Leistungen konkret unterstützt, wenn Angehörige ersten Grades pflegebedürftig werden. Zum anderen kann er im eigenen Leistungsfall für 6 Monate eine monatliche Geldleistung von bis zu 4.500 € durch den einzigartigen „Pflege-Airbag" erhalten. Dieser Betrag ist frei verfügbar und eine wichtige finanzielle Stütze bei eventuell unentgeltlicher Arbeitsfreistellung des Ehegatten. Und für kurzfristig notwendige Investitionen (zum Beispiel Umbauten), kann man zusätzlich Einmalleistungen bis zu 10.000 Euro wählen. Das Fundament der Versicherung bietet das Pflegemonatsgeld – bedarfsgerecht angepasst an die unterschiedlichen Eigenleistungen der Pflegeheime in Deutschland, maximal flexibel und modular aufgebaut, zur Deckung ambulanter bzw. stationärer Pflegekosten.

Die Herausforderung der Zukunft: Auch Angehörigen finanzielle, zeitliche und mentale Sicherheit für den Fall der Fälle zu gewährleisten.

Günstige Einstiegsprämien und voller Versicherungsschutz!

Mit einem reduzierten Monatsbeitrag von ca. 50 Prozent (in den ersten 3 Jahren) und für weitere 7 Jahre gestaffelt, bietet die Württembergische eine weitere Option an. Zudem ist auch eine reine „Grundabsicherung" möglich. Für jeden Bedarf das richtige Konzept.

Pflege neu gedacht – an alles gedacht.

Kontakt: Württembergische Vertriebspartner GmbH, Gutenbergstr.16a, 70176 Stuttgart, Tel.: 0711/ 662-722227, email: makler-vorsorge@wuerttembergische.de, Internet: www.wuerttembergische-makler.de

FOTO: HALFPOINT - STOCK.ADOBE.COM

DIGITALE PRODUKTE

Bots und digitaler Vermögensaufbau

Die Digitalisierung wird immer mehr zum Game Changer. Ganz gleich, ob in Form digitaler Service-Tools oder innovativer Möglichkeiten zum Vermögensaufbau. Effizienz, Schnelligkeit und Transparenz sind die Schlüsselbegriffe zukünftiger Entwicklungen in diesem Segment.

Ergo Group

Phonebots für mehr Effizienz im Kundenservice

Sprachassistenten sind dank Amazon Alexa, Siri und Google Assistant auf dem Vormarsch. Gestützt durch künstliche Intelligenz wächst auch die Akzeptanz der Nutzer stetig. Aktuelle Zahlen bestätigen das: Google vermeldete weltweit mehr als eine Milliarde Endgeräte, die eine Nutzung von Google Assistant ermöglichen. Amazon verweist auf über einhundert Millionen Geräte, die Zugriff auf Amazon Alexa bieten. 2016 wurden 20% aller Googlesuchen auf mobilen Endgeräten per Sprache ausgeführt. Die Akzeptanz für Sprachassistenten bei Ergo Kunden entwickelt sich ähnlich: Die Bereitschaft, diverse Anwendungsfälle im Versicherungskontext per Sprachassistent abzuwickeln, ist hoch. Dazu zählt z.B. die Meldung eines Schadens, das Erfragen eines Bearbeitungsstands oder die Terminvereinba- rung mit einem Berater. 2017 startete Ergo mit der Entwicklung eines eigenen Chatbots zur Automatisierung hochfrequentierter Kundenservices auf der Webseite. Im selben Jahr folgte die Erweiterung um eine erste Anwendung für Amazon Alexa. Aufgrund dieser Ergebnisse und des Sprachassistenztrends wurde ein umfassen- des, exploratives Projekt namens „Scotty" gestartet. Das Scotty-Team wurde in einem Startup-ähnlichen Setup zunächst aus den Konzernprozessen herausgelöst, um möglichst agil und eigenständig handeln zu können. Es entwickelte innerhalb der ersten sechs Monate zehn Sprachassistenten für unterschiedliche Versicherungssparten. Mit einer Lösung für den Abschluss einer Reiseversicherung über einen Sprachassistenten gehört Ergo zu den Vorreitern der Branche. Auch mit dem Einsatz von 250 Smart Speakern bei Vermittlern setzte Ergo Maßstäbe innerhalb der Branche. Ziel beim Ausbau der Sprachassistenten ist es, die Kundenzufriedenheit zu steigern. Vor allem im Zusammenspiel mit bestehenden Kundenservice-Prozessen bei Ergo. Die Sprachassistenzlösungen tragen hier zu einer Verkürzung der Wartezeit in den Kunden-Hotlines bei: Weil sie einfache Anwendungsfälle eigenständig und komplett ohne Wartezeit abbilden können, entlasten sie gleichzeitig die anderen Hotlines. Zudem schaffen die Sprachassistenten den Kundenservicemitarbeitern mehr Zeit für qualitativ hochwertige Beratungsgespräche. Auch das wirkt sich positiv auf die Kundenzufriedenheit aus. **www.ergo.de**

Finexity

Tokenisierte alternative Kapitalanlagen

Immobilien, Crowd-Investing und Blockchain-Technologie: Auf diesen drei Säulen basiert das Investmentangebot, das die Finexity AG Anlegern anbietet. Mittels Blockchain-Technologie reduzieren die Hamburger die Emissionskosten auf ein Minimum und bieten Anlegern eine flexible Investitionsmöglichkeit, die eine eigentümerähnliche Partizipation an Immobilienerträgen bereits ab 500 Euro Mindestanlage ermöglicht. Die Investition kann mit wenigen Klicks im Web oder per App getätigt werden. Statt mehrere Immobilien mit kompliziertem Vertragswerk in einem offenen Investmentfonds zu „verpacken", an dem Anleger dann einzelne Anteilsscheine über ihr Depot zeichnen können, verkörpert Finexity den Anspruch der Anleger auf Mieterträge, Tilgungsgewinn und potenzielle Wertsteigerung der Immobilie im Fall eines späteren Verkaufes digital. Dazu werden Blockchain-basierte Token ausgegeben, wobei jeder Token wirtschaftlich einen kleinen Teil an einer bestimmten Immobilie repräsentiert. Einmal ausgegeben, können die Token mittels Blockchain-Technologie jederzeit von verifizierten Kunden gehandelt werden. Finexity versteht sich als Immobilienmakler für Kleinanleger. Anders als bei einem offenen Immobilienfonds, bei dem Investoren an einem Portfolio beteiligt und dabei auf einen Fondsmanager angewiesen sind, können Finexity-Kunden die Immobilie selbst auswählen und binnen Minuten digital investieren. Neben Immobilieninvestments hast sich Finexity weiteren alternativen Vermögenswerten geöffnet und bietet ausgewählte Kunstwerke und Oldtimer als Investment an. Mit der Blockchain-Technologie digitalisiert das Unternehmen die entsprechenden Vermögenswerte, um die Kosten und Einstiegsbarrieren auf ein Minimum zu reduzieren. Privatanleger können sich so ab 500 Euro ihr persönliches Multi-Asset-Portfolio individuell zusammen stellen. Ab 50.000 Euro erhalten erfahrenere Anleger zusätzliche exklusive Beteiligungsmöglichkeiten im Finexity Club-Deal-Bereich. **www.finexity.com**

HANSE MERKUR

»Das Team als Erfolgsfaktor«

Marktführende Produkte und eine starke Vertriebsmannschaft machen die HanseMerkur zum idealen Partner für Makler

Eric Bussert, Vorstand für Vertrieb und Marketing der HanseMerkur (r.), Paulo Patricio, Organisationsdirektor Makler und Mehrfachagenten der HanseMerkur.

Herr Bussert, auch in diesem Jahr ist die HanseMerkur wieder nominiert für den Financial Advisor Award, Ihr Unternehmen gehört ja quasi schon zum Inventar des Wettbewerbs. Im Corona-Jahr 2020 wurde ausgerechnet ein Krankenvollversicherungsprodukt für den Award ausgewählt, passt das überhaupt zusammen?

Bussert: Tatsächlich hat die Pandemie gezeigt, wie wichtig eine gute Gesundheitsversorgung für die Gesellschaft, das Wirtschaftssystem, aber natürlich insbesondere auch für jeden Einzelnen ist. Das duale System aus Gesetzlicher und Privater Krankenversicherung hat in Deutschland ausschlaggebend dazu beigetragen, dass wir im Vergleich mit anderen Ländern noch verhältnismäßig gut durch die Krise kommen. Auf jeden Fall was die Versorgung der Erkrankten betrifft, denn da zahlt sich jetzt aus, dass beispielsweise die Ausstattung der Krankenhäuser, Stichwort Intensiv- und Einzelbetten, aber auch die Ausstattung der Arztpraxen und Labore in Deutschland besonders hoch ist. Insofern passt das Corona-Jahr 2020 und die Nominierung eines Hochleistungstarifes wie dem Best Fit tatsächlich gut zusammen. Das sehen wir auch am Neugeschäft der HanseMerkur, das von einem exzellenten Niveau kommend in diesem Jahr noch mal spürbar angestiegen ist. Die Sensibilisierung der Bürger für eine gute Gesundheitsversorgung hat hierzu sicherlich beigetragen.

Herr Patricio, Sie sind verantwortlich für den Maklervertrieb der HanseMerkur. Was macht aus Ihrer Sicht den Erfolg der HanseMerkur im PKV-Vertrieb aus?

Patricio: Um in der Zusammenarbeit mit Maklern erfolgreich zu sein, muss ständig an drei Parametern gearbeitet werden: Die Produkte müssen top positioniert sein, der Service muss stimmen und die Vertriebspartner müssen sich auf ihren Maklerbetreuer verlassen können. Das ist ein ständiges Hinterfragen, Justieren und vor allem ein intensiver Austausch mit unseren Vertriebspartnern. Im Bereich Produkte haben wir es geschafft, in allen Zielgruppen den Markt entscheidend zu prägen. Mit dem Hochleistungstarif Best Fit haben wir beispielsweise in diesem Jahr einen weiteres Produkt mit echten, vertrieblich relevanten Alleinstellungsmerkmalen wie der höchsten garantierten Beitragsrückerstattung am Markt eingeführt. Ein hohes Neugeschäft führt aber auch bei uns zu einer Reihe Hausaufgaben für den Service, vor allem im Bestand. Wenn es hier mal nicht gut läuft, ist es besonders wichtig, dass das Team vor Ort, die Betreuer in den Regionen oder für einzelne Vertriebspartner, für die Makler da sind. Und besonders auf dieser Ebene setzen wir trotz vieler digitaler Prozesse auf die persönliche Betreuung, investieren weiter in spezialisierte und erfahrene Ansprechpartner für die Makler. Das Team ist bei uns ganz klar ein entscheidender Erfolgsfaktor.

Kommen wir noch mal zurück auf das nominierte Produkt Best Fit: Was ist daran so besonders?

Bussert: Besonderer Clou des Best Fit ist, dass trotz der Entwicklung eines neuen Produktes keine Neukalkulation notwendig war. Das Hauptmodul ist der seit 20 Jahren bekannte Tarif AZP. Das Kollektiv des AZP ist ausgesprochen gut, die Bestands- und Neugeschäftsbeiträge sind überdurchschnittlich beitragsstabil. Weiterer Vorteil: Alte Tarife werden nicht geschlossen, sondern werden bei unveränderter Annahmepolitik vom hohen Neugeschäft weiter profitieren. Mit der neugewonnen Flexibilität im BRE-System wird aber noch mal eine zusätzliche neue Zielgruppe angesprochen – und damit der Anspruch der HanseMerkur, „Rundum"-Anbieter für alle Zielgruppen der PKV zu sein, erfüllt.

FOTO: HANSEMERKUR

BIOMETRIE/PRIVATE KRANKENVERSICHERUNG

Einkommenssicherung und Pflege

Sich vor den finanziellen Folgen eines dauerhaften Job-Verlustes sowie einer Pflegebedürftigkeit abzusichern, werden immer wichtiger. Tarife für das Plus an Gesundheitsvorsorge und Zahnvorsorge ebenfalls.

Stuttgarter Lebensversicherung

„easi“

Die Stuttgarter
Der Vorsorgeversicherer

Das Produkt „easi“ ist ein ganzheitliches Konzept zur Einkommensabsicherung und verbindet biometrische Produkte mit einem neuen Service-Angebot für Vermittler. So erfahren die bestehenden Produkte BU PLUS und Grundschutz+ eine umfassende Überarbeitung. Hervorzuheben sind hierbei insbesondere Lösungen für Kinder und Schüler. So ist BU PLUS für Schüler ab 10 Jahren und der GrundSchutz+ für Kinder ab 5 Jahren erhältlich. Alle Produkte können während der Vertragslaufzeit an sich verändernde Lebensumstände angepasst werden. Neben der Flexibilität während der Vertragslaufzeit durch easilife zeichnet beide Produkte eine optionale Beitragsbefreiung bei Tod des Versorgers aus. Hierdurch bleibt der Versicherungsschutz des Kindes weiter bestehen. Für Vermittler schnürt Die Stuttgarter im Rahmen von easi zudem ein Service-Paket. Kostenlose Webinare und ein Themenportal vermitteln neben Produktwissen auch kontinuierlich News und Trends rund um die Einkommensabsicherung. **www.stuttgarter.de**

Swiss Life

Swiss Life SBU mit Konsortialtarifen

SwissLife

Swiss Life hat seine BU-Tarife neu gedacht um das Thema Ausschlussklauseln innovativ anzugehen. Das heißt, bei bestimmten ausgewählten Ausschlussklauseln im Neugeschäft erfahren alle Beteiligten bei Swiss Life einen optimierten und automatisierten Revisionsprozess. Ist der Kunde mit entsprechenden Ausschlussklauseln bereits bei Antragsstellung beschwerdefrei, so besteht die Möglichkeit einer automatisierten Revision. Je nach Art und je nach Tätigkeit des Kunden wird nach einem Jahr, nach zwei, drei, vier oder fünf Jahren eine Revision der Ausschlussklauseln durchgeführt! Das Besondere dabei: Der konkrete individuelle Revisionszeitpunkt wird bereits zusammen mit der Klausel in der Police dokumentiert. Zum Revisionszeitpunkt geht Swiss Life aktiv auf den Kunden zu. Diese Regelung bietet Swiss Life nicht nur für die SBU an, sondern auch für das gesamte Tarifspektrum der Konsortien von MetallRente, KlinikRente und AKS IG BCE. . **www.swisslife.de**

Württembergische Krankenversicherung

Pflegezusatzversicherung

württembergische
Ihr Fels in der Brandung.

Die neue Pflegezusatzversicherung löst bisherige Tarife ab und setzt ein hohes Maß an Flexibilität: Kunden können selbst bestimmen, wie viel Geld ihnen im Falle der Pflegebedürftigkeit – abhängig vom Pflegegrad und von der Art der Unterbringung (ambulant oder stationär) – ausbezahlt werden soll. Nachversicherungsoptionen machen es möglich, den Versicherungsschutz bequem an neue Lebenssituationen anzupassen. So können zu bestimmten Anlässen wie beispielsweise Heirat, Geburt eines Kindes, Erwerb einer Immobilie oder Verlegung des Erstwohnsitzes in ein anderes Bundesland die Kunden ihren Versicherungsschutz ohne Gesundheitsfragen erhöhen. Ab Pflegegrad 4 entfallen für die Kunden die Beiträge zu ihrer Versicherung. Durch weltweiten Versicherungsschutz ist die Pflege auch außerhalb Deutschlands möglich. Zusätzlich zum Pflegemonatsgeld sind drei optionale Bausteine „Pflege-Einmalleistung“, „Pflege-Airbag“ und „Pflege-Assistance“ als Ergänzungen möglich. **www.wuerttembergische.de**

PRIVATE KRANKENVERSICHERUNG

Hanse Merkur

Best Fit, die Vollversicherung für Angestellte

HanseMerkur

Best Fit ist ein neuer Hochleistungstarif für Angestellte. Als Hochleistungsprodukt bietet Best Fit die höchste garantierte Beitragsrückerstattung am Markt in Höhe von sechs Monatsbeiträgen und punktet mit Leistungen ohne Selbstbeteiligung auch oberhalb der Höchstsätze der Gebührenordnung für Ärzte (GOÄ) und Zahnärzte (GOZ) bei ambulanten, zahnärztlichen- und stationären Behandlungen, ohne dabei wichtige Vorsorgeuntersuchungen außer Acht zu lassen. Viele Privatversicherte sorgen sich um die Beitragsstabilität im Alter. Hanse Merkur hat hierfür ein besonderes Konzept etabliert, das die gesetzlich vorgeschrieben Alterungsrückstellungen, die aus einem Teil der Beiträge für das Versichertenkollektiv gebildet werden, noch um eine weitere individuelle Komponente ergänzt: Wahlweise lässt sich die Erstattung des Selbstbehaltes ab dem 65. Lebensjahr als gesonderter Tarifbaustein abschließen oder ein Modul zur monatlichen Beitragsreduktion ab Rentenalter vereinbaren. **www.hansemerkur.de**

Münchener Verein

„ZahnGesund“

münchener verein
Zukunft. In besten Händen.

„ZahnGesund“ ist ein neues Zahnzusatzprodukt. ZahnGesund sichert mit drei Kompakt-Tarifen die Kostenrisiken von Zahnbehandlung, Zahnprophylaxe, Zahnersatz, Kieferorthopädie und der Schmerzlinderung für gesetzlich Krankenversicherte und Personen mit freier Heilfürsorge zu günstigen Beiträgen ab. Die Versicherten können sich dabei zwischen einer Leistungshöhe von 75, 85 oder 100 Prozent entscheiden, wobei sich die Erstattungsleistungen bei den ZahnGesund-Tarifen mit 75 und 85 Prozent bei Bonusheftführung auf 80 bzw. 90 Prozent erhöhen. Bei den neuen Tarifen gibt es keine Wartezeit. Wer sein Bonusheft in den letzten zehn Jahren lückenlos geführt hat, erhält bei Zahnersatz-Leistungen in den Tarifen ZahnGesund 75+ und ZahnGesund 85+ ein fünfprozentiges Upgrade. **www.muenchener-verein.de**

PATRIZIA Europe Residential Plus

Das paneuropäische Immobilien-Investment jetzt mit erweitertem Immobilienportfolio

Die PATRIZIA GrundInvest ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der börsennotierten PATRIZIA AG. Diese wurde vor 36 Jahren gegründet und zählt heute mit einem betreuten Immobilienvermögen von über 45 Milliarden Euro zu den führenden Immobilieninvestmenthäusern Europas. Um privaten und (semi-) professionellen Anlegern die Möglichkeit zu geben, an der Wertentwicklung der Immobilienfonds von PATRIZIA zu partizipieren, wurde im Jahr 2015 die Tochtergesellschaft PATRIZIA GrundInvest gegründet. Unter der Verantwortung einer Führungsriege mit jeweils mehr als 20 Jahren Erfahrung entwickelt unser Expertenteam hochwertige Immobilienfondsprodukte entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dabei greift PATRIZIA GrundInvest auf das komplette Leistungsspektrum und auf die lokale Expertise der europäischen PATRIZIA Standorte zurück.

Objekt in Amsterdam, neue Wohnanlage im Stadtteil „Buiksloterham“

PATRIZIA Europe Residential Plus

Der Fonds PATRIZIA Europe Residential Plus, der sich speziell an sogenannte sachkundige bzw. (semi-)professionelle Anleger richtet und eine Gesamtrendite von fünf Prozent plant, hat sein Immobilienportfolio um eine weitere attraktive Wohnimmobilie in Amsterdam erweitert.

Der Fonds hatte bereits zum Vertriebsstart erste Wohnimmobilien mit insgesamt mehr als 350 Wohneinheiten akquiriert. Dazu gehört ein Objekt in Hamburg, das im zweiten Quartal 2021 fertiggestellt werden soll und überwiegend Wohnungen für Singles, Paare und Familien bereitstellt. In Brüssel ist eine neue moderne Wohnanlage im Stadtteil Forest angebunden worden, und in Luxemburg wurde ein Neubau mit Studentenapartments in unmittelbarer Uni-Nähe für den Fonds angekauft.

Nun kommt eine attraktive neu gebaute Wohnanlage im Norden Amsterdams hinzu. Sie umfasst 114 hochwertige Wohneinheiten und liegt im beliebten Stadtteil „Buiksloterham“. Was sie besonders auszeichnet, sind die Lage direkt am Wasser und der unverbaubare Blick auf die Metropole. Mit den kostenlosen regelmäßig verkehrenden Fähren, die am Objekt abfahren, haben die zukünftigen Mieter einen direkten Anschluss an den Hauptbahnhof und das Stadtzentrum. Die Übergabe des Objekts an den Fonds ist zeitnah geplant. Danach besteht das Portfolio des Fonds aus nahezu 500 Wohnungen, die sich breit gestreut in Belgien, Luxemburg, den Niederlanden und Deutschland befinden.

Andreas Heibrock, Geschäftsführer der PATRIZIA GrundInvest

Der Fonds PATRIZIA Europe Residential Plus investiert in ausgewählte Wohnimmobilien in aufstrebenden Metropolregionen Europas. Dabei werden neben dem klassischen Wohnen auch alternative moderne Wohnformen wie Studenten und Mikroapartments oder auch altengerechtes Wohnen berücksichtigt. Das geplante Investitionsvolumen des Fonds liegt bei 500 Millionen Euro.

Zielgruppe des PATRIZIA Europe Residential Plus sind sogenannte (semi-)professionelle Anleger wie beispielsweise Stiftungen oder kleinere Versorgungswerke, aber auch vermögende Privatkunden – sogenannte „High-Net-Worth Individuals“, Family Offices oder Vermögensverwalter aus ganz Europa. Die Mindestbeteiligung liegt bei 200.000 Euro.

Aber auch Privatanleger können indirekt an diesem Investment mit dem nun erweiterten Zielportfolio partizipieren. Möglich ist dies über den Publikums-AIF PATRIZIA GrundInvest Europa Wohnen Plus. Dieser AIF ist als Dachfonds konzipiert, das heißt, er investiert in Zielfonds der PATRIZIA Gruppe mit Schwerpunkt Wohnen. Jeweils 60 Prozent der eingeworbenen Mittel fließen in den Fonds PATRIZIA Europe Residential Plus. Darüber hinaus hat sich dieser Dachfonds bereits an einem weiteren Spezialfonds beteiligt, der in eine Studentenwohnanlage in Hamburg investiert hat. Damit sind alle Anleger bereits heute mittelbar an über 600 Wohnungen europaweit beteiligt. Weiterer Pluspunkt: Aufgrund der breiten Streuung liegt die Mindestanlagesumme erstmals bei einem PATRIZIA Publikumsfonds bei nur 5.000 Euro.

FOTOS: PATRIZIA

Kontakt: PATRIZIA GrundInvest, Fuggerstraße 26, 86150 Augsburg, Tel.: +49/821/509 10-000,
Fax: +49/821/509 10-550, E-Mail: GrundInvest@patrizia.ag, Internet: www.patrizia-immobilienfonds.de

INVESTMENTFONDS

Global, nachhaltig, digital

Die Nominierten im Rahmen des Financial Advisors Awards in der Kategorie Investmentfonds spiegeln den Zeitgeist und die aktuellen, aber auch zukünftigen Erfolgskonzepte wider.

Apano

Apano Global Systematik

Mit dem apano Global Systematik ist der „Aktienfonds für Vorsichtige" entstanden, der die Chancen der Weltaktien nutzt und gleichzeitig über ein Sicherheitsnetz verfügt. Durch sein Wertsicherungskonzept eignet sich der Fonds für Investoren, die aktienähnliche Erträge suchen, jedoch die zum Teil deutlichen Kursrückschläge der Aktienmärkte selbst nicht mit ihrer persönlichen Anlagestrategie vereinbaren können. Der Investmentfonds apano Global Systematik hat die Freiheit, Gewinne mitzunehmen und bei „aufkommenden Unwettern" rechtzeitig aus den Märkten auszusteigen. Er kombiniert somit Aktienchancen und ein Wertsicherungskonzept in einem einzigen Wertpapier. Die Steuerung der Anlagequote erfolgt auf Basis des täglich ermittelten apano-Stimmungsindex. Es wird global gedacht und weltweit investiert. Via ETFs soll der Fonds an guten Aktienphasen bestmöglich partizipieren, jedoch bei Korrekturphasen frühzeitig in liquiden Mitteln oder geldmarktähnlichen Instrumenten zu „parken". **www.apano.de**

Candriam

Candriam SRI Equity Circular Economy

Der Fonds investiert weltweit in Unternehmen, die neue Technologien und Lösungen für den Umstieg auf eine Kreislaufwirtschaft anbieten. Darunter fallen etwa die Bereiche Abfallmanagement, erneuerbare Ressourcen, Verlängerung der Produktlebensdauer und Ressourcenoptimierung, aber auch jene Firmen, die ihre Geschäftsabläufe und ihre Wertschöpfungskette aktiv ändern, um sich verstärkt an das Kreislaufprinzip zu halten. Das Kreislaufwirtschaftskonzept bietet eine Alternative zum derzeitigen linearen Wirtschaftsmodell – Entnehmen, Herstellen, Entsorgen – indem Abfall vermieden und der Bedarf an neuen Rohstoffen verringert wird. Es strebt Steigerungen der Ressourceneffizienz durch Wiederverwendung oder Wiederverwertung von Materialien an. Candriam wird zudem bis zu zehn Prozent der jährlichen Nettoverwaltungsgebühren an gemeinnützige Verbände und Organisationen spenden. **www.candriam.de**

J.P. Morgan Asset Management

JPMF - Emerging Markets Sustainable Equity Fund

Die Identifizierung von nachhaltigen Anlagechancen in den Schwellenländern erfordert ein umfangreiches Research. Aufgrund der noch mangelnden Erfassung von ESG-Informationen durch führende Anbieter sowie der geringeren Transparenz, ist lokale Expertise und umfangreiches Know-how der einzelnen Märkte unerlässlich. Die Portfoliomanger des Emerging Markets Sustainable Equity Fund identifizieren Unternehmen, die sich durch eine erfolgreiche Unternehmensführung, ein herausragendes Management von ökologischen und sozialen Fragen sowie durch ein robustes Wirtschaftsmodell auszeichnen. Durch den Ausschluss bestimmter Branchen und von Unternehmen, deren Tätigkeiten mit bestimmten Themen im Zusammenhang stehen, entspricht der Fonds vielen der ökologischen, sozialen und governance-bezogenen Werte, die oft von Kunden nachgefragt werden. Der Fonds schließt einige Branchen vollständig aus und schreibt für andere einen prozentualen Maximalwert für entsprechende Erträge vor. **am.jpmorgan.com**

KFM Deutsche Mittelstand AG

Deutscher Mittelstandsanleihen FONDS

Der Deutsche Mittelstandsanleihen FONDS investiert vornehmlich in ausgewählte Anleihen von Unternehmen des deutschen Mittelstands. Die Investmentstrategie des Fonds basiert dabei auf einer festen Struktur: Im Kernportfolio werden bis zu 75 Prozent des Fondsvolumens in festverzinsliche Wertpapiere mittelständischer Unternehmen investiert, im Liquiditätsportfolio werden bis zu 25 Prozent des Fondsvolumens in börsennotierte, festverzinsliche Wertpapiere von Emittenten investiert, die nach Möglichkeit zu den Top-500-Familienunternehmen in Deutschland zählen. Kernstück der Fondsauswahl ist das umfassende KFM-Scoring-Modell, mit dem vielfältige qualitative und quantitative Kennzahlen und Faktoren bewertet und anschließend zu einem Gesamturteil aggregiert werden. Das Fondsmanagement investiert nur in die Anleihen, die den Analyseprozess des KFM-Scoring-Modells, das exklusiv dem Deutschen Mittelstandsanleihen Fonds zur Verfügung steht, erfolgreich bestehen. **www.kfmag.de**

Patriarch Multi-Manager

The Digital Leaders Fund

Der Fonds investiert langfristig in Unternehmen, die nach Einschätzung der Fondslenker Baki Irmak und Stefan Waldhauser die Gewinner des digitalen Zeitalters sein werden. Die Gründer und Fondslenker wollen die bisherige traditionelle, fundamentale Aktienanalyse um Kennzahlen zur digitalen Performance ergänzen, um bessere Ergebnisse zu erzielen. Zu den Erfolgsfaktoren der Digitalisierung, auf die der Fonds in besonderer Weise fokussiert, zählen: Kundennutzen, Plattformen, Wertströme, Agile Produktentwicklung, Open Thinking, Unternehmenskultur, Algorithmen und Management by Fakten. Die Frankfurter Investmentboutique Patriarch hat die Vermarktung des The Digital Leaders Fund über unabhängige Finanzberater und Maklerpools in Deutschland und Österreich übernommen. **https://thedlf.de/**

PRIMUS VALOR AG

Wohnimmobilien zeigen sich krisenresistent

Gordon Grundler, Vorstand Primus Valor; (oben) Objekt in Chemnitz (ICD 9 R+) und (rechts) in Brandenburg (ICD 8 R+)

Das Thema „Corona“ hat die deutsche Wirtschaft in den vergangenen Monaten stark getroffen. Auch Kapitalmarkt-Produkte wurden hierdurch zwangsweise auf den Prüfstand gestellt. Betrachtet man die verschiedenen Asset-Klassen, kann man feststellen: Immobilien gelten zurecht als stabiles und krisensicheres Investment. Gut zusammengefasst mit „Gewohnt wird immer“, zeigen sich Wohnimmobilien sehr resistent, Gewerbeimmobilien oder Hotels hingegen haben mit den negativen Auswirkungen der Pandemie zu kämpfen.

Primus Valor bietet mit seinen Immobilienfonds der ImmoChance Deutschland-Reihe bereits seit über 13 Jahren dem Anleger eine gute Möglichkeit, sein Geld in Wohnimmobilien zu investieren. Die Anlagestrategie von Primus Valor verfolgt den Erwerb von deutschen Bestandsimmobilien in Mittel- und Oberzentren, denn hier sind die Preise in der Regel weiterhin deutlich niedriger als in den Metropolregionen und bieten noch entsprechende Wertsteigerungspotenziale. Durch eine breite Streuung auf verschiedene Standorte und Einzelimmobilien soll Sicherheit für das Investment geschaffen werden. Mit dem Zusatz „Renovation Plus“ fokussiert sich Primus Valor seit seiner Emission „ImmoChance Deutschland 7 Renovation Plus“ im Jahr 2015 auf Objekte, bei denen durch gezielte Renovierung, Erneuerung sowie Aus- und Umbauten das Renditepotenzial der Liegenschaften oftmals noch gesteigert werden kann, nahezu unabhängig von der allgemeinen Marktentwicklung. Nach erfolgter Sanierung entstehen hierbei keine hochpreisigen Luxus-Apartments sondern bezahlbarer Wohnraum, dessen Nachfrage seit Jahren das Angebot deutlich übersteigt und durch Neubauten bzw. Projektentwicklungen allein nicht abgefangen werden kann. Von dieser Strategie profitieren alle Beteiligten, denn der Mieter soll durch deutlich gesteigerten Wohnkomfort und niedrigere Nebenkosten, der Anleger von einem höheren Mietzins und somit einem Preissprung der Immobilien profitieren. Die Umwelt wird durch die Einsparung von Heizkosten effektiv entlastet.

Primus Valor zog nach den ersten sechs Monaten Bilanz und konnte allgemein keine verstärkte Fluktuation bezüglich der Mieter vermerken. Es konnte nach Betrachtung aller Emissionen lediglich ein durch die Corona-Krise bedingter Leerstand von ca. 2 Prozent festgestellt werden. Da die „Renovation Plus“-Reihe dem Namen entsprechend den Fokus auf eine umfangreiche Sanierung legt, zeigte sich, dass Sanierungskosten seitens Subunternehmen nicht erhöht wurden; im Gegenteil. Teils konnten sogar Kosten eingespart werden, da manche Kooperationspartner aufgrund der Krise vor ungefüllten Auftragsbüchern standen.

Folglich sollten Investoren, die auf der Suche nach stabilen Erträgen sind, neben einer Direktimmobilie auch einen gut gemanagten und voll regulierten Alternativen Investmentfonds (AIF) in Betracht ziehen. In Zeiten von Negativzinsen sind hier gute Renditen möglich – bei mittelfristigen Anlagezeiträumen und stark gestreutem Risiko.

Aktuell befindet sich seit Januar 2020 der bereits vierte AIF „ImmoChance Deutschland 10 Renovation Plus“ in Emission. In diesem Zeitraum konnten bereits über 35 Mio. Euro Eigenkapital eingesammelt und in Immobilien in gleicher Höhe angekauft werden. Insgesamt zeigt Primus Valor damit, dass selbst unter den besonderen Bedingungen der Corona-Pandemie die Immobilienpipeline gut gefüllt sein kann und auch weitere Zuflüsse gut investiert werden können. Das angestrebte Fondsvolumen wurde bereits auf 60 Millionen Euro Eigenkapital erhöht, so dass der Fonds das gesamte vierte Quartal 2020 noch verfügbar sein sollte.

Kontakt: Primus Valor AG, Harrlachweg 1, 68163 Mannheim, 0621 / 49 09 66 0, www.primusvalor.de

FOTOS: ANDREAS NENNINGER PHOTOGRAPHY (2), PRIMUS VALOR AG

SACHWERTANLAGEN / ALTERNATIVE INVESTMENTFONDS

Viermal Immobilien, einmal Private Equity

In der Kategorie der alternativen Investmentfonds (AIFs) nominierte Cash. Immobilien-Investitionen in Deutschland, den USA und Finnland sowie einen Private-Equity-Fonds für den FAA.

DF Deutsche Finance Investment Fund 16 - Club Deal Chicago

Mit einer Beteiligung an dem Investment Fund 16 - Club Deal Chicago der Deutschen Finance aus München investieren die Anleger in eine Büroimmobilie in der amerikischen Großstadt Chicago, Illinois. Dabei wird sich der Fonds als Co-Investor gemeinsam mit weiteren institutionellen Investoren an einem „Club Deal" beteiligen. Die deutschen Privatanleger investieren also parallel mit den institutionellen Investoren in das Bürohochhaus mit 45 Stockwerken und 183 Metern Höhe, das wegen seiner markanten roten Farbe vor Ort auch als „Big Red" bekannt ist. Chicago ist mit 2,7 Millionen Einwohnern die drittgrößte Stadt der USA, in der Metropolregion leben 9,7 Millionen Menschen. Das Fondsobjekt liegt inmitten des Finanzdistrikts und ist derzeit zu rund 88 Prozent vermietet. Die Laufzeit des Fonds ist bis Ende 2028 befristet. Der Gesamtmittelrückfluss für die Anleger wird mit 180 Prozen der Einlage prognostiziert. Die Mindestbeteilgung liegt bei 25.000 US-Dollar plus fünf Prozent Agio. **www.deutsche-finance.de**

Habona Deutsche Einzelhandelsimmobilien Fonds 07

Der Habona Einzelhandelsimmobilien Fonds 07 plant Investitionen in Nahversorgungszentren, Lebensmittelmärkte sowie Discounter. Der Objektankauf soll bundesweit in wirtschaftlich starken Regionen erfolgen. Der Fonds zielt hauptsächlich auf Immobilien, deren Hauptmietverträge bereits zum Ankaufszeitpunkt über die geplante Fondslaufzeit von elf Jahren hinauslaufen. Der Fokus (mindestens 60 Prozent der Investitionen) liegt auf Objekten, die über einen bonitätsstarken Hauptmieter aus dem Lebensmitteleinzelhandel wie Edeka, Netto oder Penny verfügen. Habona ist auf dieses Marktsegment spezialisiert und hat mit den vorherigen sechs Fonds schon in 150 solche Objekte investiert. Die administrative Verwaltung des Fonds 07 übernimmt wieder Hansainvest als Service-Kapitalverwaltungsgesellschaft (KVG). Die Mindestbeteiligung liegt bei 10.000 Euro plus fünf Prozent Agio. **www.habona.de**

Patrizia Grundinvest Helsinki

Mit dem Patrizia Grundinvest Helsinki beteiligen sich deutsche Privatanleger erstmals an einer Immobilie in Finnland. Das Anlageobjekt befindet sich in der Hauptstadtregion Helsinki, direkt am Bahnhof in Vantaa/Tikkurila und somit in zentraler Lage zwischen Helsinkis Innenstadt und dem internationalen Flughafen Helsinki-Vantaa. Bei dem Gebäudeensemble handelt es sich um ein Geschäftszentrum, das in den Jahren 2015 bis 2017 fertiggestellt wurde. Es setzt sich aus mehreren Eingangsbereichen, einem Bus-Terminal, einem Shopping-Center, multifunktionellen Büroflächen und einem Parkhaus zusammen. Der Bahnhof ist unmittelbar mit dem Geschäftszentrum verbunden. Die Mindestbeteiligung beträgt 10.000 Euro plus fünf Prozent Agio. Nach der Prognose von Patrizia Grundinvest sind Auszahlungen nach Steuern von 4,5 Prozent der Einlage pro Jahr geplant. **www.patrizia-immobilienfonds.de**

ImmoChance Deutschland 10 Renovation Plus

Mit dem ImmoChance Deutschland 10 Renovation Plus (ICD 10 R+) folgt Primus Valor der bereits 2007 begonnenen Strategie des Ankaufs von Wohnimmobilien in deutschen Ober- und Mittelzentren. Denn hier sind die Preise in der Regel weiterhin deutlich niedriger als in den Metropolregionen und bieten noch entsprechende Wertsteigerungspotenziale. Durch eine breite Streuung auf verschiedene Standorte und Einzelimmobilien soll Sicherheit für das Investment geschaffen werden. Mit der „Renovation Plus"-Fondsreihe fokussiert Primus Valor sich dabei auf Objekte, bei denen das Unternehmen durch gezielte Renovierung, Erneuerung sowie Aus- und Umbauten das Renditepotenzial der Liegenschaften oftmals noch steigern kann, auch unabhängig von der allgemeinen Marktentwicklung. Der Gesamtrückfluss an die Anleger bis 2027 wird vor Steuern mit 143,8 Prozent der Einlage plus Gewerbesteueranrechnung prognostiziert. Mindestbeteiligung sind 10.000 Euro plus drei Prozent Agio. **www.primusvalor.com**

RWB Direct Return III

Die RWB Group ist seit 1999 auf Private Equity Dachfonds für Privatanleger spezialisiert und verwaltet ein Anlagevolumen von rund zwei Milliarden Euro für 80.000 Anleger. Die RWB Dachfonds beteiligen sich direkt oder mittelbar an verschiedenen Zielfonds, die ihrerseits jeweils außerhalb der Börsen in mehrere Unternehmen investieren. Die Strategien sind global, auf einzelne Länder/Regionen oder bestimmte Finanzierungsanlässe gerichtet. Die Investitionen des Fonds RWB Direct Return III erstrecken sich über die etablierten Märkte in Nordamerika und Europa. Die Anleger beteiligen sich durch das Dachfondsprizip gemäß der Investitionsplanung mittelbar an deutlich über 100 Unternehmen verschiedener Branchen und Anlageregionen. Mindestbeteiligung pro Anleger sind 5.000 Euro plus fünf Prozent Agio. Über das Agio hinaus fallen bei dem RWB Direct Return III keine weiteren anfänglichen Emissionskosten an. So können 100 Prozent des Anlagekapitals in Zielfonds investiert werden. **www.rwbcapital.de**

ÖKORENTA

Investmentexpertise für Erneuerbare Energien

Know-how, Erfahrung und solide Wertschöpfung

Seit 1999 lässt die ÖKORENTA Anleger und Partner an der stetigen Entwicklung der Erneuerbaren Energien partizipieren. Seit Start ihres ersten Portfoliofonds hat sich daraus eine bewährte Serie entwickelt. Bis heute verwaltet der Fondsinitiator und Assetmanager aus dem Ostfriesischen Aurich über 200 Mio. Euro Anlegergelder von rund 8.800 Investoren. Mehr als 80 Mio. Euro haben die Anleger bislang an Auszahlungen erhalten. Als eines der ältesten Emissionshäuser in ihrem Segment gehört sie nicht nur zu den Marktführern, sondern sie hat mit ihrer Solidität und ihrer Beständigkeit das Branchenimage positiv geprägt. ÖKORENTA ist eine der ersten Adressen für Sachwertinvestitionen in Erneuerbare Energien.

Der Name ist Programm

In der Anfangszeit galten Ökologie und Rentabilität, die beiden Werte, für die das Unternehmen steht, noch als schwer vereinbar, doch die ÖKORENTA hat über die Jahre bewiesen, dass beides sehr erfolgreich zusammengeht. Anlegern, die beides wollen, bietet sie mit ihren Portfoliofonds breit gestreute Sachwertbeteiligungen in Wind- und Solarparks, die regelmäßige Erträge aus der Stromproduktion generieren und zugleich der Umwelt viele Tonnen des klimaschädlichen $C0_2$ ersparen.

Das besondere Konzept

Die Besonderheit der ÖKORENTA-Investmentstrategie sind die breit gestreuten Beteiligungen an Energieparks mit Standorten in ganz Deutschland – und auch international. Im Gegensatz zu Einzelinvestitionen sind die Risiken der Portfoliofonds damit gut gestreut. Im Endeffekt können mit dem Konzept Ertragsschwankungen weitestgehend abgefangen werden, denn anders als bei Einzelprojekten haben diese geringere Auswirkungen auf den wirtschaftlichen Gesamterfolg des jeweiligen Fonds. Das Konzept hat sich so gut bewährt, dass es über die Jahre fast unverändert fortgeführt wird.

Reguliert und transparent

Um Anlegern und Investoren das gesetzlich vorgeschriebene Höchstmaß an Anlegerschutz zu bieten, hat die ÖKORENTA 2018 mit der Auricher Werte GmbH ihre eigene Kapitalverwaltungsgesellschaft (KVG) gegründet. Über diese emittiert sie seitdem alle ihre Fonds und geschlossenen Investmentvermögen im Sinne des Kapitalanlagegesetzbuches (KAGB). Regelmäßige Überwachung, konsequente Prüfung und ein umfassendes Risikomanagement gewährleisten ein professionelles Management im gesamten Prozess.

Zuverlässig und fair

Über 20 Jahre Vernetzung im Markt ermöglichen es der ÖKORENTA in genügend Beteiligungen an Wind- und Solarparks für ihre Portfolios zu investieren, obwohl diese gerade auch bei großen Investoren heißbegehrt sind. Das Ankaufgeschäft der ÖKORENTA lebt ebenso wie der Kapitalvertrieb von langfristig gepflegten Beziehungen und vielen persönlichen Kontakten.

ÖKORENTA-Fonds sind ein aktiver Beitrag zum Klimaschutz

Wer in die Portfoliofonds der ÖKORENTA investiert, nutzt nicht nur dem eigenen Geldbeutel, sondern schützt ganz konkret das Klima. Bei einer Zeichnungssumme von 20.000 Euro werden durchschnittlich 57.500 kWh Strom im Jahr aus Erneuerbaren Energien erzeugt. Das entspricht einem mittleren Jahresverbrauch von 15 Dreipersonen-Haushalten und erspart der Umwelt insgesamt 35 t CO_2 jährlich.

Mit Verantwortung und Leidenschaft

Die Energiewende voranzubringen und zugleich Verantwortung für Anleger und Partner zu übernehmen, hat die ÖKORENTA seit ihrer Gründung bewegt. Die Philosophie des Managements lautet ganz in diesem Sinn: „Seit über zwei Jahrzehnten ermöglichen wir Anlegern und Investoren Investments, die nachhaltig Werte schaffen. Dabei handeln wir nie gewinnmaximiert. Nach unserem Verständnis ist Gewinn das, was bei seriösem Wirtschaften übrig bleibt."

Tjark Goldenstein, Geschäftsführender Gesellschafter und Gründer der ÖKORENTA (rechts); Jörg Busboom, Geschäftsführer der ÖKORENTA (links)

FOTO: IAROSLAV DANYLCHENKO

Kontakt: ÖKORENTA, Kornkamp 52, 26605 Aurich, Tel.: 04941 60 497 285, Mail: vertrieb@oekorenta.de /, Web: www.oekorenta.de

SACHWERTANLAGEN / VERMÖGENSANLAGEN

Geld verdienen mit Wasser- oder mit Warenströmen?

In der Kategorie Sachwertemissionen nach dem Vermögensanlagengesetz kämpfen eine operative KG-Beteiligung und eine nachrangige Namensschuldverschreibung um den FAA.

Reconcept RE13 Meeresenergie Bay of Fundy

Die Vermögensanlage RE13 Meeresenergie Bay of Fundy finanziert den Bau und Betrieb des Gezeitenkraftprojektes Force 1 vor der Küste Kanadas. Geplant sind drei schwimmende Kraftwerke mit jeweils sechs steuerbaren Unterwasserturbinen. Die Anlagen können sich selbstständig nach der wechselnden Strömung in alle Richtungen ausrichten und eignen sich daher speziell für den Betrieb in Gezeitengewässern. Der große Vorteil von Gezeitenkraftwerken ist deren Berechenbarkeit. Während die Solar- und Windenergie vom Wetter abhängen, sind Gezeitenkraftwerke in der Lage, rund um die Uhr und 365 Tage im Jahr Strom zu liefern. Denn die Gezeiten sind vorhersehbar und damit kalkulierbar. 160 Milliarden Tonnen Wasser fließen mit Ebbe und Flut zweimal täglich in und aus der Bay of Fundy und verursachen einen Tidenhub von 13 Metern bei Normalhochwasser beziehungsweise etwa 16 Metern bei Springflut. Nirgendwo auf der Welt existiert eine derartig starke Gezeitenkraft.
Die kanadische Provinz Nova Scotia fördert die Entwicklung und den Bau von Gezeitenkraftwerken mit festen Fördertarifen. Der Stromliefervertrag (PPA) für Force 1 sieht eine Vergütung von 530 kanadischen Dollar je Megawattstunde vor, garantiert für 15 Jahre. Plangemäß werden über den 15-jährigen Stromliefervertrag Erträge von 37,6 Millionen kanadischen Dollar erwirtschaftet, die Basis der prognostizierten Auszahlungen von RE13 Meeresenergie Bay of Fundy an die Anleger von durchschnittlich elf Prozent jährlich sind. Die Anleger sind Kommanditisten der reconcept 13 Meeresenergie Bay of Fundy GmbH & Co. KG, sie beteiligen sich also an einer operativ tätigen Kommanditgesellschaft.
Hinter dem Konzept Force 1 steht die deutsche Schottel Gruppe. Das Traditionsunternehmen mit Hauptsitz in Spay am Rhein entwickelt, konstruiert, produziert und vertreibt weltweit Unterwasser-Antriebsanlagen. Die Gezeitenkraft-Technologie entwickelt Schottel zusammen mit ihrem Projektpartner Sustainable Marine Energy Canada. Das Schottel-Turbinensystem ist seit 2016 verfügbar und wird von deren Ingenieursteam maßgeschneidert für die jeweiligen Standorte und Anforderungen entwickelt und realisiert. Das Gesamtkonzept von Force 1 wurde 2017 ausgiebig in Schottland sowie 2018/19 auch in dem raueren Klima der Bay of Fundy mit einer Pilotanlage gestestet. Die mehrmonatigen Testphasen endeten im Frühjahr 2019 mit erfolgreicher Stromproduktion. Damit war der Startschuss für das Projekt Force 1 gegeben. Inzwischen liegt die Detailkonstruktion von Force 1 vor und die Installation ist für 2021 avisiert. **www.reconcept.de**

Solvium Logistik Opportunitäten Nr. 2

Bei dem Angebot Logistik Opportunitäten Nr. 2 handelt es sich um eine Vermögensanlage in Form qualifizierter nachrangiger Namensschuldverschreibungen. Die Anleger investieren mittelbar in ein breit diversifiziertes Portfolio von Logistikausrüstungen. Das sind Ausrüstungsgegenstände wie Wechselkoffer, Standardcontainer und Standard-Tankcontainer. Wechselkoffer ähneln Containern, haben aber vier dünne Stahlstützen, auf denen sie abgestellt werden können. Wechselkoffer werden hauptsächlich in der Logistik im deutschsprachigen Raum und den Benelux-Staaten eingesetzt und benötigt. Am häufigsten finden sie ihren Einsatz in der Logistik der Kurier-, Express- und Paketdienste, einer Branche, die seit dem Jahr 2000 kontinuierlich – mit Rückschlägen in der Zeit der Weltwirtschaftskrise im Jahr 2009 – um durchschnittlich rund fünf Prozent pro Jahr wächst. Klassische Container hingegen werden weltweit eingesetzt und benötigt. 20-Fuß- Standardcontainer und 40-Fuß-High-Cube-Standardcontainer sind, gemessen am Bestand an Einheiten (TEU), die größten Containergruppen innerhalb der Gattung der Standardcontainer, zu denen auch 40- und 45-Fuß-Standardcontainer gehören. Diese vier Arten machen knapp 90 Prozent der weltweiten Vermiet-Containerflotte aus.
Die Emittentin erwirbt die Wechselkoffer, Container und gegebenenfalls weitere Ausrüstungsgegenstände wie zum Beispiel sogenannte Flat Racks, Kühlcontainer oder Open Top Container und vermietet sie an entsprechende Logistik- oder Transportunternehmen. Dabei wird sie bestrebt sein, möglichst lang laufende Mietverträge, idealerweise über drei Jahre und mehr, abzuschließen oder in solche Mietverträge einzutreten. Die Anleger erwerben bei diesem Angebot Namensschuldverschreibungen von der Emittentin ab einer Investition von 10.000 Euro zuzüglich bis zu drei Prozent Agio. Diese haben eine mittlere Laufzeit von drei Jahren und werden bis zum Ende dieser Laufzeit mit einem Basiszins von 4,50 Prozent pro Jahr (bezogen auf den Erwerbspreis), der monatlich anteilig ausgezahlt wird, verzinst. Dabei sind auch höhere Renditen durch Bonuszinsen möglich. Nach dem Ende der Laufzeit zahlt die Emittentin den Anlegern den investierten Erwerbspreis mit der letzten Zinszahlung, vorbehaltlich der Nachrangvereinbarung, in voller Höhe zurück. Über die Laufzeit von drei Jahren hinaus besteht für die Anleger die Möglichkeit, die Laufzeit zweimal um jeweils zwei Jahre bei einer erhöhten Verzinsung zu verlängern. Zusätzlich besteht eine Möglichkeit zur Übertragung der Namensschuldverschreibungen zum Ablauf des 24. Zinsmonats.
www.solvium-capital.de

AS-UNTERNEHMENSGRUPPE

Trotz Pandemie – Preise für Wohnimmobilien steigen weiter

Sparer retten mit Wohnungen zur Kapitalanlage Ihre Rente und schützen Ihr Vermögen

Die Corona-Krise hält die Weltwirtschaft in Atem, die Preise auf dem Wohninvestmentmarkt sind dabei aber bis jetzt nicht nur stabil – sie legen sogar zu. Zeit um beim Thema Rente endlich umzudenken und verstärkt die vermietete Wohnung als Altersvorsorgeprodukt für private Anleger in den Fokus zu rücken.

Das passende Objekt ist schwer zu finden, und die Preise für Wohnimmobilien in Ballungsgebieten und Metropolregionen steigen und steigen. Nicht einmal die Coronakrise hat die Entwicklung gestoppt – im Gegenteil: Covid-19 hat bis dato keinen negativen Einfluss auf die Wohnungsmärkte. „Bei privaten Anlegern steigt sogar das Interesse, in vermietete Wohnimmobilien zur Kapitalanlage und krisensichere Altersvorsorge zu investieren." sagt Andreas Schrobback, CEO der auf die Privatisierung von Bestandswohnanlagen sowie den Vertrieb von kernsanierten Denkmalimmobilien spezialisierten AS Unternehmensgruppe Holding. Das Unternehmen setzt daher deutschlandweit vermehrt auf den Verkauf im Single-Sale an private Kapitalanleger über externe, meist bundesweit agierende Vertriebsgesellschaften. Wohnen gilt als eine der krisensichersten Assetklassen im Immobiliensegment. Dies gilt nicht nur für vermögende Privatkunden oder institutionelle Investoren wie Versicherer, Pensionskassen oder Fondsgesellschaften. Besonders der private Normalverdiener und Anleger aus der Mittelschicht liebäugelt vermehrt mit vermieteten Wohnimmobilien zur Kapitalanlage, zum Vermögensaufbau und als zusätzliches passives Einkommen im Rentenalter. Die Assetklasse gilt als eher langweiliges dennoch aber solides und robustes Vorsorgeinstrument. Bedingt durch die Entwicklung der letzten Monate, weiß speziell diese private Käuferschicht die Vorteile gegenüber anderen Anlageformen wie Lebensversicherung, Riester & Co. zu schätzen. Insbesondere die privaten Käufer werden, angesichts der derzeitigen Entwicklungen den sicheren Hafen der vermieteten Wohnung als Anlageform bevorzugen. Dabei gleichen Wohnimmobilien nicht nur den Wertverlust durch Inflation aus, sie generieren darüber hinaus einen Wertzuwachs sowie nachhaltige Mietrenditen bei – vergleichsweise - geringem Risiko. Selbst wenn Anlageklassen wie Gold oder Aktien massiv an Wert verlieren, ist die vermietete Immobilie für Einzelkäufer ein wichtiger Baustein der Anlagestrategie. Hinzu kommen attraktive Abschreibungsmöglichkeiten und Steuervorteile, die der Käufer, der eine Wohnung zur Vermietung erwirbt, erhält. Auch die oft erheblichen Erwerbsnebenkosten können steuerlich, anders als bei eigengenutzten Immobilien, geltend gemacht werden und auch etwaige Kreditzinsen sowie alle sonstigen Finanzierungskosten sind von der Steuer absetzbar. Für Käufer die die Immobilie später verkaufen wollen, sind Erlöse, gemäß §23 EStG kapitalertragssteuerfrei. Zahlreiche Faktoren also, die für den Erwerb einer vermieteten Immobilie sprechen. Expertenprognosen zufolge könnten allein in den zehn nachfragestärksten Regionen Deutschlands bis 2030 ca. eine Million Wohnungen fehlen – Wohnraum ist und bleibt demnach in Deutschland ein knappes und begehrtes Gut und stellt daher gerade für Normalverdiener, einen unverzichtbaren Bestandteil Ihrer Vorsorge dar.

Andreas Schrobback

FOTO: CHARLES YUNCK

Informationen zum Unternehmen

AS Unternehmensgruppe Holding

Die AS Unternehmensgruppe Holding ist ein Immobilieninvestor, Projektentwickler und Investmentmanager mit Hauptsitz in Berlin und Tochtergesellschaften in Köln, Frankfurt, Leipzig und Magdeburg. Mit einer aktuellen Leistungsbilanz von mehr als 185 Millionen EUR Vertriebsvolumen, aus dem Verkauf von über 1.900 Wohneinheiten, gehört das Unternehmen zu den etablierten Marktteilnehmern in Deutschland. Die Aktivitäten des Unternehmens umfassen die gesamte Wertschöpfungskette von Standortevaluation über Projektierung bis zur Realisierung und Vermarktung der Immobilienprojekte. Kernmärkte sind dabei Bestandswohnimmobilien und Denkmalobjekte in deutschen prosperierenden Metropolregionen. Darüber hinaus bietet die AS Unternehmensgruppe sowie deren Tochter- Schwester- und Verbundunternehmen den Anlegern nicht nur das klassische Asset- und Property-Management mit nachhaltiger Vermietung und Bewirtschaftung, sondern auch sämtliche Dienstleistungen der Investitionsberatung, Baufinanzierung und späterer Exitstrategien.

Das Team - um CEO und Gründer Dipl. Immobilienökonom Andreas Schrobback - verfügt dabei über eine mehr als 17-jährige Expertise in der Immobilienwirtschaft.

Sie haben Interesse als Kunde oder Vertriebspartner? Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.

Kontakt: AS UNTERNEHMENSGRUPPE holding, Hagenstraße 67, 14193 Berlin, Tel. (+49) 30 81 40 42 200, Fax. (+49) 30 81 40 42 300,
mail: info@unternehmensgruppe-as.de, Web: www.unternehmensgruppe-as.de

„Quelle für künftige Renditen“

Claus Vorm, stellvertretender Leiter des Multi Assets Teams von Nordea Asset Management, über die aktuelle Outperformance von Growth-Aktien und die unterschiedlichen Bewertungen.

Growth-Aktien konnten in den letzten Jahren eine Outperformance erzielen, während defensive Aktien bzw. Aktien mit geringer Volatilität zurückblieben. Dennoch boten Value-Titel keinen Schutz vor dem Corona-bedingten Ausverkauf. Warum nicht?

Vorm: Seit den US-Wahlen im Jahr 2016 lag der Fokus allgemein auf Wachstums-Titeln, wenn auch mit einer gewissen Branchenrotation. Stabile Aktien mit geringem Risiko boten 2018 Schutz, als Unsicherheiten und negative Gewinnrevisionen den Markt dominierten, aber 2019 wandte sich die Aufmerksamkeit wieder den Growth-Aktien zu. Der diesjährige Corona-getriebene Ausverkauf unterschied sich deutlich von den meisten Marktrückgängen der Vergangenheit. Schwächephasen an den Märkten sind in der Regel auf Nachfrageschocks und Liquiditätsprobleme zurückzuführen. Der Ausverkauf zu Beginn des Jahres resultierte jedoch aus einem Angebotsschock: Viele Unternehmen konnten ihre Produkte während des Lockdowns nicht verkaufen. Wir sahen sehr unterschiedliche Entwicklungen bei Unternehmen, deren Geschäft durch die Corona-Pandemie gestört wurde, wie in der Kreuzschifffahrt, und Unternehmen, die von Stay-at-Home profitiert haben, wie Amazon und Netflix. Gleichzeitig haben insbesondere Growth-Aktien – die weit davon entfernt waren, eine Liquiditätskrise zu erleben – von der Unterstützung durch Zentralbanken und Regierungen profitiert.

Die Maßnahmen der Zentralbanken verzerren eindeutig das Risikoverhalten, und die Bewertung scheint keine Rolle mehr zu spielen. Ist Value Investing tot?

Vorm: Die starke Ausrichtung des Marktes auf Growth-Aktien treibt derzeit die Wertentwicklung der Indizes an. Stilrichtungen wie Growth oder Value können sich einige Jahre lang unterdurchschnittlich entwickeln, aber dies ist dann zumeist auch die Zeit, in der Aktien aus dem jeweiligen Segment viel Wert ansammeln. Das letzte Mal, als wir eine vergleichbare Bewertungslücke zwischen Growth- und Value-Aktien sahen, war in der IT-Blase.

Claus Vorm

Wenn die Geschichte ein Leitfaden für die Zukunft sein kann, sollte uns diese extreme Bewertungslücke daran erinnern, dass niedrige Bewertungen bei einer soliden Entwicklung der zugrunde liegenden Fundamentaldaten traditionell eine starke Quelle für zukünftige Renditen sind. Wenn ein Marktsegment übersehen und unterbewertet wird, ist dies normalerweise eine gute Anlagegelegenheit.

Wie bewerten Sie die unterschiedliche Wertentwicklung von Growth- und Value-Aktien bzw. Aktien mit geringer Volatilität?

Vorm: Die Aktien, die sich stark entwickelt haben, waren im Index bereits massiv vertreten, so dass ihre Outperformance einen großen Einfluss auf die Marktrenditen hatte. Die „Big Five“ (Amazon, Facebook, Netflix, Microsoft und Google) übertrafen in den ersten acht Monaten des Jahres 2020 traditionellere Aktien – insbesondere Value-Aktien – bei weitem. Diese Outperformance führte zu einem noch höheren Gewicht dieser Titel im Index, und die Anleger trieben die Kurse weiter nach oben. Diese Aktien haben nun äußerst hohe Wachstumsniveaus eingepreist (30 bis 35% längerfristiges Wachstum für Amazon und Netflix, die beim rund 60-Fachen ihres Gewinns handeln): Leichte Enttäuschungen könnten hier zu einem starken Kursrisiko führen. Aus diesem Grund besitzen wir im Nordea 1 – Global Stable Equity Fund keine derartigen Aktien.

Die Fragen stellte Frank Milewski, Cash.

Hält niedriger Ölpreis den Trend zur E-Mobilität auf?

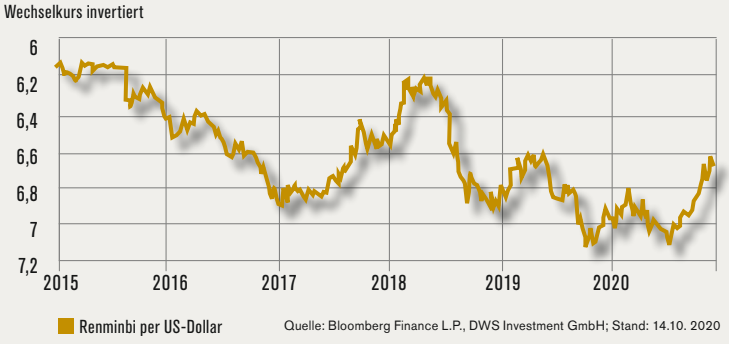
Bremst der deutliche gesunkene Erdölpreis den Aufwärtstrend bei Elektrofahrzeugen? Nein, meint Deirdre Cooper, Portfoliomanagerin bei Ninety One, denn die Ölpreiskrise sei für den Übergang zu erneuerbarer Energie aus mehreren Gründen weitgehend irrelevant. Ninety One weist darauf hin, dass der Rohölpreis nur geringen Einfluss auf die Benzin- und Dieselpreise habe. So machen beispielsweise Steuern in Europa den Löwenanteil der Treibstoffkosten aus (in der Regel mehr als 60%). Auch chinesische Autofahrer könnten von der Preissenkung wohl nur begrenzt profitieren, da es eine staatliche Untergrenze für den Benzinpreis gibt. Den größten Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit von Elektroautos, im Vergleich zu Autos mit Verbrennungsmotor, sollte der Preis für das „Schwarze Gold” noch in den USA haben. Das entscheidende Risiko für die Hersteller von Elektrofahrzeugen besteht nach Ansicht von Ninety One daher nicht im Ölpreis, sondern vielmehr darin, auf falsche Technologien zu setzen oder die unzureichende Infrastruktur von Ladestationen in den meisten Ländern zu unterschätzen. Natürlich müsse man auch die unmittelbaren Auswirkungen des Coronavirus (COVID-19) beobachten. Mittelfristig sollten sich nach Ansicht von Deirdre Cooper jedoch die Aussichten für die Wertschöpfungskette von Elektrofahrzeugen – von den Batterieherstellern bis hin zu den Autohändlern – aufhellen.

FOTOS: NORDEA, SHUTTERSTOCK.COM

China erholt sich weiter – mit Folgen

China, das erste Opfer der Covid-19-Pandemie, erholt sich weiter. Die Kluft zwischen China und den USA beim Wirtschaftswachstum dürfte sich bis Ende 2020 auf 6 Prozent ausweiten. Darüber hinaus dürfte eine Reihe struktureller Maßnahmen, wie die Förderung weiterer technologischer Verbesserungen und der Versuch, mehr Eigenständigkeit zu erlangen, das langfristige Wachstumspotenzial Chinas stärken. Diese könnten das Land zudem weniger anfällig für US-Handelsmaßnahmen machen. Im letzten Jahrzehnt hat sich bereits vieles geändert. Chinas Leistungsbilanzüberschuss unterbrach seinen strukturellen Rückgang von einem Höchststand von plus 10 Prozent des Bruttoinlandsprodukts (BIPs) im Jahr 2007 auf null im Jahr 2018. In jüngster Zeit lag er im Bereich von ein bis zwei Prozent. Die Exporte haben im zweiten Quartal weniger gelitten als befürchtet, was zum Teil auf Veränderungen in der chinesischen Produktion zurückzuführen ist. Produkte aus dem Gesundheitsbereich oder Elektro- und IT-Geräte, die für das mobile Arbeiten oder „Work-From-Home“ benötigt werden, trafen auf eine starke globale Nachfrage. Auch die nicht-IT-Dienstleistungen haben sich normalisiert. Selbst der Tourismus erholt sich allmählich, wenn auch immer noch auf einem Niveau, das deutlich unter dem der Vorjahre liegt. All diese Entwicklungen deuten auf die Art von V-förmiger Erholung hin, auf die der Rest der Welt so sehr gehofft hat. Chinas komparativer Erfolg ist jedoch nicht ohne Risiken. In letzter Zeit hat die Chinesische Volksbank (People’s Bank of China (PBoC)) beherzt versucht, die Aufwertung ihrer Währung, des Renminbi, gegenüber dem US-Dollar, zu bremsen. Unter anderem durch den Versuch, Kapitalabflüsse zu fördern.

Chinesische Volksbank versucht Aufwertung des Renminbi zu bremsen



Quelle: Bloomberg Finance L.P., DWS Investment GmbH; Stand: 14.10. 2020

Wasserstoff-Allianz zwischen Paris und Berlin

Die geplante deutsch-französische Zusammenarbeit in der Wasserstofftechnik nimmt aus Pariser Sicht nun konkretere Formen an. Bis zum Jahresende solle dazu ein gemeinsames Projekt auf den Weg gebracht werden, teilte der Élyséepalast mit. Vorangegangen war ein Technikdialog, bei dem Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU), Frankreichs Staatspräsident Emmanuel Macron und EU-Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen per Videokonferenz debattierten. Frankreich Wirtschafts- und Finanzminister Bruno Le Maire, der auch an der Konferenz teilnahm, hatte die Kooperation bereits im vergangenen Monat in Aussicht gestellt. Frankreich wolle langfristig sieben Milliarden Euro in die Wasserstofftechnik investieren, in Deutschland seien neun Milliarden Euro geplant. Muster ist für Paris der Aufbau einer europäischen Batteriezellenfertigung – das Milliarden-Vorhaben wurde von Deutschland und Frankreich im großen Stil angeschoben. Macron sprach bereits vom “Airbus der Batterien”. Die Nutzung klimafreundlichen Wasserstoffs soll nach dem Willen der Brüsseler EU-Kommission stark ausgebaut werden, um die Energiewende voranzutreiben. Die Behörde hatte im Juli eine Strategie vorgelegt, wonach die Kapazitäten europaweit mit öffentlicher Unterstützung stark wachsen sollen.

Emmanuel Macron

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

Wieder auf Vorkrisen-Wachstumsniveau

38 Prozent der deutschen Großunternehmen befinden sich bereits wieder zurück auf dem Vorkrisen-Wachstumsniveau.

Das Gros beurteilt die Geschäftslage wieder als positiv. Der CFO-Index kletterte im September wieder 54 Punkte nach oben. Dies bedeutet, dass die Großunternehmen die Geschäftsaussichten deutlich positiver beurteilen, als vor 3 Monaten. Die meisten Unternehmen bewerten die konjunkturelle Lage Deutschlands wieder positiver. 45 Prozent gehen sogar von einer guten konjunkturellen Lage aus, nur 20 Prozent beurteilen diese als schlecht – der Rest beurteilt die Situation neutral. Allerdings sind die Konzernlenker im Hinblick auf die Konjunktur in der restlichen Eurozone sowie den USA deutlich pessimistischer. Lediglich gegenüber China sind die Manager ebenfalls optimistisch eingestellt. Dessen ungeachtet wirkt sich die Covid19-Pandemie nach wie vor auf die Produktion der deutschen Unternehmen aus. Nur 17,2 Prozent der Betriebe äußern, dass die Krise die Produktion „gar nicht“ einschränkt. Dennoch befinden sich die börsennotierten deutschen Konzerne nach wie vor im Aufwind. Der Dax notiert inzwischen wieder bei rund 13.000 Punkten. Der Zugewinn seit dem März-Tief schlägt mit rund 54 Prozent zu Buche.

Dan Sauer, Vertriebschef für Zentraleuropa bei Nordea Asset Management, erklärt im Interview ab Seite 52, warum ESG für das nordische Investmenthaus keine neue Erfindung ist, sondern bereits seit Jahrzehnten gelebt wird.

GEWINNE MIT GUTEM GEWISSEN

Das Verantwortungsbewusstsein für den sinnvollen Umgang mit Kapital rückt immer stärker in den Vordergrund und wurde durch die Coronakrise zusätzlich untermauert. Fondsanbieter bauen ihr Angebot stetig aus. Doch nicht alle Anlageprodukte halten, was sie versprechen.

Deutschlands Privatanleger haben die Nachhaltigkeit für sich entdeckt: Im vergangenen Jahr stiegen ihre Investments in Ethik- und Ökofonds um 96 Prozent auf 18,3 Milliarden Euro. Das geht aus dem Marktbericht 2020 des Fachverbands Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG) hervor. Danach wurden Ende vergangenen Jahres 269,3 Milliarden Euro in Anlageprodukte investiert, die Umwelt-, Sozial- und Governance-Kriterien explizit in den Anlagebedingungen festschreiben – rund 23 Prozent mehr als im Vorjahr.

Eine Befragung des Wirtschaftsprüfers und Consulting-Unternehmens PwC unter mehr als 4000 Privatinvestoren in Deutschland bestätigt diesen Trend: Für 80 Prozent der Anleger ist Nachhaltigkeit keine Modeerscheinung, sondern ein gesellschaftlicher Wandel. Der Gang ins Grüne beschränkt sich indes nicht allein auf Deutschland. Laut Morningstar verzeichneten die europäischen Nachhaltigkeitsfonds im zweiten Quartal 2020 Rekordzuflüsse in Höhe von 54,6 Milliarden Euro – doppelt so viel wie im turbulenten ersten Quartal.

Rund um den Globus werden mittlerweile mehr als 30 Billionen Dollar in Anlehnung an die ESG-Kriterien Environment (Umwelt), Social (Soziales) und Governance (Grundsätze guter Unternehmensführung) verwaltet. Die „Prinzipien für nachhaltiges Investieren" der Vereinten Nationen haben mittlerweile mehr als 2200 Vermögensverwalter unterzeichnet, während die Bank of America mit einem weiteren Zuwachs der nachhaltigen Anlagen um 20 Billionen Dollar den kommenden zwei Jahrzehnten rechnet.

Susanne Reisch, Senior Portfolio Managerin bei Bantleon, sieht in Nachhaltigkeitsinvestments einen langfristigen Megatrend: „Weltweit werden mehr als 30 Billionen US-Dollar an die jüngere Generation vererbt, bei welcher die Wahrscheinlichkeit einer nachhaltigen Investition wesentlich höher ist." Dazu passt, dass sich insbesondere die „Generation Y" – also die Geburtenjahrgänge der frühen Achtziger- bis zu den späten Neunzigerjahren – ESG-affin zeigt und mit entsprechenden Präferenzen auf die Kapitalmärkte drängt.

Und auch Alexander Mozer, Chief Investment Officer bei Ökoworld, sieht einen Paradigmenwechsel. „Die früher oft fälschlich angenommene Aussage „Nachhaltigkeit kostet Geld" hat sich umgedreht. Viele Unternehmenslenker haben verstanden, dass eine zukunftsfähige Ausrichtung der Unternehmensaktivitäten unter ethischen, sozialen und ökologischen Gesichtspunkten den Unternehmenswert langfristig steigert. Entsprechend ist Nachhaltigkeit keine Modeerscheinung oder Trend, sondern eine unabdingbare Notwendigkeit – mit oder ohne Corona."

Zwar wissen viele Anleger mit den Begriffen Sustainability oder Nachhaltigkeit noch nicht allzu viel anzufangen. Doch das Interesse an diesen Anlagevehikeln nimmt unzweifelhaft zu. Immer mehr Banken und Kapitalanlagegesellschaften springen auf den Zug auf. Fondsanbieter bauen ihre Nachhaltigkeitspalette sowohl bei Aktien- als auch bei Anleihefonds kontinuierlich aus, selbst Staatsschuldner setzen zunehmend auf die Emission grüner Anleihen. Anfang September betrat die Bundesrepublik Deutschland als bonitätsstarker AAA-Emittent mit der Emission der ersten grünen Bundesanleihe im Volumen von sechs Milliarden Euro den Green-Bond-Markt. Dass ökologische und soziale Standards zu Lasten der Performance gehen, stellt sich zunehmend als Mythos heraus. So hat der MSCI World Sustainability Index, das weltweit wichtigste Börsenbarometer für Nachhaltigkeit, seit Jahresanfang um rund elf Prozent zugelegt und damit seinen konventionellen Bruder MSCI World deutlich hinter sich gelassen, der auf Dollar-Basis um rund sechs Prozent stieg. Besonders eindrücklich zeigt sich der Vorteil in der aktuellen Krise. Sowohl im Jahr vor Ausbruch des Virus als auch seit dem Börsencrash im Frühjahr hat sich der Nachhaltigkeitsindex besser geschlagen.

Gleichwohl gibt es einen Wermutstropfen. Es gibt bisher keine einheitliche Definition dafür, was ein nachhaltiger Fonds genau ist. Während manche Vermögensverwalter sehr strenge Maßstäbe anlegen, lockt der ESG-Boom auch Trittbrettfahrer, die für vermeintlich nachhaltige Investmentvehikel Kapital einsammeln. Anleger finden in ihren Fonds daher immer wieder Aktien von Firmen, die nur vorgeben, nachhaltig zu handeln.

„Besonders wichtig ist es, von Anfang an auf Qualitäts- und Transparenzstandards zu achten. Damit schützen sich Anleger auch vor Greenwashing", rät daher Angela McClellan, Geschäftsführerin des Forums Nachhaltige Geldanlagen. Dieser englische Terminus steht für die Praxis, Produkte als besonders grün oder nachhaltig zu kennzeichnen, die diese Bezeichnung nicht verdienen. Zwar gibt es eine ganze Reihe von Siegeln. Doch diese sind schwer vergleichbar, da sie nicht von einer unabhängigen Stelle überprüft werden. Einige Experten verweisen auf das FNG-Siegel, das nur solche Produkte verliehen wird, die gewisse Mindeststandards erfüllen, etwa der Ausschluss von Unternehmen, die mit Waffen, Rüstung, Kernkraft oder Fracking ihr Geld verdienen.

Fondsanbieter bauen ihre Produktpaletten in Sachen Nachhaltigkeit sowohl bei Aktien- als auch bei Anleihefonds stetig aus

Beratungsunternehmen wie Sustainalytics und ISS-oekom oder auch Indexanbieter wie MSCI haben mittlerweile eigene Ratings entwickelt. Vertrauenerweckend ist auch, wenn sich ein Asset Manager offiziell dem Nachhaltigkeitskodex verpflichtet, etwa durch Unterzeichnen der Prinzipien für Verantwortliches Investieren der Vereinten Nationen (UN PRI).

Bei nachhaltigen Fonds gibt es unterschiedliche Investmentstrategien. Candriam steht für „Conviction And Responsibility in Asset Management" und ist einer der größten Anbieter von Nachhaltigkeitsfonds in Europa. Der zu New York Life Investment Management gehörende Vermögensverwalter verfügt über ein hauseigenes Nachhaltigkeitsresearch und verfolgt den Best-in-Class-Ansatz. Danach kommen für ein Investment nur solche Unternehme in Frage, die zu den nachhaltigsten 50 Prozent ihrer Branche gehören.

Candriam bietet mit aktuell 18 „Socially Responsible Investing" (SRI) Fonds sowie fünf nachhaltigen ETFs eine besonders breite Angebotspalette. Um für den SRI Equity World Fonds in Frage zu kommen, müssen die Unternehmen die zehn Prinzipien des United Nations Global Compact einhalten und dürfen nicht im Rüstungsgeschäft aktiv sein. Die drei größten Positionen waren zuletzt die Google-Mutter Alphabet, Tesla und Procter & Gamble. Mit Blick auf die Sektor-Allokation bei weitem am höchsten gewichtet ist der IT-Sektor mit einem Anteil von 23 Prozent. „Da wir der Meinung sind, dass sich die Geschichte nicht wiederholt, aber häufig reimt, haben wir einen Anlageprozess aufgebaut, der auf historischen Daten basiert, ergänzt durch zukunftsorientierte fundamentale Ansichten darüber, wie sich die Welt von morgen von der heutigen unterscheiden wird", bringt Portfoliomanager Bart Goosens seine Anlagephilosophie auf den Punkt.

FOTO: FOTOBONN - CHRISTIAN DAITCHE PHOTOGRAPHY

Alexander Mozer, Ökoworld: „Nachhaltigkeit ist keine Modeerscheinung oder Trend, sondern eine unabdingbare Notwendigkeit.“

Auch die Fondsboutique Ökoworld aus Hilden, deutscher Pionier in Sachen verantwortungsvolles Investieren, verfügt über ein eigenes Nachhaltigkeitsresearch, das insbesondere in der aktuellen Krisensituation an den Märkten wertvolle Dienste leistet. „Für unsere herausgefilterten Unternehmen kann man sicherlich feststellen, dass ethisch-ökologisch-sozial sehr gut aufgestellte Unternehmen langfristig eine bessere Performance erwirtschaften und entsprechend auch besser durch Krisen kommen. Auch die konsequente Anwendung unserer Ausschluss- und Negativkriterien hilft in diesen Situationen. So sind unsere Fonds beispielsweise von den Problemen in der Automobilindustrie oder der Flugindustrie nicht betroffen. Ganz zu schweigen von den Kursverfällen vieler gestriger Gesellschaften aus dem Bereich der fossilen Energieträger“, sagt Ökoworld Anlagechef Mozer. Neben dem Flaggschiff Ökoworld Ökovision Classic bietet das Fondshaus vier weitere Fonds aus den Segmenten Emerging Markets, Klima, Wasser sowie Bildung und Lebensqualität an.

Immer wieder zeigen Unternehmen, die nachhaltig wirtschaften, dass sie krisenresistenter sind

Auch Bantleon verfügt über einen hausinternen ESG-Prozess, der die Analyse und Überprüfung von Einzeltiteln ermöglicht. Senior Portfoliomanagerin Susanne Reisch und ihr Team steuern die Allokation der einzelnen Assetklassen – Aktien, Anleihen sowie Edelmetalle – flexibel in Abhängigkeit von der erwarteten Konjunktur- und Zinsentwicklung. Im Mischfonds Bantleon Changing World finden sich keine Unternehmen, welche die UN Global Compact Richtlinien verletzen oder durch MSCI ESG ein Ranking von B oder CCC erhalten haben. Reisch hat sich vor diesem Hintergrund beispielsweise von den jungen Tech-Unternehmen Carvana und Zillow verabschiedet, die erstmals ein Rating bekommen haben.

Im Zentrum des Bantleon Changing World steht die Bewirtschaftung langfristig-struktureller Wachstumsthemen, die sich aus dem demografischen und digitalen Wandel ergeben. Der Fokus liegt auf den Themen digitale Infrastruktur, erneuerbare Energien, intelligente Städte und Mobilität sowie digitale Disruption. Mit einem Anteil von 29 Prozent waren US-Aktien Ende September am höchsten gewichtet. Für Jeroen Bos, Head of Specialised Equity & Responsible Investing bei NN Investment Partners steht das Verhalten einer Firma, also ihre Interaktion mit Mitarbeitern, Lieferanten, anderen Stakeholdern und der Umwelt, im Mittelpunkt. „Untersuchungen zeigen, dass die Berücksichtigung des Unternehmensverhaltens zu besseren finanziellen Erträgen führt“, so Bos. Zudem ist er davon überzeugt, durch die Analyse der gesamten Wertschöpfungskette über die traditionellen MSCI-Sektoren hinweg eine überdurchschnittliche Rendite erzielen zu können.

Mit Blick auf die Wertentwicklung ließ der von Bos verwaltete NN IP Global Sustainable Equity den MSCI World Index seit Jahresbeginn deutlich hinter sich. Während der Fonds bis Ende September um 23,6 Prozent zulegen konnte, kam der MSCI World Index in diesem Zeitraum auf 2,6 Prozent. Aperçu am Rande: NN Investment Partners misst und veröffentlicht den CO2-Ausstoß seiner Sustainable- und Impact-Fonds und vergleicht ihn mit der Benchmark der Fonds. Ein Beispiel: Ende August emittierten die im Portfolio enthaltenen Unternehmen 33 Tonnen Kohlendioxid – gegenüber 295 Tonnen der mehr als 1600 im MSCI World gelisteten Firmen. Um die Emissionen vergleichbar zu machen, werden sie in der Vergleichsrechnung pro Aktie nach ihrem Gewicht in der Benchmark bzw. im Fonds gewichtet. Die Differenz entspricht den CO2-Emissionen von 16 Haushalten oder 54 Autofahrten rund um die Erde.

Der US-Fondsanbieter J.P. Morgan Asset Management verwaltet zwei Billionen Dollar in ESG-Strategien und punktet nicht zuletzt mit seiner starken Schwellenländer-Kompetenz. Der Vermögensverwalter sieht sich als Vorreiter bei Anlagen in den Schwellenländern und verwalten Fonds für Schwellenländeraktien seit 1971 – 15 Jahre bevor diese Anlageklasse ihren Namen erhielt. Das Research-Haus Scope sieht dies ähnlich und hat J.P. Morgan in diesem Jahr zum „besten Asset Manager Aktien Schwellenländer.“ Der im November vergangenen Jahres lancierte Emerging Markets Sustainable Equity Fund stützt sich auf die lokale Expertise eines rund 100-köpfigen Expertenteams für Schwellenländer. Die drei größten Positionen waren zuletzt Taiwan Semiconductor und die chinesischen Internetriesen Alibaba und Tencent. Ebenfalls auf die Emerging Markets ausgerichtet ist der im September lancierte Templeton Emerging Markets Sustainability Fund. Fondsmanager Andrew Ness richtet seinen Blick insbesondere auf Unternehmen, deren Produkte und Dienstleistungen einen oder mehrere der sechs von der Cambridge University definierten „Positive Outcome“-Bereiche vorantreiben, die die 17 UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung bündeln. „Im Rahmen unseres ganzheit-

Jörg Moshuber, Amundi, hat zuletzt auf Firmen gesetzt, die vom digitalen Wandel profitieren.

FOTOS: ANDREAS ENDERMANN, NORDEA

Fortsetzung auf Seite 55

Diese Marketingmitteilung der ARTS Asset Management GmbH dient unverbindlichen Informationszwecken und stellt kein Angebot/keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Fondsanteilen dar und kann eine Beratung durch Ihren persönlichen Anlageberater nicht ersetzen. Eine Kapitalanlage in Investmentfonds unterliegt Konjunkturrisiken und Wertschwankungen, die zu Verlusten führen können. Trends können sich ändern und negative Renditeentwicklungen nach sich ziehen. Ein trendfolgendes Handelssystem kann Trends über- oder untergewichten. Grundlage für den Kauf von Investmentanteilen ist der jeweils gültige Verkaufsprospekt, die wesentlichen Anlegerinformationen („KID“) sowie der Jahresbericht und, falls älter als acht Monate, der Halbjahresbericht. Diese Unterlagen stehen dem Interessenten bei der Kapitalanlagegesellschaft Ampega Investment GmbH, Charles-de-Gaulle-Platz 1, D-50679 Köln und bei der ARTS Asset Management GmbH, Schottenfeldgasse 20, A-1070 Wien, sowie am Sitz der Zahl- und Informationsstelle in Deutschland, Hauck & Aufhäuser Privatbankiers AG, Kaiserstraße 24, D-60311 Frankfurt am Main, sowie im Internet unter www.ampega.de und www.arts.co.at kostenlos in deutscher Sprache zur Verfügung. Es wird auf die ausführlichen Risikohinweise des Verkaufsprospektes verwiesen. Informationen über Bandbreiten für marktübliche Entgelte der Wertpapierfirmen sind in einer Publikation der Finanzmarktaufsichtsbehörde (FMA) auf www.fma.gv.at veröffentlicht. Stand: 10/2020

Dan Sauer, Nordea Asset Management

„EMOTIONEN KÖNNEN EINE ENORME ROLLE SPIELEN“

Verantwortungsbewusstes Investieren rückt immer stärker in den Anlegerfokus und ESG-Investments stehen ab 2021 in Europa auch ganz oben auf der politischen Agenda. Dan Sauer, Head of Institutional and Wholesale Distribution Central Europe bei Nordea Asset Management, spricht im Cash.-Interview über die ESG-Strategie des skandinavischen Fondshauses, die Herausforderung, Greenwashing zu verhindern, und über die vertrieblichen Chancen nachhaltig gemanagter Fonds.

Das Thema Nachhaltigkeit oder ESG zieht derzeit immer größere Kreise. Bereits 1988 hat Nordea seine ersten Sektor spezifischen ESG-Fonds aufgelegt. Wie hat sich das Thema seitdem entwickelt und verändert?

Sauer: Es ist nicht völlig ungewöhnlich, dass sich in der Finanzindustrie neue Trends oder Sektoren dynamisch entwickeln. In Sachen ESG ist die Geschwindigkeit aber eine ganz neue Liga. Das Ereignis ist multifaktoriell. Die Wissenschaft, die Gesellschaft, der Finanzmarkt, die Politik und damit der Regulator – alle wollen eine Veränderung. Der Hebel ist dementsprechend groß. Zum einen wissen die Aufsichtsbehörden seit 2008, wie man die Finanzindustrie reguliert. Zudem bewegt der Finanzmarkt die gesamte Wirtschaft sehr effizient. „Geld regiert die Welt“ bekommt erstmalig eine positive Konnotation. Darüber hinaus entdecken die Anleger – und dabei spreche ich nicht nur von institutionellen Investoren – das Thema immer mehr und kreieren damit eine stetig wachsende Nachfrage für verantwortungsvolle Geldanlagen.

Wie reagieren die Unternehmen, mit denen Sie sprechen, wenn es zum Thema Nachhaltigkeit kommt? Wo sind mit Blick auf die Industrie- und Schwellenländer die positiven Auswirkungen von ESG stärker ausgeprägt?

Sauer: Unternehmen reagieren überwiegend positiv. Gehen Sie vom Begriff des ehrbaren Kaufmanns aus. Seit dem Mittelalter ist dieses Denken in Europa verankert. Neben Italien findet sich die Grundidee auch in der Hanse. Der Shareholder-Gedanke war für uns das Neue, der Stakeholder-Gedanke eine Rückkehr zu den Wurzeln. Unternehmer wollten schon immer mehr als Rendite. Zu Ihrer Frage bezüglich der Schwellenländer: hier ist das „G" aus ESG – also eine gute Unternehmensführung – von besonders großer Wichtigkeit. Erlauben Sie mir die Überperformance unseres Schwellenländer Aktienfonds ins Feld zu führen. Per Mitte Oktober hat der Nordea 1 – Emerging Stars Equity Fund (BP USD) im laufenden Jahr über 15 Prozent abgeliefert, während der Markt bei 2,4 Prozent lag. Seit Auflage waren es gute 45 Prozent, mit denen der Fonds die Nase vorne hatte. ESG macht den Unterschied. Neben der überragenden Leistung der Portfoliomanagerinnen leistete unser Responsible Investment Team auch einen bedeutenden Beitrag zum Ergebnis.

Immer wieder ist zu hören, ESG liege in der DNA von Nordea. Was heißt das und was bedeutet das für die strategische Ausrichtung von Nordea?

Sauer: Nun, viele Anbieter müssen sich dem Thema erstmalig annähern. Bei Nordea sieht das etwas anders aus. Im Norden gibt es seit vielen Jahren ein starkes Bewusstsein für soziale Themen oder Gleichberechtigung und eine tiefe Verbundenheit zur Natur. Denken Sie zum Beispiel an das schwedische Jedermanns Recht. Besuchen Sie die Fahrradhauptstadt der Welt: Kopenhagen. Vielleicht kennen Sie noch nicht Begriffe wie „Plogging"? Es gibt dort viel zu entdecken. Ich lade Sie lieber dazu ein, als darüber zu dozieren. Aber nur so viel zu Plogging: Es besteht aus „plocka" was schwedisch aufheben oder pflücken heißt und Jogging. Aber es gibt noch mehr nachhaltige nordische Spezialitäten. Es liegt halt in unserer DNA.

Ab dem kommenden Jahr soll sich die Finanzindustrie in Europa im Asset Management und in der Beratung auf das Thema ESG fokussieren. Sind die Pläne der EU-Kommission förderlich oder eher hinderlich für das Fondsgeschäft von Nordea Asset Management?

Sauer: Grundsätzlich eher förderlich. Aber wie immer, ist die Balance schwierig. Wie kann man gut regulieren, um die Ziele zu erreichen und dabei „Greenwashing" verhindern? Die Komplexität des Themas ist für alle eine Herausforderung. Für den Regulator, für die Anbieter, für die Vermittler und natürlich auch für die Kunden. Man kann nur an die Demokratie appellieren und hoffen, dass wir uns alle gemeinsam für eine bessere Zukunft auf den Weg machen. Alle Beteiligten sehnen sich auch nach Klarheit und Transparenz. Hier kann der Regulator ein sehr heilsamer Katalysator sein. Aber einfach ist das nicht. Schauen Sie auf die Seitenzahl der EU Taxonomie, dann haben Sie den Beleg dafür, wie groß die Herausforderung ist. Und damit wurde erst mal nur „E" aber noch nicht „S" und „G" klarer beschrieben.

In einem Interview haben Sie unlängst davon gesprochen, dass ESG zur Normalität und der Rest zur Nische wird. Inwieweit muss sich Nordea dann neu erfinden, um im vermutlich schärfer werdenden Wettbewerb weiterhin als bedeutender Anbieter mit einem klaren ESG-Fokus wahrgenommen zu werden?

Sauer: Nun, ich bin seit fast 20 Jahren bei Nordea und die Bank ist 200 Jahre alt. Beides ist nur denkbar, wenn man sich immer wieder neu erfindet. Das heißt aber auch, seine Vergangenheit zu kennen und daraus zu lernen. Ein weiser Mann hat einmal gesagt: „Wer sich seiner Vergangenheit nicht erinnern kann, ist dazu verdammt, sie zu wiederholen."

Schauen wir einmal auf die Vermittler- und Kundenseite. Wie wichtig ist es für den Vertriebserfolg, als starke Marke in Sachen ESG wahrgenommen zu werden?

Sauer: Von überragender Bedeutung. Für uns gibt und gab es immer eine Konstante; der Kunde steht im Mittelpunkt unseres Tuns. Wir sind ein Dienstleister. Vermittler und Kunden sind unser Rückgrat. Da wir beobachten können, wie das Nachhaltigkeitsthema bei beiden zunehmend an Aufmerksamkeit gewinnt, freuen wir uns, wenn wir als wichtiger Anbieter wahrgenommen werden, wenn es darum geht, den steigenden Bedarf an Investmentlösungen in diesem Bereich abzudecken.

Fragen Ihre Kunden wirklich nach ESG-Fonds, weil sie sich damit identifizieren, oder weil behauptet wird, dass nachhaltige Produktportfolios tatsächlich eine bessere Performance liefern? Welche Rolle spielt das Thema Emotionalität in der Kundenansprache?

Sauer: Unsere Kunden sind Intermediäre. Daher sollten Sie ihre Frage vielleicht besser an sie richten. Ich denke, die Nachfrage nach ESG-Fonds hat verschiedene Ursachen; wie schon erwähnt, wollen sich im Grunde genommen alle Beteiligten hin zur Nachhaltigkeit entwickeln. Dabei wollen Investoren aber, wenn möglich, nicht auf Performance verzichten. Wenn es darum geht, wie stark der Nachhaltigkeitsgedanke bei der Investmententscheidung im Vordergrund steht, können Emotionen eine enorme Rolle spielen. Es ist am Ende kaum zu verallgemeinern. „Jeder Jeck ist anders", wie man im Rheinland sagt. Es kommt auf viele individuelle Faktoren wie Risikoneigung, Renditewartung, Haltedauer und Ziele an. Was soll vermieden, aber auch was soll mit meinem Geld erreicht werden? Solche Komplexität lässt sich über Emotionen oft einfacher transportieren, birgt aber auch die Gefahr von Mogelpackungen, also Greenwashing.

Viele Anbieter springen derzeit auf den „ESG-Zug" auf. Wie nachhaltig ist das aus Ihrer Sicht und wie sehr bereitet Ihnen das Thema Greenwashing Sorgen, das sicherlich zunehmen wird? Haben Sie diesbezüglich Wünsche an die Politik?

Sauer: Ich denke die Problemstellung haben wir bereits umrissen. Das Thema ist komplex. Damit ist Tür und Tor offen für Trittbrettfahrer. Wir brauchen den Regulator. Wie immer, macht die Menge das Gift. Übrigens, war Ihnen bewusst, dass der Begriff Greenwashing aus den 80er stammt und Sie dem Phänomen schon unzählige Male begegnet sind? In einem Essay kam Jay Westervelt zu dem Schluss, dass die Hotelindustrie mit dem berühmten Schild im Bad, das Handtuch erneut zu nutzen, keinesfalls Energie und Wasser sparen wollten, sondern lediglich den Profit steigern.

Kommen wir zur Produktpalette. Blickt man als Außenstehender auf Nordea gewinnt man den Eindruck, dass der Kampf gegen den Klimawandel und für den Umweltschutz einen besonders hohen Stellenwert im Rahmen der Investmentstrategien genießt. Welche Gründe gibt es dafür?

Sauer: Natürlich hat dieses Thema in den vergangenen Monaten vor dem Hintergrund immer intensiverer Klimadebatten an Aufmerksamkeit gewonnen. Somit ist das „E" im besonderen

FOTO: CHRISTIAN DAITCHE

Dan Sauer: „In Bezug auf ESG stehen wir am Anfang einer großartigen Reise. Es gibt noch so viel zu entdecken."

Fokus der Industrie. Soziale Themen oder Aspekte der Unternehmensführung sind für viele weniger eingängig. Auch die Messbarkeit ist im Hinblick auf Klima- und Umweltaspekte oft einfacher bzw. besser zu illustrieren – Stichwort CO2-Fußabdruck oder die Tonnen produzierten Mülls. Daher nimmt das „E" bei Investoren derzeit eher Geschwindigkeit auf. Bei uns im Hause hat dies aber keinen höheren Stellenwert als die beiden anderen Themen. Vertrieblich gesehen haben Sie aber Recht. Unsere Global Climate and Environment Strategie hat derzeit mit ca. vier Milliarden Euro sicher eine hohe Bedeutung. Allerdings liegt das gesamte Anlagevermögen in unseren ESG-optimierten Fonds bei knapp 70 Milliarden Euro. Wir bieten unseren Kunden eine Vielzahl nachhaltiger Investmentlösungen an, die verschiedenste ESG-Aspekte abdecken. Da wäre unsere ständig wachsende „ESG STARS-Produktpalette", die wir seit Anfang letzten Jahres um vier Rentenfonds mit echter ESG-Integration erweitert haben. Wir bieten auch thematische Investmentlösungen an, wie beispielsweise unsere Strategie für globale Geschlechter-Diversität. Zudem haben wir unsere Ambitionen für verantwortungsbewusstes Investieren auch in Private Equity ausgedehnt.

In welcher Assetklasse lässt sich ESG am leichtesten umsetzen?

Sauer: Aktien sind der klare Kandidat. Die Ziele und Auswirkungen sind klar, der Einfluss durch Investoren und das Management ebenfalls. Nun denken Sie mal an Staatsanleihen und versuchen das Prinzip zu übertragen. Was machen Sie mit der Todesstrafe, die in Europa außerhalb jeder Diskussion steht und bringen das in Einklang mit den USA, die größter Emittent von Staatsanleihen sind, aber die Todesstrafe nicht ablehnen. Welche Lenkungen und Einflüssen haben Sie als Investor? Aber alles ist besser, als nichts zu tun. Wie eben erwähnt, bieten wir unseren Kunden inzwischen auch nachhaltige Lösungen im Anleihenbereich an. Sprechen Sie mit unserem Portfoliomanager für Schwellenländer-Anleihen, Thede Rüst. Ein enthusiastischer Manager von Anleihen der ebenso für das Thema ESG glüht. Spannend auch seine Vita mit beruflichen Stationen in Kapstadt und Kabul. Thede war u.a. auch Mitglied des UN PRI Fixed Income Advisory Komitee. Kurzum mit dem nötigen Personal können Sie sich professionell auch solchen Herausforderungen stellen.

Die ESG STARS-Fondspalette wurde explizit mit dem Fokus ESG geschaffen. Wie viel E, S und G steckt in den Fonds oder anders gefragt, gibt es Schwerpunkte hinsichtlich der drei Kriterien? Woher stammt die Expertise für die Umsetzung?

Sauer: Alle drei Aspekte sind von großer Wichtigkeit. Das „E" ist, wie schon beschrieben, bisher nur am besten definiert, weil am besten beschreibbar und messbar. Soziales und Unternehmensführung ist viel diffuser. Noch mal: Wir als Europäer und gerade wir Deutschen haben einen geschichtlich bedingten Standortvorteil. Wir haben dies seit Jahren, eher Jahrhunderten gelebt.

Wie geht es mit ESG bei Nordea weiter, was ist in Planung?

Sauer: Wir stehen am Anfang einer großartigen Reise – auch wenn ESG in unserer DNA liegt. Es gibt noch so viel zu entdecken und zu tun. Wollen Sie mit auf unsere Reise? Wollen Sie mit gestalten?

Letzte Frage: Die Corona-Pandemie hält die Finanzmärkte weiterhin auf Trab. Wie wird sich die Pandemie langfristig auf ESG-Investitionen auswirken?

Sauer: Gerade die letzte Frage würde ich gerne konkret beantworten, kann es aber nicht. Es ist ein offener Ausgang. Ein Teil der Rettung der Welt liegt im Verzicht. Teilweise ist dieser schmerzhaft, teilweise gehen neue Türen auf. Wir entdecken unser Land neu, reisen anders, stellen fest, dass die Produktion von Medizin in Indien offensichtlich weder nachhaltig ist – die Flüsse dort stinken, wegen unserer billigen Medizin – noch Unabhängigkeit oder Standards sichert. Am Ende müssen Transformationen und Entwicklungen aber auch bezahlt werden. Lassen Sie uns hoffen, dass der Schaden in der Realwirtschaft nicht zu groß wird. Ich habe genügend Freunde und Bekannte die unmittelbar von der Pandemie betroffen sind und deren Einnahmen seit März auf null oder zumindest dramatisch gefallen sind. Wir sollten uns als Menschheit zutrauen, aus Vernunft und nicht aus Leid die Welt von morgen aktiv zu gestalten.

Die Fragen stellte Frank O. Milewski, Cash.

FOTOS: CHRISTIAN DAITCHE

ESG-Fonds: Ökologisch und ethisch-sozial gut aufgestellt

Nachhaltig anlegende Fonds können die Corona-Pandemie zu ihrem Vorteil nutzen.

Fonds	ISIN	Perf. 1 Jahr	Perf. 3 Jahre	Perf. 5 Jahre
Amundi Ethik Fonds	AT0000857164	2,03	10,04	17,65
Bantleon Changing World	LU1808872961	6,10	k.A.	k.A.
Candriam SRI Equity Emerging Markets	LU1434524259	19,32	20,50	61,25
Candriam SRI Equity World	LU1434527781	6,57	23,15	48,58
Candriam SRI Equity North America	LU1313772748	13,38	34,24	k.A.
DNB Renewable Energy	LU0302296149	43,49	46,53	94,23
NN Global Sustainable Equity	LU0119216553	26,78	49,31	72,39
Nordea 1 - Emerging Stars Equity	LU0994703998	21,64	26,21	68,18
Nordea 1 - European Stars Equity	LU1706106447	8,07	k.A.	k.A.
Nordea 1 - Nordic Stars Equity	LU1079987720	20,20	23,54	45,54
Nordea 1 - Global Stars Equity	LU0985320059	9,70	38,66	k.A.
Nordea 1 - North American Stars Equity	LU0772958012	15,25	41,68	59,63
Nordea 1 - Global Gender Diversity	LU1939214778	8,23	k.A.	k.A.
Nordea 1 - Global Climate & Environment	LU0994683356	19,58	34,77	89,22
Nordea 1 - Emerging Stars Bond	LU1915689233	-3,31	k.A.	k.A.
Nordea 1 - Emerging Stars Local Bond	LU1160612104	-8,53	0,44	k.A.
Ökoworld Ökovision Classic	LU0061928585	14,38	26,34	53,02
Ökoworld Growing Markets 2.0	LU0800346016	21,59	20,40	48,73
Ökoworld Klima	LU0301152442	39,16	64,79	111,09
Ökoworld Rock ‚n' Roll	LU0380798750	8,50	21,28	36,19
Ökoworld Water for Life	LU0332822492	6,54	18,95	32,55

Quelle: Fondsweb.de; Stand: 23.10.2020

Fortsetzung von Seite 50

lichen Drei-Säulen-Modells zur Einbindung von ESG-Kriterien investieren wir neben Unternehmen, die gute Nachhaltigkeitskriterien vorweisen, auch in solche, die noch ein gutes Stück Arbeit vor sich haben", erläutert Fondsmanager Ness.

Als klassischer defensiver Mischfonds in einer Relation von maximal 40 Prozent Aktien zu 60 Prozent Anleihen präsentiert sich der Amundi Ethik Fonds. 1986 aufgelegt zählt er zu den ältesten aktiv gemanagten Nachhaltigkeits-Anlagepools. Das ESG-Team von Amundi arbeitet mit elf renommierten Ratingagenturen zusammen und hat mehr als 10.000 Emittenten von Aktien und festverzinslichen Wertpapieren auf dem Radar. Diese werden auf 37 ESG-Kriterien wie Energieverbrauch, CO2-Emissionen, Arbeitnehmerrechte und Antikorruptionsmaßnahmen sowie klassischen Finanzkennzahlen abgeklopft. Jörg Moshuber, der den Amundi Ethik Fonds steuert, beschäftigt sich derzeit intensiv mit Social Impact Investing: „Wir sehen, dass das Interesse von Seiten der Investoren und der Sozialwirtschaft an diesem Thema seit Jahren wächst – ebenso übrigens wie der Markt für Anleihen, die soziale Projekte finanzieren, sogenannte Social Bonds."

Mit seinem Team hat er zuletzt verstärkt in Unternehmen investiert, die vom digitalen Wandel aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen durch Corona profitieren, etwa aus dem Bereich „Work, Stay and Learn from Home". Zudem hat er Windparkbetreiber, Windturbinenhersteller und Infrastruktur-Unternehmen für die grüne Energieerzeugung zugekauft. Für Anleger, die bereit sind, ein höheres Risiko einzugehen, hat die französische Investmentgesellschaft im September den Amundi Ethik Plus gestartet, dessen Aktienanteil bis zu 70 Prozent ausmachen kann.

Ebenfalls ein Pionier für sozial verantwortliches Investieren ist die norwegische DNB Asset Management. Der norwegische Vermögensverwalter führte bereits im Jahr 1988 entsprechende Anlagekriterien ein. Der im August 2007 aufgelegte DNB Fund Renewable Energy investiert schwerpunktmäßig in Unternehmen, die sich auf die Erzeugung, Speicherung und den Transport erneuerbarer Energien spezialisiert haben. Immerhin entfallen etwa zwei Drittel der globalen, menschenverursachten Treibhausgasemissionen auf die Energieproduktion. Emissionen stellen somit eine der größten Herausforderungen dar, wenn es darum geht, Nachhaltigkeit weiter voranzutreiben. Am höchsten gewichtet waren zuletzt der italienische Versorger Enel sowie der Biokraftstoffhersteller Renewable Energy Group und das Chemieunternehmen Huntsman aus den USA.

Eine Multi-Asset-Lösung bietet BNP Paribas mit seinen Sustainable Multi Asset Fonds. Je nach Risikoneigung haben Anleger die Wahl zwischen den Varianten „Growth" (75 Prozent Aktien und 25 Prozent Anleihen), „Balanced" (50/50) und „Stability" (25/75). „Wir konzentrieren uns vor allem auf Themen wie Demografie, Gesundheitsfürsorge, nachhaltige Nahrungsmittel, Klimawandel und Abfallkontrolle", berichtet BNP Paribas-Investmentspezialist Pierre-Jérome Detry. Er wählt die Unternehmen nach einem thematischen oder einem Best-in-Class-Ansatz aus. Ersterer zielt auf Firmen ab, die in speziellen Bereichen für gezieltere nachhaltige Investitionen tätig sind, etwa Energiewende, grüne Anleihen, Wasser, menschliche Entwicklung, Nahrungsmittel, globale Umwelt und Klimawandel. Der Best-in-Class-Ansatz wiederum fokussiert sich auf die besten Unternehmen ihrer Sektoren in Bezug auf Umwelt-, Sozial- und Governance-Praktiken.

Geht es nach den Experten, ist der Trend zur Nachhaltigkeit nicht aufzuhalten. Gleichwohl gilt es, neben Transparenz und fehlenden Standards weitere Herausforderungen zu meistern. „Der Wettlauf zwischen einer steigenden Zahl von Nachhaltigkeitsstrategien und strenger werdender Regulierung zeigt, dass es noch ein weiter Weg zum vollen Verständnis und letztendlich der kompletten und reibungslosen Integration von ESG-Komponenten in Finanzprodukte ist", mahnt etwa Bantleon-Portfolio Managerin Susanne Reisch.

Autor Christian Euler ist Buchautor und Wirtschaftsjounalist.

NACHHALTIGKEIT BLEIBT EIN BEGRIFF MIT ERKLÄRUNGSBEDARF

Das Angebot an nachhaltigen Finanzprodukten boomt. Nahezu jeder Fondsanbieter hat nach eigenen Angaben zumindest ein „grünes“ Produkt. Und auch immer mehr private Anlegerinnen und Anleger sagen nicht nur, dass ihnen Nachhaltigkeit bei der Geldanlage wichtig sei. Ohne jedoch oft zu wissen, was das genau bedeutet.

Silvio Schmidt, Ökoworld

Laut des „Forum Nachhaltige Geldanlage“ (FNG) stiegen die nachhaltig ausgerichteten Privatinvestitionen in Deutschland im Jahr 2019 um 96 Prozent. Eine gerade erschienene Studie des Deutschen Instituts für Altersvorsorge (DIA) zeigt allerdings, nur die wenigsten können sagen, was sie genau unter „nachhaltigen Anlagen“ verstehen.

So definieren lediglich 14 Prozent der Befragten den Begriff „nachhaltige Kapitalanlage“ inhaltlich korrekt. 48 Prozent kennen den Begriff nicht einmal. Dabei können Befragte mit guten generellen Kenntnissen zu Geld- und Kapitalanlagen dreimal häufiger etwas mit dem Begriff anfangen als diejenigen mit schlechten Kenntnissen. Es besteht also weiterhin Aufklärungsbedarf, sollen sich Nachhaltigkeitsaspekte stärker in der Kapitalanlage verbreiten. Dabei spielt auch die generelle Finanzbildung eine Rolle.

Unter dem Titel „Wie halten es die Anleger mit der Nachhaltigkeit?“ hat das DIA im März 2020 in einer repräsentativen Studie 3.066 Personen ab 16 Jahren befragt. Die Umfrage ermittelte, inwieweit Nachhaltigkeitsaspekte bei Anlageentscheidungen bereits eine Rolle gespielt haben und unter welchen Bedingungen Anleger bei künftigen Investitionen die Faktoren Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (Environment, Social, Governance – ESG) berücksichtigen würden.

Die DIA-Studie zeigt, ein geringes Wissen zu „nachhaltigen Kapitalanlagen“ beeinflusst nachvollziehbar die Nachfrage nach diesen. Immerhin ist mit 37 Prozent für die meisten das mangelnde eigene Wissen der Grund dafür, bislang nicht in derartige Anlagen zu investieren.

Zudem verbindet fast jeder Zweite mit „nachhaltigen Kapitalanlagen“ vor allem Umweltaspekte. Diese sind 44 Prozent der Befragten wichtig. Soziale Aspekte, wie beispielsweise den Ausschluss von Kinderarbeit, nennen 32 Prozent. Auf eine gute Unternehmensführung legen gar nur 24 Prozent Wert. Aber nachhaltiges Investieren darf nicht auf erneuerbare Energien, Klimaschutz oder den sparsamen Umgang mit Ressourcen beschränkt sein. Genauso sollte die Einhaltung der Menschenrechte oder die Vermeidung von Korruption dazugehören. Denn wie nachhaltig ist der neue Solarpark in einem Entwicklungsland, wenn die lokale Bevölkerung dort nicht an seinem Erfolg beteiligt, sondern stattdessen zwangsumgesiedelt wird?

Gleich nach dem geringen eigenen Wissen sind es fehlende Information und mangelnde Produkttransparenz, die einer Anlage in „nachhaltige Produkte“ entgegenstehen. Immerhin für 34 Prozent der Befragten ein Hinderungsgrund.

Dies erinnert an den Kauf von Bio-Lebensmitteln. „Bio“ finden die meisten zwar grundsätzlich gut. Doch passende Produkte und Anbieter auszuwählen ist in der Praxis nicht einfach. Denn „Bio“ ist nicht gleich „Bio“. Oft bleibt unklar, wie die Wirklichkeit hinter Siegeln oder vollmundigen Produktaussagen aussieht. Hinzu kommt die Frage nach der Glaubwürdigkeit des Anbieters, wenn gleich neben den Bio-Produkten Billigstlebensmittel aus fragwürdigen Herstellungsbedingungen angeboten werden. Auch bei den „grünen“ Angeboten von Banken und Investmentgesellschaften sind die Anlegerinnen und Anleger, nicht überraschend, skeptisch. Lediglich für ein Drittel der Befragten sind dies glaubhafte Anbieter, wenn sie in der Vergangenheit noch keine ausgewiesenen „nachhaltigen Anlagen“ im Produktportfolio hatten. Vertrauen ist den Anlegerinnen und Anlegern wichtig. Wären „nachhaltige Investments“ zweifelsfrei als solche zu erkennen, würde sich fast

FOTO: ANDREAS ENDERMANN

jeder Zweite bei einer Neuanlage für diese entscheiden. Nahezu jeder Dritte würde bestehende Anlagen durch „nachhaltige Anlagen“ austauschen.

Unsere Welt kann auch in Zukunft als überlebensfähiger Planet existieren, wenn wir als Menschen bewusst handeln – uns sozial, ökologisch und ethisch in unserer Um- und Mitwelt verhalten. Bei Ökoworld verstehen wir daher unter Nachhaltigkeit die „Ökologisierung der Wirtschaft“. Also etwas Konkretes zu tun für den Einklang von Ökonomie und Ökologie. Für das ökologische Gleichgewicht, die ökonomische Sicherheit und die soziale Gerechtigkeit.

Für die Ökoworld-Fonds und Versicherungsprodukte bedeutet dies: keine Investitionen in Waffen, Erdöl, Chlorchemie, Atomkraft oder ausbeuterische Kinderarbeit, sondern ausschließlich ökologisch, sozial und ethisch wirtschaftende Unternehmen vor allem aus boomenden Branchen wie Gesundheit, umweltfreundlicher Transport, Energieeffizienz, Bildung, nachhaltiger Konsum und Wasserversorgung. Darüber hinaus wägt das hausinterne Sustainability Research Team im Rahmen einer umfassenden Unternehmensanalyse stets ab, ob das Unternehmen und seine Produkte geeignet sind, sich positiv auf Umwelt und Gesellschaft auszuwirken. Zwei Beispiele:

Ökoworld-Fonds investieren auch in Mobilfunkanbieter, die in Entwicklungsländern Services anbieten, um ihre Nutzer in den Finanzmarkt zu integrieren. Denn circa 2,5 Milliarden Menschen leben in einer Bargeld-Wirtschaft, in der sie mühsam Werte physisch bewegen müssen, in Form von Schmuck, Bargeld oder Vieh. Über eine verantwortungsvoll gestaltete finanzielle Inklusion eröffnen sich für viele dieser Menschen neue Chancen.

Ökoworld-Fonds investieren nicht in Unternehmen, die Wasserrechte kaufen, um Wasser teuer weiterzuverkaufen, wohl aber in Unternehmen, die für eine effiziente Wasserversorgung sorgen. Denn Wasser ist ein Menschenrecht, und Ökoworld unterstützt keine Geschäfte mit Menschenrechten.

Wenn Nachhaltigkeit in der Kapitalanlage eine größere Verbreitung finden soll, sind Kenntnis und Verständnis von Geld- und Kapitalanlagen im Allgemeinen und insbesondere von nachhaltigen Finanzprodukten zentral. Dafür bedarf es einer fundierten und ehrlichen Beratung auf Augenhöhe, die auf die ethischen Wertvorstellungen der Kunden eingeht, diese ernstnimmt und den Nachhaltigkeitsansatz hinter den Produkten transparent erläutert. Die ab 2021 verpflichtende Abfrage der Anlegerziele zur Nachhaltigkeit darf nicht nur Pflichterfüllung sein. Genauso wäre es kontraproduktiv, konventionelle Produkte lediglich „grün anzustreichen“. Und es bedarf generell mehr Bildung zu Wirtschafts- und Finanzthemen, am besten bereits in den Schulen.

Autor Dr. Silvio Schmidt ist Senior Sustainability Analyst bei Ökoworld

Wir setzen Ruhestandards

Unsere neue, zukunftsweisende Produktgeneration ist erfolgreich gestartet – mit attraktiven Änderungen für Sie und Ihre Kunden: Sie erhalten nun alle von uns angebotenen Fonds zu besonders günstigen Konditionen. Wir haben unsere Modellrechnungen auf die vom GDV empfohlene, transparentere Brutto-Illustration umgestellt. Wir trennen in unseren Produkten jetzt klar nach Fonds- und Versicherungskosten – damit ist für den Kunden ganz klar, was er wofür bezahlt. Und: Zukünftig erhalten Ihre Kunden bei Vertragsänderungen wie zum Beispiel Beitragsdynamiken und -erhöhungen oder Zuzahlungen bedingungsgemäß die gleichen Rechnungsgrundlagen wie bei Abschluss.

Weitere Informationen unter
www.standardlife.de/ruhestandards

Standard Life
Weil das Leben viel zu bieten hat

DER ZENTRALE ERFOLGSFAKTOR

Die Pandemie hat ESG-Kriterien binnen weniger Monate eine Bedeutung verliehen, die sie sonst erst in einigen Jahren erlangt hätten. Für Unternehmen ist daher wichtiger denn je, Nachhaltigkeit in ihre langfristigen Strategien zu integrieren.

Scott Berg: „Aktuell ist es für Unternehmen wichtiger denn je, Nachhaltigkeit in ihre Strategien zu integrieren."

Krisen sorgen für Veränderung. Die globale Finanzkrise war eine Abrechnung mit der Art, wie Unternehmen geführt wurden, insbesondere im Finanzsektor. Sie hatte eine weitreichende Neuordnung der Finanzwelt mit zahlreichen neuen Regeln, einer stärkeren Beteiligung von Aktionären und erhöhter Transparenz zur Folge.

Heute sorgt die Corona-Pandemie für mindestens ebenso große Umwälzungen. Denn sie hat die tektonischen Verschiebungen der Weltwirtschaft, die sich nach der Finanzkrise insbesondere aus der Technologisierung ergeben haben, beschleunigt. Soziale Distanzierung und die Schließung des konventionellen Einzelhandels haben E-Commerce und modernen Kommunikationsformen einen Schub verliehen, für den es unter normalen Umständen noch Jahre gebraucht hätte. Unternehmen setzen nun vermehrt auf Technologie und Digitalisierung.

Trotz der Bemühungen von Regierungen rund um die Welt, mittels beispielloser geld- und fiskalpolitischen Stützungspakete Arbeitsplätze zu erhalten und neu zu schaffen, haben sie sich allerdings schwergetan, wachsende soziale Spannungen abzumildern. Eine Folge des Coronavirus war eine intensivierte Debatte darüber, wie wachsender gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Ungleichheit zu begegnen sei.

War die Finanzkrise ein Weckruf für Firmen aud dem Finanzsektor, ist die aktuelle Krise einer für die Technologiebranche

In diesem aktuellen Umfeld ist es für Unternehmen wichtiger denn je, Nachhaltigkeit in ihre langfristigen Strategien zu integrieren. Dabei geht es nicht zuerst um gute Unternehmensführung und bürgerschaftliches Engagement, sondern darum, eine solide Geschäftsstrategie zu entwickeln, um dem ökologischen und gesellschaftlichen Wandel zu begegnen. Nachhaltigkeit ist untrennbar mit visionärem Denken und disziplinierter Führung – gerade in Krisenzeiten – verbunden, um auf der richtigen Seite des Wandels zu stehen.

So wie die Finanzkrise ein Weckruf für Unternehmen aus dem Finanzsektor war, ist die aktuelle Gesundheitskrise einer für die Technologiebranche. Großen Technologieunternehmen wie Apple, Amazon und Netflix sind Meinungsverschiedenheiten in Bezug auf die sogenannten ESG-Kriterien (Environmen-

FOTO: T.ROWE PRICE

Genossenschaftliche FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken

powered by IPConcept

FONDSIMFOKUS

Hintergrundinfos zu ausgewählten Fonds und Fondsmanagement finden Sie unter www.fonds-im-fokus.com

SPEZIELLE PRIVATE-LABEL-FONDS-LÖSUNGEN FÜR FONDSINITIATOREN

Sie möchten einen alternativen Investmentfonds auflegen und managen. Sie suchen einen Partner der die notwendige Erfahrung und Expertise im Private-Label-Fondsbusiness mitbringt. Mit dem Sie innovative Anlagestrategien verwirklichen können und sich von der Masse der Standardprodukte abheben können. Dann sind Sie bei IPConcept an der richtigen Adresse.

Wir sind als Alternative Investment Fund Manager (AIFM) zugelassen und schöpfen aus der langjährigen Erfahrung bei der Auflegung und Zulassung von Private-Label-Fonds mit EU-Pass sowie in der Schweiz. Unser Spektrum reicht von Publikumsfonds bis hin zu Spezialfonds für Ihre Vermögensverwaltung, Ihr Family Office oder für Ihr Unternehmen.

Nutzen Sie unsere Kompetenz als Marktführer für Private-Label-Fonds im deutschsprachigen Markt.

Wir beraten Sie gerne persönlich, sprechen Sie uns an. Tel.: +352 260248-2222, fundsolutions@ipconcept.com, www.ipconcept.com

Ein Unternehmen der DZ PRIVATBANK

IPConcept

tal, Social, Governance – Umwelt, Soziales, Unternehmensführung) nicht fremd. Ihre Geschäftsmodelle haben vom gewaltigen gesellschaftlichen Wandel profitiert. Nun geht es darum, ESG-Überlegungen stärker zu berücksichtigen, die von Kunden und Gesellschaft zunehmend eingefordert werden.

Amazon-Chef Jeff Bezos hat in seinem Aktionärsbrief nicht nur die außergewöhnliche Rolle herausgestellt, die das Unternehmen im Leben vieler Kunden spielt, sondern auch Investitionen in großem Ausmaß angekündigt, damit die Logistik mit den Kundenwünschen Schritt hält, die Sicherheit der Mitarbeiter und ihre Lebensqualität sichergestellt sind, der Verpackungsmüll reduziert wird und Diversität und Fähigkeiten künftiger Generationen gesichert sind. All das sind Kernaufgaben, wenn es darum geht, Unternehmen nachhaltiger aufzustellen. Dass einer der einflussreichsten Geschäftsführer die Themen in den Fokus rückt, zeigt, welche Bedeutung Nachhaltigkeit für die Unternehmensstrategie erlangt hat.

Es sind aber nicht nur große Firmen, die den Stellenwert erkennen, der der Unterstützung und Verbesserung unseres Lebens zukommt. Seit der Pandemie haben auch kleinere Unternehmen erkannt, welchen Unterschied es macht, Menschen in herausfordernden Zeiten zu unterstützen. E-Commerce-Plattformen spielen eine Schlüsselrolle dabei, kleine Unternehmen beim Übergang von offline zu online zu helfen. Im Gesundheitswesen gibt es einige kleinere Biotech-Firmen, die an vorderster Front im Kampf gegen das Coronavirus stehen, weil sie die Fähigkeiten besitzen, akkurate Tests zu entwickeln, Serologie-Research zu betreiben und bei der Entwicklung von Impfstoffen behilflich zu sein. Nie zuvor in der Geschichte gab es einen derartigen kollektiven Fokus auf die Lösung eines Problems, und es besteht Hoffnung, dass die Gesellschaft mit geschärftem Sinn für gemeinsame Ziele aus der Krise hervorgehen wird.

Insgesamt bieten heute etliche Sektoren fruchtbaren Boden für Nachhaltigkeit und ihre positive Stoßwirkung. Davon sollten Qualitätsunternehmen aus den folgenden Sektoren profitieren:

Grundstoffe

Die letzten Jahre waren einige der heißesten in der Geschichte, und katastrophale Wetterereignisse (Waldbrände, Hurrikane, Überschwemmungen) zeigen die Realität des Klimawandels. Zunehmend attraktiv erscheinen daher Unternehmen, die den Klimawandel durch Abscheidung und Speicherung von Kohlenstoff oder nachhaltige Verpackungen sowie grüne Alternativen angehen, die ihren CO2-Fußabdruck aktiv reduzieren. Beispielsweise sind Papier- und Verpackungsunternehmen für die Umstellung von Kunststoffen auf nachhaltigere Materialien gut positioniert. Interessant sind auch Unternehmen, die Materialien wie Industriegase herstellen, die als umweltfreundlichere Kraftstoffalternativen fungieren.

Versorger

Unternehmen in diesem Sektor werden von zentraler Bedeutung für die Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit sein, weil sie über eine große Infrastruktur und eine dauerhafte Einkommensstruktur verfügen, die sie befähigt, in erneuerbare Energien zu investieren, um die für die Gesellschaft entscheidende Energiewende zu unterstützen. Potenzial bieten vor allem qualitativ hochwertige, gut geführte Versorgungsunternehmen, die erhebliche Ressourcen in die Infrastruktur für erneuerbare Energien stecken.

Gesundheitswesen

Schon vor der Pandemie waren Biologika-Unternehmen angesichts ihrer Innovationskraft einen näheren Blick wert, und die Verbreitung des Coronavirus hat gezeigt, wie wichtig diese Art von Unternehmen ist. Gleichzeitig hat die Corona-Pandemie den Trend zur Telemedizin um Jahre vorangetrieben. Unternehmen, die entsprechende Dienstleistungen anbieten, werden schnell angenommen, da sie den Patienten helfen, eine für sie wesentliche und sichere Kommunikation mit Ärzten aufrechtzuerhalten.

Informationstechnologie

Massives und schnelles Wachstum verursacht in jedem Sektor wachsende Schwierigkeiten, und der Technologiesektor stellt keine Ausnahme dar. Vielmehr stand er unter einem negativen Blickwinkel, während er versucht hat, wirtschaftliche Gewinne mit seinen Verpflichtungen gegenüber Arbeitnehmern und der Gesellschaft in Einklang zu bringen. Grundsätzlich stellen sich Tech-Unternehmen angesichts dieser politischen und gesellschaftlichen Kontrolle schnell ihrer Verantwortung und präsentieren sich als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit, selbst wenn dies auf Kosten kurzfristiger Renditen geht. Amazons Investitionen und die Einstellung von Beschäftigten, die die dramatisch gestiegene Nachfrage befriedigen und gleichzeitig die Mitarbeiter schützen sollen, sind ein Beispiel für die Fokussierung auf langfristige Nachhaltigkeit und den potenziellen Schutz des Kerngeschäftsmodells, das auf Reputation und gesellschaftlicher Akzeptanz beruht.

Eine sich verändernde Wirtschaftslandschaft, die von Technologie angetrieben wird, hat Gesellschaften auf der ganzen Welt erheblich verändert. Dabei ist klar geworden, dass ein erweitertes Zusammenspiel zwischen Gesellschaft, Unternehmen, Investoren und Regierungen entscheidende Bedeutung für die Aufrechterhaltung der wirtschaftlichen Stabilität und des wirtschaftlichen Erfolgs hat. Die Coronavirus-Pandemie hat die Akzeptanz von Nachhaltigkeitstrends um Jahre beschleunigt, weshalb es wichtig ist zu verstehen, wie dieser Fokus die Investitionslandschaft verändern wird.

ESG ist ein dauerhafter Bestandteil dieser neuen Ordnung. Unternehmen müssen die Folgen ihres Handels für Industrien, Menschen und letztlich den Planeten in den Blick nehmen. Unternehmen, die diese Zusammenhänge verstehen, sind häufig Innovationsführer und positionieren sich erfolgreich für zukünftiges Wachstum.

Autor Scott Berg ist Portfoliomanager der
T. Rowe Price Global Growth Equity Strategy

Handeln Sie jederzeit weltweite Aktien-CFDs

Egal, wo Sie gerade sind: mit unserer mobilen Trading-App handeln Sie auch unterwegs Tausende Aktien-CFDs wie beispielsweise die großen Tech-Unternehmen wie Apple, Facebook und Tesla aber auch deutsche Unternehmen wie Bayer oder Varta. Diversifizieren Sie alternativ Ihr Portfolio mit ETF-CFDs oder unseren branchenspezifischen Aktien-Basket-CFDs.

Handeln Sie mit Deutschlands bester Trading-App*:

- ✓ Charting optimiert für mobile Endgeräte
- ✓ Über 40 Indikatoren und Zeichenwerkzeuge
- ✓ Dynamische Watchlists
- ✓ Individuell gestaltbares Dashboard
- ✓ Sofortige Benachrichtigungen wie zum Beispiel Preisalarme

*Ausgezeichnet als Deutschlands “Beste mobile Plattform” laut Deutschland CFD- und FX-Studie 2020 von Investment Trends.

Traden, wie es zu Ihnen passt

CFD-Trading auf Indizes
| FX | Aktien | ETFs | Rohstoffe | Kryptos

Trustpilot

cmc markets

79% der Kleinanlegerkonten verlieren Geld beim CFD-Handel mit diesem Anbieter. Sie sollten überlegen, ob Sie verstehen, wie CFDs funktionieren, und ob Sie es sich leisten können, das hohe Risiko einzugehen, Ihr Geld zu verlieren.

DIE BALANCE IST DAS ENTSCHEIDENDE

Gerade in turbulenten Zeiten müssen sich aktive Fondsmanager beweisen: Gelingt es ihnen, die Überraschungen und Unwägbarkeiten in schwierigen Phasen an den Märkten zu meistern und die Benchmark mit einer sorgfältigen Wertpapierauswahl sowie einer strategischen Portfolioallokation zu schlagen? Eine Studie von Lyxor ETF Research gibt Aufschluss, wie aktive Fondsmanager die Krise im vergangenen Halbjahr bewältigt haben.

Heike Fürpaß-Peter: „Aktive Fondsmanager waren gefordert, Ruhe und Überblick zu bewahren, sowie die extremen Marktbewegungen zu ihrem Vorteil zu nutzen."

FOTO: LYXOR

Das Jahr 2020 wird als das Corona-Jahr in die Finanzgeschichte eingehen. Nach einem starken Start in das Jahr erwischte das Virus die globale Wirtschaft und die Finanzmärkte völlig unvorbereitet. In der Folge brachen im März die Kurse weltweit dramatisch ein. Der DAX gab innerhalb weniger Wochen um fast 40 Prozent nach. Auch der Dow Jones büßte mit deutlich mehr als 20 Prozent so viele Prozentpunkte in einem ersten Quartal ein wie noch nie in seiner Geschichte. Doch ebenso dynamisch ging es auch wieder nach oben. Bereits im April konnte der S&P 500 den schnellsten dreitägigen Anstieg seit den 1930er-Jahren verzeichnen. Kurzum: Die Finanzmärkte schrieben Geschichte und aktive Fondsmanager waren gefordert, Ruhe und den Überblick zu bewahren, sowie die extremen Marktbewegungen zu ihrem Vorteil zu nutzen. Das ist sogar mehr von ihnen gelungen als im ebenfalls herausfordernden Vorjahr.

Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle „Aktiv-Passiv-Navigator", den das Research & Solutions-Team von Lyxor ETF kürzlich vorgelegt hat. Die Studie zielt auf eine umfassende Analyse der Performance von Fonds und ETFs mit Sitz in Europa ab. Dabei wurden in jeder Anlagekategorie Fonds mit den am besten investierbaren und replizierbaren Benchmarks verglichen. Für die Auswahl der Fonds haben die Experten in erster Linie das Fondsuniversum von Morningstar Direct, einem der Marktführer für die Erhebung von Fondsdaten, herangezogen. Insgesamt analysierten sie 71.071 Fonds und ETFs. Die Performances und das verwaltete Vermögen entsprechen dem Stand vom 30.06.2020, ein Großteil der Daten wurde am 15. Juli 2020 erhoben.

Der Navigator zeigt auf: Im Durchschnitt haben 53 Prozent der aktiven Aktienfondsmanager in der ersten Hälfte des Jahres 2020 ihre jeweilige Benchmark übertroffen. Damit schnitten sie deutlich besser ab als im Jahr 2019 (42 Prozent), das vom Handelskrieg zwischen den USA und China sowie dem Brexit geprägt war. Doch das war nicht vergleichbar mit dem plötzlichen Stopp der wirtschaftlichen Aktivität und den extremen Marktturbulenzen, die ab Mitte Februar 2020 durch die extrem schnelle Verbreitung von Covid-19, die kurzfristigen Entscheidungen über Konjunkturprogramme und den Einbruch des Ölpreises ausge120t wurden. Fundamentaldaten von Unternehmen waren in diesem Umfeld plötzlich von geringer Relevanz. Entscheidend für die Investmentstrategie waren vor allem Market Timing,

Cash. 5 vor 5

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

Gemanagte Aktienfonds

Entwicklung aktiv gemanagte Aktienfonds im Vergleich zur Benchmark (bis zu 5 Jahre)

Exposure	Benchmark	Hit Ratio YtD	1 J.	3 J.	5 J.
Europe Small Cap	MSCI Europe Small Cap	75%	61%	44%	65%
Europe Large Cap	MSCI Europe	66%	59%	40%	40%
Germany Small/Mid Cap	MSCI Germany Small Cap	64%	54%	12%	8%
US Small Cap	Russell 2000	64%	62%	59%	64%

Gemanagte Anleihefonds

Entwicklung aktiv gemanagte Anleihefonds im Vergleich zur Benchmark (bis zu 5 Jahre)

Exposure	Benchmark	Hit Ratio YtD	1 J.	3 J.	5 J.
Euro High Yield	Bbg Barclays Euro High Yield	51%	44%	27%	23%
Euro Corporates	Bbg Barclays Euro Corporates	35%	38%	23%	31%
Euro Government	Bbg Barclays Euro Government	24%	23%	19%	21%
US High Yield	Bbg Barclays US High Yield	40%	41%	27%	13%
US Corporate	Bbg Barclays US Corporate	39%	38%	27%	17%
US Government	Bbg Barclays US Treasury	21%	15%	18%	15%
EM Debt Hard Currency	JP EMBI Global Diversified	41%	34%	22%	15%
Global Fixed Income	Bbg Barclays Global Aggregate	31%	28%	22%	19%
US Aggregate	Bbg Barclasy US Aggregate	36%	32%	19%	21%
Euro Aggregate	Bbg Barclays Euro Aggregate	13%	17%	10%	13%
Durchschnitt		**33%**	**31%**	**21%**	**19%**

Quelle: Morningstar, Lyxor Asset Management, Stichtag: 30. Juni 2020

Sektorarbitrage und Risikomanagement. Dies wussten viele aktive Manager zu nutzen.

Die besten Ergebnisse erzielten aktive Small-Caps-Fondsmanager. Vor allem Manager, die sich mit Sektorrotation positionieren, profitierten während des Marktcrashs. Grundgedanke der Sektorrotations-Strategie ist, je nach Wirtschaftslage in diejenigen Sektoren zu investieren, welche vom Geschehen aktuell überproportional profitieren. In diesem Fall bedeutete das raus aus den Bereichen Konsumgüter, Energie, Finanzen sowie Value-Aktien und dafür rein in defensive, wachstumsstarke Titel. Large-Cap-Fondsmanager performten regional unterschiedlich. Während US-Fonds Probleme hatten, bewältigten europäische und japanische Manager die sprunghaft ansteigende Aktienstreuung deutlich besser. Dies spiegelt die ungleichen gesundheitspolitischen und wirtschaftlichen Maßnahmen der Regionen im Rahmen der Pandemie wider. Globale und europäische Aktienfonds steuerten erfolgreich durch die regionale Streuung der Bestände. Die meisten dieser Fonds behielten ihre Portfoliodiversifizierung bei und profitierten von der Markterholung, die in der letzten Märzwoche einsetzte.

In der ersten Phase der Markterholung von Ende März bis Mitte Juni konnten aktive Manager die vorübergehenden Erholung von Value-Aktien im Zuge der beispiellosen monetären und fiskalischen Unterstützung der Zentralbanken für sich nutzen. Investitionen, die von der Dollarschwäche bzw. niedrigen Zinsen profitieren oder Themen wie 5G, Cloud-Computing, saubere Energie oder Cybersicherheit waren eine Quelle von Überrenditen.

Im Vergleich lieferten die meisten aktiven Rentenfondsmanager unterdurchschnittlich ab – nur ein Drittel der Fonds (33 Prozent) übertraf ihre Benchmark (2019: 35 Prozent). Dies dürfte an der von den Zentralbanken initiierten Rallye liegen, die viele Anleihemanager auf dem falschen Fuß erwischte. Ihnen gelang es nicht, der weltweiten Rekordflut an geld- und fiskalpolitischen Stimulierungsmaßnahmen zu begegnen, die die Renditen auf Tiefstständen hielten und die Anleihekurse in die Höhe trieben. Am meisten zu kämpfen hatten staatliche Rentenfonds, insbesondere diejenigen mit Engagements in US-Staatsanleihen. Sie wurden von der Federal Reserve überrumpelt, als diese auf einer außerplanmäßigen Sitzung Anfang März unerwartet die Zinsen senkte.

Im Umfeld der festverzinslichen Anlageformen bewiesen sich Euro-High-Yield-Manager mit einem Outperformance-Verhältnis von 51 Prozent gegenüber der Benchmark. Mit einer defensiven Positionierung und einer Risikoreduzierung in den Portfolios gelang es ihnen vergleichsweise gut, den historischen Kurseinbruch abzufedern.

Doch wie sieht die Performance aktiv gemanagter Fonds über einen längeren Zeitraum aus? Das Lyxor ETF-Research-Team bewertet die Leistung aktiver Manager anhand eines gleichbleibenden Fondsuniversums auch über längere Zeiträume hinweg. Und stellt fest: Aktiven Managern fällt es zunehmend schwer, nachhaltig Alpha über mehrere Jahre hinweg zu generieren: Während in den ersten sechs Monaten des Jahres noch 53% der aktiven Fondsmanager ihre Benchmark schlagen konnten, schafften dies über einen Zeitraum von fünf Jahren nur noch 36%.

Verlierer waren dabei in erster Linie Large-Caps-Fonds, wohingegen vor allem EU- und US-Small-Caps-Fondsmanager auch langfristig sehr deutlich über der Benchmark performten (siehe Tabelle 1). Aktive Anleihefondsmanager büßten ebenfalls langfristig an Outperformance ein und nur 19 Prozent von ihnen schlugen nach fünf Jahren im Schnitt noch die Benchmark. Am besten behaupten sich noch die aktiven Manager im Euro-Segment, die auch auf lange Sicht kaum Prozentpunkte verloren (siehe Tabelle 2). Euro-High-Yield-Manager sind dagegen offensichtlich nur kurzfristig sehr erfolgreich. Ihre Outperformance sank innerhalb von fünf Jahren von 51 Prozent auf 23 Prozent.

Diese negative Entwicklung aktiven Fondsmanagements unterstreicht die Bedeutung einer dynamischen Portfolio-Allokation und eines stetig starken Fondsauswahlprozesses. Um auf lange Sicht potenzielle Outperformer zu identifizieren, bedarf es einer robusten Strategie. Diese sollte jedoch neben aktiv gemanagten Fonds auch passive Anlagevehikel wie ETFs umfassen. Gerade in Zeiten, in denen es schwierig ist, Alpha zu generieren, helfen kostengünstige passive Produkte, die Rendite zu steigern und das Portfolio breiter zu diversifizieren.

Covid-19 wird die Märkte noch eine Weile begleiten. Das Marktumfeld bleibt auf unabsehbare Zeit herausfordernd für Anleger genauso wie für Portfoliomanager. Ein aktives Fondsmanagement hat sich in der jüngsten Krise häufig bewährt und im Durchschnitt deutlich besser performt als die Benchmark. Aus unserer Sicht ist eine flexible Kombination von aktiven und passiven Investmentstrategien die beste Lösung, um die Risiken in einem Portfolio angemessen zu streuen und um in neue zukunftsweisende Themen zu investieren.

Autorin Heike Fürpaß-Peters ist Leiterin von Lyxor International Asset Management S.A.S. Deutschland.

Nicht irgendwann,...

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

...sondern jetzt lautet das Credo von Blau-Direkt-Chef Oliver Pradetto. Er bezieht sich auf das Thema Digitalisierung und deren Einsatz in der Finanzberatung. Und Recht hat er. Es geht nicht mehr ohne. Das war eigentlich schon vor Beginn der Corona-Pandemie klar. Eigentlich, aber wie so oft im Leben muss der Druck erst noch größer werden, bevor gehandelt wird. Wenn die letzten Monate eines deutlich gemacht haben, dann dass es ohne digitale Tools nicht mehr funktioniert. Ganz gleich, ob es sich um das Thema Videoberatung dreht oder um die weitestgehend papierlose Antragsabwicklung, um nur zwei Beispiele zu nennen.

Wer auch weiterhin gut beraten will, muss sich schleunigst bewegen, sagt Pradetto. „Nicht irgendwann, sondern jetzt“ sei das Motto für Makler. Nicht irgendwann, sondern jetzt müssten sie tätig werden, um den bereits schnell fahrenden Digitalisierungs-Zug nicht gänzlich zu verpassen. Bereits jetzt wollen die Kunden, die selbst auch sehr viel digital-affiner geworden sind, entsprechend von ihrem Berater abgeholt werden. Und das Tempo der Veränderung nimmt weiter zu. Der nunmehr zum Redaktionsschluss verhängte neuerliche Lockdown – oft als Light-Variante bezeichnet – dürfte den Druck sich zu digitalisieren noch weiter erhöhen. Pradetto rechnet deshalb damit, dass die seit langem im Markt kolportierte Konsolidierung bei den Pools jetzt tatsächlich stattfinden wird. Analog-Pools haben nach seiner Meinung künftig keine Chance mehr zu bestehen und die Unterschiede in der Poollandschaft seien in digitaler Hinsicht schon jetzt gravierend.

Apropos gravierend. Auch die grüne Megawelle, die im kommenden Jahr auf die Finanzbranche zurollt, hat es in sich. Vom Asset Management bis zur Beratung muss alles ESG-konform ausgerichtet sein. Blau Direkt ist diesbezüglich bereits gut aufgestellt, so Pradetto. Viele andere müssen nachlegen. Es bleiben also spannende Zeiten – mit, aber auch ohne Corona.

INHALT

66 **Als wäre nie etwas gewesen**
Nach sehr guten Jahr 2019 sind die Pools bislang auch gut durch die Corona-Krise gekommen. Für eine Entwarnung ist es aber noch zu früh

68 **„Die Konsolidierung scheitert nicht“**
Oliver Pradetto, Blau Direkt, über den Pool-Markt, die Digitalisierung, kommende Regulierungen und die Nachhaltigkeit

FOTO: FLORIAN SONNTAG

„ALS WÄRE NIE ETWAS GEWESEN“

Die Maklerpools scheinen bisher relativ gut durch die Coronakrise zu kommen. Für Entwarnung ist es aber noch zu früh.

Unklar ist, wie hart die zweite Welle die Branche treffen wird.

Es sind beeindruckende Zahlen, die die deutsche Maklerpool-Branche für das Geschäftsjahr 2019 gemeldet hat: 91 Prozent der Unternehmen konnten ihre Provisionserlöse steigern, nur zwei Häuser mussten rückläufige Zahlen hinnehmen, wie die diesjährige Cash.-Hitliste der Maklerpools zeigt.

Doch das war vor Corona. Seit dem weltweiten Ausbruch der Pandemie Anfang 2020 hat auch die Finanzdienstleistungsbranche mit veränderten Rahmenbedingungen zu kämpfen. Die bange Frage lautet: Wie reagieren die Kunden auf die Coronakrise? Kommt die große Stornowelle? Bleiben Neuabschlüsse aus?

Viele Makler blicken mit gedämpften Erwartungen in die Zukunft: Der AfW Bundesverband Finanzdienstleistung hat im Sommer eine zweite „Corona-Umfrage“ durchgeführt, an der 461 Vermittler teilgenommen haben. Demnach erwarten sie coronabedingt im Schnitt einen Rückgang ihres Provisionsumsatzes um 14 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Keine guten Aussichten.

Die Maklerpools aber scheinen bisher relativ gut durch die Krise zu kommen – diesen Eindruck vermittelten jedenfalls die Führungskräfte fünf deutscher Pools bei einer Round-Table-Diskussion im September in der Hamburger Cash.-Redaktion. Oliver Pradetto, Geschäftsführer von Blau Direkt, bestätigt dies nun auch für sein Unternehmen. „Es gab ein eingebremstes Wachstum von Mitte März bis Mitte Mai. Danach lief alles so, als wäre nie etwas gewesen, mit drastischen Steigerungen gegenüber dem Vorjahr“, so Pradetto im Cash.-Interview.

Die pessimistischen Erwartungen aus der AfW-Umfrage spiegeln sich laut Pradetto bisher nicht in den Umsätzen der angebundenen Makler wider: „Unsere Partner haben ihren Umsatz um etwa 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr steigern können.“ Dennoch: Für Entwarnung ist es noch zu früh. Die Krise ist noch nicht überwunden, wie die auch in Deutschland wieder deutlich steigenden Infektionszahlen zeigen. Wie sich die zweite Corona-Welle auf die Branche und ihre Umsätze auswirken wird, mag momentan wohl niemand seriös vorauszusagen.

Schon vor Corona war die seit Jahren erwartete Konsolidierung der Maklerpool-Branche dabei, langsam Fahrt aufzunehmen – der steigende Kostendruck und die zunehmende Regulierung machen sich immer deutlicher bemerkbar. Und so kündigte Blau Direkt im Februar an, in einer „umfassenden organisatorischen Fusion“ die Kräfte mit der Wifo GmbH aus Rheinstetten bündeln zu wollen. Man sehe die Zusammenarbeit als Einladung an weitere Pools und Vertriebe, sich mit einer Kooperation auf unabhängiger Basis auseinanderzusetzen, teilten Blau Direkt und Wifo damals in einer Presseerklärung mit. Mittlerweile haben sich sechs Pools in der sogenannten „Pool-EU“ zusammengetan. Das Ergebnis sei eine beschleunigte Entwicklung, verteilte Kosten und mehr Freiheit für die angeschlossenen Maklerpartner, betont Pradetto. „Ich sage voraus, dass die ‚Pool-EU‘ wachsen wird.“ Ob die wirtschaftlichen Folgen der Coronakrise die Konsolidierung noch weiter beschleunigen werden, bleibt abzuwarten.

Bei Blau Direkt jedenfalls blickt man zuversichtlich in die Zukunft – trotz aller widrigen Umstände. 2021 soll mit Investments für die Partner durchgestartet werden, kündigt Pradetto an. Was passieren muss, damit er Ende Dezember trotz Corona zufrieden auf das Jahr 2020 zurückblicken kann? „Beruflich blicke ich zufrieden zurück“, stellt Pradetto fest. Und sonst? „Ich würde gern mal wieder tanzen gehen.“

Kim Brodtmann, Cash.

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

BLAU DIREKT

Alien-Technologie für den Bestandsausbau

„Sync“ heißt die neue Software aus dem Haus von blau direkt. Innerhalb eines Jahres soll die neue Software 10% Bestandswachstum für einen durchschnittlichen Maklerbestand bescheren – garantiert. Die neuartige Software holt sich die Bestandsdaten per Schnittstelle aus dem MVP des Maklers; schreibt den Kunden eigenständig im Namen des Maklers an, macht ihn auf Bedarfslücken aufmerksam, unterbreitet passende Angebote und erinnert die Kunden in regelmäßigen Abständen. Der Makler steuert das Geschehen wie an einem Cockpit mit wenigen Klicks. ‚Sync‘ wird als Service vom Kunden wahrgenommen. Fehlt nach einem Kfz-Verkauf beispielsweise noch der Fahrzeugschein, erinnert ‚Sync‘ den Kunden. ‚Sync‘ übermittelt dem Kunden Dank für Käufe, erklärt den Ablauf von Schadensmeldungen, teilt mit, wenn noch etwas zu erledigen ist; bietet Unterstützung an. „Die Software informiert den Kunden individuell zu seinen Zielen und Wünschen, einfühlsam und gut abgestimmt wie sein Makler“, erklärt Uwe Redler, CEO des Herstellers deeplico. „Die Kunden lieben den Service. Plötzlich merkt der Kunde, dass sein Makler da ist und immer für ihn arbeitet.“ Die Funktionsweise ist erstaunlich. Bei blau direkt wird daher von „Alien-Technologie“ gesprochen. In einem Testlauf mit 890 Kunden generierte die Software rund 200.000 Euro jährliche Bestandscourtagen in nicht einmal 3 Jahren. „Wenn wir hier für alle Partner bis zu 10% mehr Bestand pro Jahr generieren, ist das ein unglaublicher Wachstumsmotor.“, schwärmt Sebastian Plaza. „Deswegen übernehmen wir dreiviertel der Kosten einer Lizenz für jeden unserer Partner. Das sind immerhin 150,- Euro monatlich“. Doch blau direkt will diese Erfolge auch für sich selbst nutzen. Vor zwei Jahren begann blau direkt gezielt mit dem Aufkauf von Maklerbeständen. Diese Bestände werden bereits durch ‚RoboAdmin‘ und ‚RoboSave‘, zwei Software-Innovationen aus einer anderen Schmiede des Maklerpools, verwaltet. Mit Hilfe der Technik gelang es die übernommenen Bestände automatisiert stabil zu halten. Obwohl kein Berater die Bestände aktiv betreut beträgt der durchschnittliche jährliche Bestandsabrieb weniger als 0,75% und beschert den Lübeckern damit ein solides Geschäft. Gelingt es blau direkt mit Hilfe von ‚Sync‘ Bestandsausbau automatisiert zu erzeugen, ist das Potenzial der übernommenen Bestände gewaltig. Doch blau direkt ist nicht der einzige Pool, der das Potenzial der Software hoch einschätzt. Beim Bückeburger Pool Finanz-Zirkel zeigt man sich überzeugt von ‚Sync‘. „Was wir gesehen haben, wirkt wirklich wie von einem anderen Stern. 10% Umsatzwachstum jährlich kann ich mir nicht billiger kaufen“, meint Uwe Hoffmann, Geschäftsführer von Finanz-Zirkel. Direkt nach der Präsentation sicherte sich der Firmenlenker den Zugang für sämtliche seiner angeschlossenen Vertriebspartner. Makler, die mit ‚Sync‘ auch nach den Sternen greifen möchten, erhalten die Software unter www.deeplico.de 30 Tage kostenlos. So sichert sich jeder ein Stück Alien-Technologie. Für Pools und Vertriebe sind gegen Mindestabnahmen Sonderkonditionen verfügbar.

„Witziges Gerücht. Die blau direkt Technologie sei außerirdischen Ursprungs.“

FOTO: BLAU DIREKT

Kontakt: blau direkt GmbH & Co. KG · Sebastian Platza · **Tel:** 0451 / 872 011 60 · **E-Mail:** makler@blaudirekt.de · **Internet:** www.blaudirekt.de/kennenlernen

„Die Konsolidierung scheitert nicht“

Cash.-Interview mit Oliver Pradetto, Geschäftsführer des Maklerpools Blau Direkt, über die wirtschaftlichen Folgen der Coronakrise, die Konsolidierung der Maklerpool-Branche und die zunehmende Bedeutung der ESG-konformen Beratung.

Wie hat sich die Corona-Pandemie bisher auf Ihr Geschäft ausgewirkt?

Pradetto: Es gab ein eingebremstes Wachstum von Mitte März bis Mitte Mai. Danach lief alles so, als wäre nie etwas gewesen, mit drastischen Steigerungen gegenüber dem Vorjahr.

Viele Veranstaltungen mussten in diesem Jahr coronabedingt abgesagt werden. Glauben Sie, dass die Corona-Pandemie das Ende des Zeitalters der analogen Messen eingeleitet hat?

Pradetto: Das Ende hatte bereits das Internet eingeläutet. Corona hat dies lediglich beschleunigt. Zur DKM fährt doch auch keiner mehr, weil es eine Messe ist. Die einfachen Teilnehmer interessieren Essen, Party und Schulungen. Die VIPs sind an der effizienten Möglichkeit interessiert, viele Gespräche in kurzer Zeit durchzuführen. Dafür braucht es neue Formate, aber keine Messe. Dass die DKM so lang überlebt hat, lag eher an dem Netzwerk um Dieter Knörrer als an Sinnhaftigkeit.

Laut einer AfW-Umfrage aus dem Monat Juni erwarten die Vermittler coronabedingt im Durchschnitt einen Rückgang ihres Provisionsumsatzes um 14 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Erhalten Sie ähnliche Rückmeldungen von Ihren angebundenen Maklern?

Pradetto: Nein. Im Schnitt sind unsere Makler digitaler und chancenorientierter aufgestellt. Unsere Partner haben ihren Umsatz um etwa 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr steigern können.

Wie reagieren die Kunden auf die Coronakrise? Wird dadurch die Bereitschaft zum rein digitalen Abschluss beschleunigt?

Pradetto: Der Wunsch zu Digitallösungen war immer schon da. Eher ist die Bereitschaft der Vermittler gestiegen, jetzt die Kundenwünsche wahrzunehmen und tatsächlich zu berücksichtigen.

Der Investitionsbedarf in Sachen Digitalisierung war schon vor Beginn der Coronakrise sehr hoch und drückte auf die Gewinne vieler Pools. Wird sich das noch verstärken?

Pradetto: Es gibt hier zwei falsche Vorstellungen. Erstens ist die Vorstellung falsch, dass bereits ein bedeutender Druck zur Digitalisierung da sei. Pools ahnen, dass da was kommt, bemerken es aber noch nicht. Das Gros der Makler glaubt immer noch, dass Digitalisierung etwas ist, das irgendwann in der Zukunft stattfindet, also irgendwann einmal Effekte haben wird, jetzt aber noch nirgends viel bringt. Das stimmt zwar nicht, denn die Unterschiede zwischen den Pools sind bereits jetzt gewaltig, aber deswegen gehen die meisten noch nicht von ihren Analog-Pools weg. Das wird sich aber ändern. Dann haben die Pools Druck. Zweitens ist die Vorstellung falsch, irgendwann sei man fertig digitalisiert. Technik entwickelt sich immer weiter und das mit einem fast exponentiell wachsenden Mittelbedarf. Das bedeutet, der Druck wird immer nur größer. Er verschwindet nie. Eher ist es so: Wer zu spät kommt, kommt nicht mehr hinterher.

Maklerpools bieten über ihre Plattformen ein umfangreiches Verwaltungs- und Abwicklungsangebot, um Vermittlern ihre Arbeit zu erleichtern. Wäre es nicht effizienter für die Pools, sich hierbei zusammenzutun?

Pradetto: Ja. Ganz eindeutig ja.

Woran scheitert denn eine Konsolidierung bei den Pools bisher?

Pradetto: Sie scheitert nicht. Mit der „Pool-EU“ haben sich sechs Pools zusammengetan. Das Ergebnis ist eine beschleunigte Entwicklung, verteilte Kosten und mehr Freiheit für die angeschlossenen Maklerpartner. Aktuell gehören der „Pool-EU“ Blau Direkt, Wifo, Insuro, Finanz-Zirkel, Arisecur und DFV an, dazu Vertriebe wie Königswege, Inpunkto, ZVO und Value Factory. Ich sage voraus, dass die „Pool-EU“ wachsen wird.

In der Großen Koalition wird weiter über den Provisionsdeckel in der Lebensversicherung gestritten. Die SPD will ihn unbedingt einführen, die Union lehnt ihn ab. Rechnen Sie noch mit einer Deckelung oder glauben Sie, dass sich das Thema erledigt hat?

Pradetto: Das kommt darauf an, wer die Wahl gewinnt, aber ich warne davor, das Thema zu den Akten zu legen. Diskussi-

Oliver Pradetto, Blau Direkt: „Ich warne davor, das Thema Provisionsdeckel zu den Akten zu legen."

FOTO: BLAU DIREKT

onen um faire Vergütung werden niemals der Vergangenheit angehören, so lange wir als Branche keinen Sinn für Genügsamkeit entwickeln.

Eine andere regulatorische Vorgabe steht bereits fest: Ab dem kommenden Jahr müssen Makler ihre Kunden auch zu ihren Nachhaltigkeitspräferenzen befragen. Wie bereiten Sie Ihre angebundenen Makler darauf vor?

Pradetto: Da wir alle in einer lebenswerten Welt leben wollen, gehört Nachhaltigkeit längst zu unserem Business. Dafür hätte es keine neue Regulierung gebraucht. Es ist immer eine traurige Sache, wenn politische Dogmen in gesetzliche Verhaltensauflagen münden. Tatsächlich haben wir die entsprechenden Produkte bereits seit Jahren in unser Produktportfolio integriert. In ein paar Wochen führen wir ein Dokumentationswerkzeug ein, das Nachhaltigkeitsansätze begleitet. In unseren internen Foren und „knowledge bases" können unsere Partner alle Informationen abrufen, die sie dazu benötigen.

Schon jetzt kann man sagen, dass 2020 kein Jahr ist wie jedes andere. Was muss passieren, damit Sie Ende Dezember dennoch zufrieden auf das Jahr zurückblicken?

Pradetto: Ich würde gern mal wieder tanzen gehen. Beruflich blicke ich zufrieden zurück.

Was plant Ihr Unternehmen für 2021?

Pradetto: Wir starten 2021 mit Investments für unsere Partner durch. Außerdem beflügeln wir mit Deeplicos „Aliensoftware" „Sync" den automatisierten Bestandsaufbau für unsere Partner. Für die Branche treiben wir die „Pool-EU" weiter voran.

Die Fragen stellte Kim Brodtmann, Cash.

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

DIGITAL WEEK BY CASH.

CASH. EXTRA

CASH.ONVISTA NEWSLETTER

DIGITAL ADVISORS AWARDS

CASH. EXKLUSIV

CASH. GALA

BRANCHEN GIPFEL SACHWERTE

CASH. WEBINARE

PODCAST BY CASH.

„Nicht Vabanque spielen“

Cash. sprach mit Starkoch Christian Rach über seine Erfahrungen und Strategien bei der Kapitalanlage.

Christian Rach

Herr Rach, Ihre erste größere Geldanlage – erinnern Sie sich?
Rach: Ich bin ja mit wehenden Fahnen selbstständig geworden. Es war immer mein Ziel, mit 30 auf eigenen Beinen zu stehen. Das implizierte für mich auch, dass ich mich selbst um meine Altersvorsorge kümmern musste und das habe ich von Anfang an getan. Damals haben die Versicherungen in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung sogenannte „5+7-Regelungen“ angeboten. Man konnte fünf Jahre in eine Kapitallebensversicherung einzahlen und musste das Geld anschließend für sieben Jahre ruhen lassen. Nach zwölf Jahren gab es dann die Option, sich entweder für einen Einmalbetrag oder für eine Verrentung zu entscheiden. Das erschien mir verlockend, denn fünf Jahre war ein Zeitraum, den ich gut überblicken konnte. Ich habe dann mit der Versicherung die Summe definiert, die in den fünf Jahren zu erbringen war und von der ich mir vorstellen konnte, dass ich sie mir leisten kann.
Hat sich das für Sie rentiert?
Rach: Ja, das hat sich ausgezahlt. Ich habe damit Anfang der neunziger Jahre begonnen, das ganze war auch steuerfrei. Ich hatte gleich mehrere dieser Versicherungen und habe mich nach sieben Jahren jeweils für die Kapitalabfindung entschieden. Dieses Geld habe ich dann wieder investiert. Grundsätzlich habe ich geschäftliche Investitionen immer so abgesichert, dass im Falle des Scheiterns nicht meine persönliche Existenz gefährdet wäre. Die Altersvorsorge funktioniert in meinen Augen genauso: Wenn man nicht in den Genuss der staatlichen Altersvorsorge kommt, sollte man nicht Vabanque spielen, sondern mit einer Form von Sicherheit investieren.
Worin haben Sie noch investiert?
Rach: Wenn man als Unternehmer tätig ist und damit rechnen muss, dass sich die Wirtschaft und die Potenz der eigenen Geschäfte in Wellen bewegen, gehören Immobilien natürlich dazu. Auch da gab es interessante Investitionsmöglichkeiten, zum einen in eine selbstgenutzte Immobilie, zum anderen in gefördertes Wohnen. Ich habe beides wahrgenommen. Ich habe dabei nie auf anonyme Investments gesetzt, sondern habe mir die Immobilien angeschaut und überlegt, ob ich dort wohnen wollen würde. Das war immer die Grundlage meiner Entscheidung und das habe ich bis heute nicht bereut. Ganz merkwürdig finde ich, dass wir Deutschen so ein Problem mit Aktien haben. Es gibt nichts besseres in der Geldanlage als Aktien, denn man hat damit Teilhabe an der prosperierenden Wirtschaft.
Mit Anlageberatung oder ohne?
Rach: Ich bin zwar ein geldpolitisch sehr interessierter Mensch, aber mir fehlt die Zeit und die Kompetenz, mich selbst an den Börsen zu bewegen. Deshalb habe ich mein Engagement in Aktien an renommierte Fachleute übergeben, die das seit Jahren großartig machen. Da fühle ich mich sehr gut aufgehoben, gerade jetzt in der Corona-Zeit. Bei so wichtigen Themen wie der persönlichen Zukunft und der Alterssicherung sollte man sich aber zunächst mal kennenlernen und prüfen, ob man von der Lebens- und Investmentphilosophie her überhaupt zusammenpasst. Und das habe ich getan. Deshalb nochmals: bitte auch bei der Altersvorsorge genau prüfen, mit wem man da vertrauensvoll zusammenarbeiten möchte.

Das Gespräch führte Kim Brodtmann, Cash.

Krisen-Gewinner Immobilie

Altersvorsorge: Vertrauen in Immobilien steigt

Jeder zweite Berufstätige in Deutschland (51 Prozent) hat in Fragen der Altersvorsorge am meisten Vertrauen in ein eigenes Haus oder eine eigene Wohnung. Bei der gesetzlichen Rente ist das nur bei jedem Fünften (22 Prozent) der Fall. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage der HDI Lebensversicherung unter 3.633 Berufstätigen ab 15 Jahren. Unter insgesamt zehn zur Auswahl stehenden klassischen Möglichkeiten liegt die gesetzliche Rente damit hinter privaten Lebens- oder Rentenversicherungen, denen gut jeder Vierte am meisten vertraut (24 Prozent). Im Vertrauens-Ranking bedeutet dies für die gesetzliche Rente nur Platz drei.

Die Corona-Erfahrung hat bei diesen Einschätzungen deutlichen Einfluss, wie die Studie zeigt. So ist bei jedem dritten Berufstätigen in der Corona-Zeit das Vertrauen in eine eigene Immobilie als Altersvorsorge gestiegen. Bei Sparkonten und der gesetzlichen Rente hingegen hat jeder vierte Beschäftigte Vertrauen verloren.

Besonders interessant ist laut HDI die Einschätzung zu Wertpapieren. Insgesamt werden Aktien, Anleihen und Fonds heute von jedem fünften Berufstätigen (19 Prozent) als Form der Altersvorsorge genannt, zu der am meisten Vertrauen besteht. Sie liegen damit deutlich etwa vor Spareinlagen (14 Prozent) oder Wertgegenständen wie Gold oder Schmuck (13 Prozent). Bei jungen Berufstätigen und denen ab 65 Jahren sind die Vertrauenswerte für Wertpapiere sogar noch deutlich höher als bei den übrigen.

FOTOS: DPA/PICTURE ALLIANCE, SHUTTERSTOCK.COM

„Die Hoffnung stirbt zuletzt“

Cash.-Interview mit BVK-Präsident Michael H. Heinz über die Ankündigung der Bundesregierung, an ihrem Vorhaben festhalten zu wollen, die Aufsicht über Finanzanlagenvermittler auf die BaFin zu verlagern.

Die Bundesregierung strebt trotz des Wirecard-Skandals weiterhin eine Zentralisierung der Aufsicht über Finanzanlagenvermittler und Honorarberater bei der Finanzaufsicht BaFin an, wie aus der Antwort des Finanzministeriums auf eine Kleine Anfrage der Bundestagsfraktion der Linken hervorgeht. Überrascht Sie das?

Heinz: Nein, das überrascht uns nicht. Trotz zahlreicher Stellungnahmen, wie der des BVK, dass die Aufsichtsübertragung unnötige Doppelstrukturen bei den Industrie- und Handelskammern und der BaFin schafft, kaum Mehrwert generiert und die Finanzanlagenvermittler zusätzlich mit Bürokratie und Kosten belastet, verfolgt diese Bundesregierung unbeirrt das Ziel der Aufsichtsübertragung. Und das zu allem Überfluss vor dem Hintergrund des Wirecard-Skandals, bei dem die BaFin keine gute Figur gemacht hat.

Michael H. Heinz

Aus den Vorkommnissen um Wirecard folge „ein Bedarf hinsichtlich der Stärkung hoheitlicher Aufsichtskompetenzen im Bereich des Anlegerschutzes und der Finanzmarktaufsicht“, so die Bundesregierung. Können Sie das nachvollziehen?

Heinz: Ja, das können wir nachvollziehen. Aber die Frage ist doch, ob die seit Jahren bewährte Aufsicht über Finanzanlagenvermittler, die bei den örtlichen Industrie- und Handelskammern und Gewerbeämtern angesiedelt ist, dafür eingeschränkt und auf die BaFin übertragen werden soll. Das Gegenteil wäre doch richtig: Beibehaltung der bisherigen Aufsichtsstrukturen mit weniger Bürokratie und damit effizienter, anstatt die Schaffung von Doppelstrukturen, bei denen die Industrie- und Handelskammern und Gewerbeämter für die Sachkundeprüfung und die BaFin für die Finanzanlagenvermittlung zuständig ist.

Haben Sie noch Hoffnung, dass das Gesetz letztendlich doch nicht verabschiedet wird?

Heinz: Die Hoffnung stirbt bekanntlich zuletzt. Insofern haben wir noch einen Hauch an Zuversicht, dass das Bundesfinanzministerium von diesem Vorhaben ablässt. Aber die Signale, die aus Berlin kommen, stimmen uns nicht hoffnungsvoll.

Die Fragen stellte Kim Brodtmann, Cash.

Links liegen gelassen

Nur 25 Prozent der Versicherungsnehmer werden innerhalb von zwei Jahren von ihrem Vermittler oder Bankberater direkt hinsichtlich des Versicherungsbedarfs angesprochen. Das zeigt die neue Studie „Ansprachpräferenzen“ von Sirius Campus.

Weitere 16 Prozent erhalten laut Studie Anrufe aus der Zentrale ihrer Versicherungen und 14 Prozent von einem Mitarbeiter des Versicherungsbüros. Am häufigsten erhalten Versicherungskunden einen entsprechenden Brief (39 Prozent in zwei Jahren), um über Neuerungen oder Zusatzangebote mit den Kunden zu sprechen. E-Mail-Informationen haben sich inzwischen mit 17 Prozent in zwei Jahren auf Rang drei hochgearbeitet. Andere Digitalkontakte wie eine Nachricht über das Kundenportal, SMS oder über sozialen Medien oder eine traditionelle Kundenzeitschrift sind mit unter zehn Prozent kaum von Bedeutung.

Am erfolgreichsten ist die persönliche Ansprache des Kunden, entweder durch einen Vermittler oder Mitarbeiter des Versicherungsbüros oder durch Anrufe aus der Zentrale. Mehr als zwei Fünftel haben im Anschluss einen neuen Vertrag oder eine Leistungserweiterung bei ihrem Versicherer abgeschlossen. Für die Studie wurden über 2.000 Personen zwischen 18 und 69 Jahren befragt.

„Noch mehr Biss“

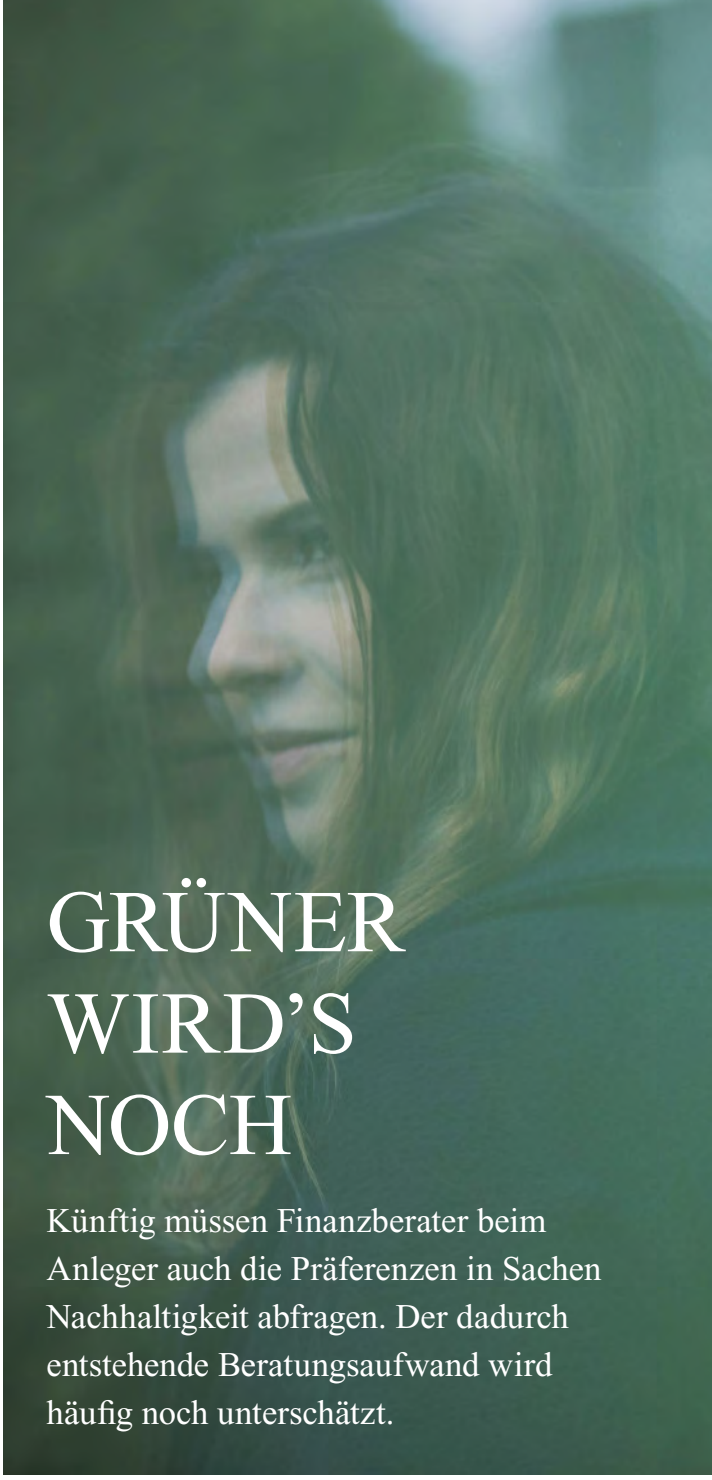
Olaf Scholz

Die Bundesregierung hat den Entwurf eines Gesetzes zur Verbesserung der strafrechtlichen Bekämpfung der Geldwäsche beschlossen.

Herzstück des Gesetzentwurfs ist der Verzicht auf einen selektiven Vortatenkatalog. Künftig kann jede Straftat Vortat der Geldwäsche sein. Dadurch soll die Kriminalitätsbekämpfung in diesem Bereich deutlich effektiver werden. Das gilt laut Bundesregierung insbesondere für den Bereich der organisierten Kriminalität, bei der Täter arbeitsteilig vorgehen und der Bezug zu bestimmten schweren Vortaten sich nicht immer feststellen lässt, so etwa bei der Rückverfolgung von verdächtigen Finanztransfers.

„Mit den neuen Regeln bekommt die Geldwäschebekämpfung noch mehr Biss. Es wird einfacher, Geldwäsche nachzuweisen und Kriminellen illegale Profite abzunehmen. Erstmals kann jede Straftat Vortat der Geldwäsche sein, das ist ein Paradigmenwechsel. Schmutzige Geldströme können wir so schneller und wirksamer trockenlegen“, sagte Bundesfinanzminister Olaf Scholz (SPD).

FOTOS: BVK, DPA/PICTURE ALLIANCE



GRÜNER WIRD'S NOCH

Künftig müssen Finanzberater beim Anleger auch die Präferenzen in Sachen Nachhaltigkeit abfragen. Der dadurch entstehende Beratungsaufwand wird häufig noch unterschätzt.

Das Verhältnis von „Fridays for Future" zur Finanzbranche kann man gut und gerne als angespannt bezeichnen. Zu Jahresbeginn plante die von Schülern und Studenten ausgehende Klimaschutz-Bewegung einen groß angelegten Klimastreik, der am 24. April in Frankfurt stattfinden sollte. Corona-bedingt wurde der Streik dann zwar von der Straße ins Netz verlagert, doch die Statements im Vorfeld waren mehr als deutlich: „Wir wollen mit zivilen Ungehorsam die Banken blockieren", kündigte Asuka Kähler an, einer der Sprecher von „Fridays for Future". Den Finanzsektor in Frankfurt bezeichnete die Bewegung als „zentralen Tatort der Klimakrise". Die Finanzinstitute investierten Milliarden in menschen- und klimafeindliche Projekte und entzögen sich jeglicher gesellschaftlicher Kontrolle. Damit würden sie „eine aktive Gefahr für Demokratie, Klima und Menschenrechte" darstellen. Wie ein Angebot zum Dialog klang das nicht.

Dabei ist das Thema Nachhaltigkeit mittlerweile durchaus auch in der Finanzbranche angekommen – wenngleich sie von den Kunden und der Politik mehr oder weniger sanft in die richtige Richtung geschubst werden musste. So hat sich die Nachfrage nach nachhaltigen Investments in den letzten Jahren deutlich erhöht. Zwischen 2014 und 2019 steigerte sich die Zahl der Assets in dieser Produktgruppe um 150 Prozent, der Marktanteil stieg um 100 Prozent. Zeitgleich ist der regulatorische Rahmen wesentlich konkretisiert worden. „ESG (Environment, Social, Governance, also Umwelt, Soziales und Unternehmensführung) ist inzwischen kein Fremdwort mehr und im Herzen der Finanzmarktdiskussionen angekommen. Wir sehen, dass viele Finanzmarktdienstleister der Angebotsseite wie Banken und Kapitalanlagegesellschaften sich dem Thema im Hinblick auf den sehr konkreten regulatorischen Rahmen klar zugewandt haben", erklärt Angela McClellan, Geschäftsführerin des Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG), ein Fachverband für nachhaltige Geldanlagen in Deutschland, Österreich, Liechtenstein und der Schweiz.

Unternehmen müssen künftig offenlegen, inwieweit sie selbst und ihre Produkte die ESG-Kriterien berücksichtigen

Zu den aufsichtsrechtlichen Maßnahmen, mit denen sich die Branche in Zukunft auseinandersetzen muss, gehören eine „Offenlegungsverordnung", eine „Taxonomieverordnung" und die Anpassung anderer Regelwerke wie beispielsweise der EU-Finanzmarktrichtlinie Mifid II. Die Offenlegungsverordnung tritt bereits im März 2021 in Kraft. Demnach müssen die Unternehmen künftig offenlegen, inwieweit sie selbst und ihre Produkte die ESG-Kriterien berücksichtigen. Sofern die Kriterien ganz oder teilweise nicht erfüllt werden, muss dies ebenfalls offengelegt und begründet werden. Die genauen Maßstäbe für nachhaltige Produkte und Unternehmen werden in der Taxonomieverordnung festgelegt, die allerdings erst Anfang 2022 in Kraft tritt, also fast ein Jahr nach der Offenlegungsverordnung.

„Die Regulierer haben auf das Thema nachhaltige Geldanlagen schon früh hingewiesen: Spätestens seit Bekanntmachung des EU-Aktionsplans 'Finanzierung nachhaltigen Wachstums' in 2018 wurde deutlich, dass nun die Finanzindustrie in die Pflicht genommen wird", so McClellan. In der Zwischenzeit sei viel passiert: „Die Verordnung des Europäischen Parlaments über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzsektor wurden im November 2019 veröffentlicht. Seitdem müssen sich Banken und Wertpapierdienstleister mit den im März 2021 eintretenden Offenlegungspflichten befassen. Die EU-Kommission feilt derweil an der Weiterentwicklung der Taxonomie, die bisher nur für die beiden EU-Klimaziele fertiggestellt ist. Voraussichtlich im Januar 2021 soll auch die Änderungsverordnung zu Mifid II zur verpflichtenden Nachhaltigkeitsabfrage in der Anlageberatung im EU-Amtsblatt offiziell veröffentlicht werden. Knapp über ein Jahr haben Makler dann Zeit, entsprechende Änderungen in den Beratungsprozessen vorzunehmen, bevor sie diese verpflichtend umsetzen müssen." Künftig müssen Finanzberater beim Anleger also auch die Präferenzen in

FOTO: DPA/PICTURE ALLIANCE

Luisa Neubauer, das deutsche Gesicht von „Fridays for Future“

Sachen Nachhaltigkeit abfragen und dürfen dann nur entsprechende Produkte anbieten. Der dadurch entstehende Beratungsaufwand wird aber häufig noch unterschätzt. „In Bezug auf das Interesse an ESG-Investments stelle ich bei Vermittlern drei Kategorien fest. Bei der einen Gruppe ist die Akzeptanz für nachhaltige Geldanlagen – wenn überhaupt – nur bedingt vorhanden. Demgegenüber gibt es einzelne Beratungsprofis, die sich schon recht lange auf nachhaltige Finanz- und Versicherungsprodukte spezialisiert haben“, erklärt Dr. Frank Ulbricht, Vorstand des Maklerpools BCA. „Zur dritten Gruppe gehören diejenigen Vermittler, die in der letzten Zeit begonnen haben, sich intensiver mit dem Thema auseinandersetzen. Hierbei stellen viele Berater während der Informationsphase fest, dass die Materie nachhaltige Geldanlagen in Verbindung mit ESG-Kriterien, UN-Nachhaltigkeitszielen und der richtigen Produktauswahl sehr komplex ist.“ Infolgedessen bringe die Thematik einiges an Aufwand und Einsatz mit sich.

„Es besteht ein hoher Qualifizierungsbedarf aufseiten der Berater, um eine qualitativ hochwertige Beratung zu nachhaltigen Anlageprodukten zu gewährleisten – denn Nachhaltigkeit geht über die bloße Anwendung von Ausschlusskriterien hinaus“, sagt auch McClellan. „Nachhaltige Anlagestrategien können komplex sein und mehrere Ansätze miteinander kombinieren. Es bedarf eines geschulten Auges und profundes Fachwissen, wie Nachhaltigkeitsinformationen zu bewerten sind. Nur so kann ein Produkt gefunden werden, das dem Wertegerüst des

Wolfgang Kuckertz, Going Public: „Technische Hilfen fehlen oft und Siegel sind so vielfältig, dass eine Überforderung entsteht."

Anlegers entspricht." Es sei jedoch auffällig, dass es vielen Anlageberatern an tiefgreifender Expertise zu der Ausgestaltung von ESG-Produkten fehlt. Eine Weiterbildungsoffensive für Produktanbieter und Anlageberater sei deshalb unerlässlich. Dr. Wolfgang Kuckertz, Vorstand der Going Public Akademie für Finanzberatung, beobachtet eine gewisse Ratlosigkeit bei den Vermittlern, wie sie konkret mit dem Thema umgehen sollen bzw. müssen. „Technische Hilfen fehlen oft und entsprechende Siegel sind so vielfältig, dass eine Überforderung entsteht. Hier Abhilfe zu schaffen ist eine der Hauptaufgaben von Technikanbietern, Pools, Instituten und Akademien."

Eine Aufgabe, der immer mehr Unternehmen aus der Finanzdienstleistungsbranche nachkommen, die Zahl der Weiterbildungsmöglichkeiten zum Thema Nachhaltigkeit nimmt stetig zu – so auch bei Going Public: „Zum einen arbeiten wir das Thema in unsere Standardschulungen ein. Zum anderen wird es im kommenden Jahr zielgerichtete Schulungskonzepte für die nachhaltige Geldanlage geben", kündigt Kuckertz an. Die BCA bietet ebenfalls verschiedene Serviceleistungen an. „Selbstverständlich gehören hierzu Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen. Ende letzten Jahres haben wir etwa unseren ESG-Gipfel an der Frankfurt School of Finance & Management für Vermittler angeboten, der sehr großen Zuspruch fand und schnell ausgebucht war", so Ulbricht. In diesem Jahr fand der ESG-Gipfel corona-bedingt nicht als Präsenzveranstaltung statt, sondern als Webinar. 2021 will die BCA Präsenzveranstaltungen, Workshops und Online-Seminare zum Thema Nachhaltigkeit anbieten.

Da die ESG-Faktoren für alle Berater Pflicht werden, scheidet das Thema Nachhaltigkeit künftig als Alleinstellungsmerkmal aus

Die Unterstützung der Vermittler erschöpft sich aber nicht in Weiterbildungsangeboten. So wurde beim Finanzvertrieb Plansecur eine Checkliste erarbeitet, mit der die Berater das Nachhaltigkeitsverständnis der Kunden herausarbeiten und dokumentieren können. „Es gibt bei uns ein Nachhaltigkeitsglossar und eine Zusammenstellung der maßgeblichen Ausschlusskriterien unserer als nachhaltig gekennzeichneten Kompassfonds in einer Übersicht. Darüber hinaus bieten wir unseren Beratern in jüngster Zeit zusätzlich die Teilnahme an zwei Lernplattformen zum Thema an und bereiten sie auf unseren internen Tagungen auf die kommende Pflicht vor", erklärt Geschäftsführer Johannes Sczepan. Für wie wichtig das Thema Nachhaltigkeit beim Mitbewerber MLP erachtet wird, zeigt schon die Tatsache, dass das Unternehmen vor kurzem die Stelle einer Nachhaltigkeitsbeauftragten neu geschaffen hat – Ines Löffler hat das Amt übernommen. „Bei MLP beschäftigen wir uns schon seit längerem mit Nachhaltigkeit, das Thema ist dementsprechend bereits fest in unserer Beratungspraxis integriert. So ist Nachhaltigkeit unter anderem ein Bestandteil in der Qualifizierung der MLP-Berater an unserer hauseigenen Corporate University. Bildungsangebote gibt es beispielsweise zur nachhaltigen Geldanlage oder zu nachhaltigen Versicherungsprodukten", sagt sie.

Das FNG bietet seit 2015 die Weiterbildung zu nachhaltigen Geldanlagen an, die mit einem Zertifikat abgeschlossen wird. „Darüber hinaus bieten immer mehr Anbieter Weiterbildungskurse oder Seminare an, in denen auf die Dreh- und Angelpunkte einer nachhaltigen Anlageberatung eingegangen wird", sagt McClellan. Doch sie warnt: „Viele der Angebote sind letztlich Produktwerbung, daher ist es für die Qualitätssicherung notwendig, einen produkt- und anbieterneutralen inhaltlichen Mindeststandard vorzuschreiben." Doch solange es den nicht gibt, müssen Berater und Vermittler selbständig versuchen, die Spreu vom Weizen zu trennen.

Nicht nur die Kunden würden von einem hohen Maß an Fachwissen profitieren. Berater mit Fachkenntnissen im Bereich verantwortungsbewusstes Investieren sind der Meinung, dass dies auch gut für ihr Geschäft ist. Dies zeigt eine globale Studie von Franklin Templeton und NMG Consulting, die die Einstellung von über 800 Finanzberatern und Finanzintermediären zu nachhaltigen Investitionen in zehn wichtigen Märkten weltweit untersucht hat. Demnach sehen 90 Prozent der Befragten in verantwortungsbewusstem Investieren eine Geschäftsmöglichkeit, darunter 42 Prozent, die es als „große Chance" ansehen. Alle befragten Finanzberater gaben ein wachsendes Interesse der Kunden an Anlageprodukten mit positiven ESG-Auswirkungen an, was im Einklang mit der wachsenden Besorgnis der Öffentlichkeit über Umweltfragen und Klimawandel steht. ESG-Produkte können also durchaus eine Möglichkeit sein, die Be-

FOTO: LUKAS FREY

1:1 ASSEKURANZSERVICE AG

Der Weg Richtung Zukunft bleibt digital.

Weiterentwicklung, Fortschritt und positiver Fokus

Das Jahr 2020 widmet die 1:1 Assekuranzservice AG den Schlagworten „schnell“, „digital“ und „effizient“. Starke Worte, die im Wandel der Zeit mehr denn je Bedeutung haben. Die 1:1 AG als SERVICEMAKLER bietet Ihren Vertragspartnern flexible und digitale Möglichkeiten für schnelles und effizientes Arbeiten. Vollautomatisierte Optimierungsmöglichkeiten gewährleisten effektiven und schnellen Bestandsaufbau. Mit dem elektronischen Maklerauftrag ist die Neukundenaufnahme leichter denn je. „Wir nutzen und bauen stets unsere digitalen Möglichkeiten weiter aus, siehe unseren neuesten Einsatz von künstlicher Intelligenz bei der Datenaufnahme. Damit ist unsere Attraktivität bei unseren Partnern gestiegen.“ sagt Thomas Maier, Vorstand Vertrieb & Service der 1:1 AG.

„Dabei schrauben wir unseren Servicestandard nach oben und nutzen den zeitlichen Vorteil der Digitalisierung, um im Service besonders zu punkten. Ein breites Portfolio zu bieten, um der Individualität des Versicherungsvertriebes gerecht zu werden, sowie höchsten Service mit Flexibilität und Kompetenz darzustellen, ist unser Selbstverständnis. Das sind die Pfeiler, die wir langfristig perfektionieren werden.“ führt Thomas Maier fort.

In dynamischen Zeiten ist Veränderung ausschlaggebend und definiert den Erfolg. Mit einem starken Team sowohl im Vertrieb als auch im Backoffice entwickelt sich die 1:1 AG weiter, bleibt fortschrittlich und damit positiv fokussiert auf dem Weg Richtung Zukunft!

In außergewöhnlichen Zeiten die richtigen Entscheidungen treffen

Mobiles Arbeiten, Online-Beratung und firmeneigene Rettungspakete gaben neuen Aufschwung und haben gezeigt, dass schnelle Veränderung möglich ist. Diese Erkenntnis beflügelt das Unternehmen weiterhin zunehmend! Motiviert wurde der digitale Wandel der 1:1 AG konsequent und zielführend umgesetzt. „Wir investieren und wollen den technologischen Fortschritt weiterhin leben. Dadurch gewährleisten wir den passiven Bestandsaufbau. Mit Hilfe unserer Online-Beratungssoftware lässt sich schnell und simpel eine Online-Beratung, ein Online-Meeting oder ein Recruiting-Gespräch binnen Sekunden umsetzen.“ sagt Thomas Maier. Und zusätzlich ganz bewusst: „Es geht nicht darum, zukünftig alles online zu machen, sondern gekonnt für die richtige Situation das passende Werkzeug zu nutzen.“

Die 1:1 AG ist sehr stolz darauf, Ihren Maklern auch in unsicheren Zeiten Unterstützung bieten zu können. Das ist die Verantwortung als starker Partner. Ein 1,2 Millionen € Rettungspaket half dabei. So bewies das Unternehmen Stabilität und Sicherheit in Krisenzeiten. In dieser Zeit wurden die internen Prozesse auf den Prüfstand gestellt und automatisiert. Der Kontakt via Online-Meetings ist schlagartig um 200% gestiegen.

„Die Corona-Pandemie hat uns darin bestätigt, die digitale Prozessoptimierung zu beschleunigen. Mit den neuen Technologien zur vollen Automatisierung des Geschäfts sowohl im privaten wie im gewerblichen Bereich, sind wir nachhaltig und zukunftsorientiert. Wir sind breit aufgestellt, liefern ein umfassendes Portfolio und zahlreiche Features, die uns von vielen Pools und Vertrieben unterscheiden, und dadurch ein Stück weit attraktiver machen für den Makler oder diejenigen, die es werden wollen. In Summe werden wir unser Unternehmen weiterhin für die Zukunft stark machen.“ sagt Thomas Maier abschließend.

Thomas Maier (Vorstand Vertrieb & Service), 1:1 Assekuranzservice AG

FOTO: 1:1 ASSEKURANZSERVICE AG

Kontakt: 1:1 Assekuranzservice AG, Berliner Allee 28, 86153 Augsburg, Tel: 0821/ 24 27 852 -0, E-Mail: info@1zu1.ag, Internet: www.1zu1.ag

ziehungen zu den Kunden zu vertiefen, da sie neue Gespräche über den grundlegenden Zweck der Investition ermöglichen. Als Alleinstellungsmerkmal allerdings fällt das Thema Nachhaltigkeit künftig aus. „Jetzt, wo ESG zur Pflicht für alle Marktteilnehmer geworden ist, kann man sich damit kaum noch differenzieren. Wer wie wir früher am Ball war bei diesem Thema, hatte sicherlich bessere Chancen, es als ein Alleinstellungsmerkmal zu nutzen“, sagt Sczepan. Richtig sei aber, dass Nachhaltigkeit ein sehr persönliches und emotionales Thema ist, das die Menschen losgelöst von Kosten und Kennzahlen berührt. „Gespräche darüber können in der Tat zu einer engeren Kundenbindung führen“, bestätigt er.

Ines Löffler, MLP: „Die Kunden frühzeitig informieren“

Wobei es für viele Berater ein schmaler Grat sein dürfte, die Kundenbindung über das Thema Nachhaltigkeit zu vertiefen, ohne die Kunden dabei zu überfrachten. Doch auch für dieses Problem gibt es Hilfestellung aus der Branche. „Einige informierte Kunden haben ein möglichst genaues Bild davon, welche Anlagen für sie als nachhaltig zu betrachten sind, bei anderen Anlegern bedarf es eines ausführlichen Gesprächs, um die eigenen Nachhaltigkeitspräferenzen zu ergründen“, sagt McClellan. Zu diesem Zweck arbeite das FNG in einer Arbeitsgruppe gemeinsam mit seinen Mitgliedern und externen Stakeholdern an einem Beraterbogen zur Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenz des Kunden im Beratungsgespräch. „Dieser ist als ‘Best-Practice’ zu verstehen und kann für eine praxisorientierte Nachhaltigkeitsberatung zurate gezogen werden, ohne den Kunden zu überfrachten. So umfasst der Beraterbogen Tipps für den Berater, wie er den Kunden an das Thema heranführen kann sowie eine Auflistung weiterführender Informationen und ist damit auch für Berater und Kunden ohne Vorkenntnisse zu dem Thema geeignet.“ Der Beraterbogen soll voraussichtlich bis zum Jahresende auf der FNG-Website bereitgestellt werden.

Bei Investmentgesellschaften, die bislang keine nachhaltigen Produkte im Angebot hatten, sollten Berater wachsam sein

„Die neue Offenlegungspflicht dient dazu, Kunden im Beratungsgespräch frühzeitig darüber zu informieren, wie Nachhaltigkeitsrisiken bei Investitionsentscheidung berücksichtigt bzw. bei einer Anlage- oder Versicherungsberatung einbezogen werden“, sagt Löffler. Wichtig sei, dass die Detailtiefe der Informationen den Marktbedürfnissen sowohl von Kunden als auch Unternehmen entspricht und als sinnvolle und hilfreiche Anlegerinformation ausgestaltet ist. Aus Sicht von Kuckertz sollte der Berater mehrstufig vorgehen: „In einer ersten Frage wird er das generelle Interesse an nachhaltigen Anlagen bzw. an den ESG-Kriterien pauschal erfragen. Bei einer Bestätigung der Frage kann er dann in die Tiefe gehen.“ Zum Beispiel stelle sich dann die Frage, ob nur nachhaltig oder auch sozial verantwortlich investiert werden soll. „Dabei sollte der Berater selber wissen, wie er das Problem für seine Kunden lösen möchte, damit er zielgerichtet die Wünsche des Kunden erfragen kann“, rät er.

Doch damit nicht genug: Grundsätzlich müssen Finanzberater immer wachsam sein und hinterfragen, ob das Investment wirklich nachhaltig ist oder ob es nur einen “grünen Anstrich” bekommen hat. Dies gilt besonders mit Blick auf Produkte von

Angela McClellan, FNG: „Hoher Qualifizierungsbedarf“

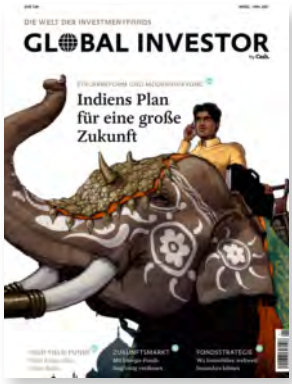
Banken und Investmentgesellschaften, die bislang keine oder kaum nachhaltige Kapitalanlagen im Repertoire hatten. Ist deren Sinneswandel ernst gemeint, können sie dafür vor allem Akzeptanz unter jüngeren Kunden erwarten, wie die Studie „Wie halten es die Anleger mit der Nachhaltigkeit?“ zeigt, die das Deutsche Institut für Altersvorsorge (DIA) unlängst gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut Insa Consulere aufgelegt hat. Demnach sind Jüngere eher der Auffassung, dass die frühere Unternehmensausrichtung und Produktstrategie einen Schwenk hin zu nachhaltigen Anlageprodukten nicht beeinträchtigt. „Die Jüngeren sind eher bereit, Banken und Fondsgesellschaften eine gewisse Wandlungsfähigkeit zuzugestehen. Bei den Älteren haben die längeren Erfahrungen mit bestehenden Geschäftsbeziehungen offenkundig tiefere Spuren hinterlassen“, erläutert DIA-Sprecher Klaus Morgenstern. Damit zeige sich wie auch an anderen Stellen der Untersuchung eines: „Es wird in den jüngeren Altersgruppen einfacher sein, mit nachhaltigen Anlageprodukten Aufmerksamkeit und Akzeptanz zu finden.“ Womit besonders die Generation „Fridays for Future“ gemeint sein dürfte.

Gerne hätten wir von der Klimaschutz-Bewegung erfahren, wie die Maßnahmen zur Stärkung der Nachhaltigkeit in der Finanzwirtschaft dort beurteilt werden. Doch unsere Versuche, ein Statement von „Fridays for Future“ zu erhalten, blieben bis Redaktionsschluss dieser Ausgabe leider erfolglos.

Kim Brodtmann, Cash.

FOTOS: MLP, FNG

Click and read!



www.globalinvestor.de

Martin Limbeck: „Eines steht fest. Die Digitalisierung geht nicht wieder weg."

JETZT DIGITAL NACHRÜSTEN!

Wir kaufen bei Google oder Apple unsere Musik, Apps, Abos für Streamingdienste und vieles mehr. Warum also nicht auch Versicherungen? Die Ergebnisse des aktuellen World Insurtech Reports 2020 von Capgemini und Efma belegen schwarz auf weiß, dass immer mehr Kunden bereit wären, Versicherungen bei BigTechs abzuschließen. Was das für Versicherungsvermittler bedeutet.

In Indien hat Amazon beispielsweise den ersten Schritt gemacht: Dort können Kunden über Amazon Pay Kfz- und Fahrradpolicen von Acko abschließen. Dabei handelt es sich zwar individuell gesehen nicht um große Summen – gemessen an der Bevölkerungsdichte Indiens könnte sich das ganze allerdings zu einem lukrativen Business für Amazon entwickeln. Zwar sind das nur „kleine" Verträge – doch gerade die funktionieren bei Vermittlern oftmals als Türöffner, um neue Kunden zu gewinnen. Aktuell ist das zwar in Deutschland noch Zukunftsmusik – doch wer weiß, wie lange? 2016 lag die Bereitschaft dazu noch bei gerade mal 17 Prozent, in den ersten vier Monaten dieses Jahres stieg sie jedoch von 36 auf 44 Prozent. Und das ist kein Zufall!

Im Frühjahr brach die Corona-Krise über uns herein – und was passierte? Gerade die Big Player am Markt haben bewiesen, dass sie enorm leistungsfähig sind und in Sachen Digitalisierung verstehen, wie der Hase läuft. Während unser soziales und berufliches Leben im Lockdown nahezu stillstand, versorgte uns Amazon weiter mit den wichtigsten Produkten. Zuverlässig, schnell und sicher. Unternehmen wie Microsoft, Apple

FOTO: PHILIP REICHWEIN

oder Zoom haben uns mit krisensicheren Prozessen, wahnsinnig schnellen Reaktionen und großartigem Customer Support zur Seite gestanden und unser Home-Office ans Laufen gebracht. Immer im Mittelpunkt des Interesses: ein hervorragendes Kundenerlebnis. Daher ist die aktuelle Entwicklung ein mehr als deutlicher Warnschuss, den klassische Versicherungsanbieter nicht ignorieren dürfen. Wer am Markt Bestand haben will, muss mit der Zeit gehen und die Themen Kundenzentriertheit, intelligente, digitale Prozesse und Produktflexibilität in den Fokus rücken.

Veränderte Informations-, Kommunikations- und Vertriebswege: Corona hat uns gezeigt, was plötzlich möglich ist, wenn es sein muss. Auch wir haben unser Business komplett ins Netz verlegt, die Mitarbeiter ins Homeoffice geschickt, wahnsinnig viele Online-Gespräche geführt – und sogar eine Ausbildung zum Certified Remote Seller für Verkäufer, Berater und Vermittler entwickelt. Bei den Kunden kam das super an. Und ich bin mir sicher: Die intensivere Nutzung der digitalen Kanäle wird sich nicht wieder zurückentwickeln. Genauso wenig wie die Erwartungen der Kunden. Sie haben jetzt erlebt, was machbar ist. Und wünschen sich diesen Service zukünftig in immer mehr Bereichen – natürlich auch von ihrer Versicherung.

Die Studie „Digitale Versicherung 2020“ des Softwareherstellers Adcubum legt allerdings nahe, dass es in Sachen Digitalisierung und Remote Working noch einigen Nachholbedarf gibt. Gerade einmal 30 Prozent der befragten Vermittler gaben an, zuhause genauso produktiv zu sein wie im Office. Befragt wurden zwar nur rund 300 Arbeitnehmer aus der Versicherungswirtschaft, ich gehe allerdings davon aus, dass dieses Bild symptomatisch für die gesamte Branche ist. Es gibt oftmals keine Anbindung ans Firmennetzwerk, viele Dokumente sind nicht digitalisiert und der Austausch mit Kollegen läuft eher holprig. Corona hat der Digitalisierung den nötigen Schubs gegeben – jetzt heißt es dranbleiben und nachholen, was in den letzten Jahren versäumt wurde!

Mehrheitlich wird online recherchiert und beim Vermittler abgeschlossen – noch

Ich habe den Eindruck, dass viele Versicherer und unabhängige Vermittler noch so ein bisschen darauf hoffen, dass bald wieder alles „normal“ sein wird. Doch wir wissen nicht, ob wir überhaupt wieder eine Art von Alltag wie vor Corona haben werden. Daher ist „Abwarten und Tee trinken“ definitiv die falsche Taktik!

Aktuell tägigen rund 53 Prozent der Deutschen, die vor 1975 geboren sind, täglich Einkäufe oder Bankgeschäfte online. So viel also zu dem Thema, dass das doch nur was für die Digital Natives ist. Und wir können davon ausgehen, dass sich diese Entwicklung durch die Coronakrise noch weiter beschleunigt hat. Und die Kunden sind auch durchaus bereit für einen Wechsel zu digitalen Angeboten! Rund 25 Prozent entschieden sich laut der GfK-Studie Customer Journey Insurance 2016 schon vor vier Jahren dafür, ihre Versicherung online abzuschließen – vorausgesetzt, es handelte sich um ein einfaches Produkt. Bei komplizierteren oder beratungsintensiveren Produkten besteht der Trend noch darin, dass die große Mehrheit der Kunden online recherchiert – für den Abschluss dann jedoch den klassischen Weg über den Vermittler wählt. Bis jetzt. Denn gerade die jüngere Zielgruppe ist unzufrieden mit der mangelnden Flexibilität der klassischen Versicherungsanbieter und wünscht sich schnelle, unkomplizierte und vor allem digitale Prozesse. Aus meiner Sicht sind es vor allem die folgenden fünf Stellschrauben, an denen Versicherer jetzt drehen sollten, um der aktuellen Entwicklung Rechnung zu tragen und den Kundenbedürfnissen entgegen zu kommen:

Fünf entscheidende To-Do‘s für Versicherer, um wettbewerbsfähig zu bleiben

Überzeugender Web-Auftritt: Ihre Website ist Ihre Visitenkarte im World Wide Web! Das wichtigste ist eine übersichtliche Struktur – denken Sie vom Kunden her. Wonach sucht er, was will er als Erstes wissen? Immer entscheidender wird auch eine schnelle Seite. Ist die Ladezeit zu lang, springen Website-Besucher ab und verschwinden auf Nimmerwiedersehen.

Einfache Terminvereinbarungen: Machen Sie es Interessenten so leicht wie möglich, mit Ihnen in Kontakt zu treten! Statt unzählige E-Mails hin- und herzuschicken oder telefonisch etwas zu vereinbaren, können Sie Ihren Kunden mit einem digitalen Terminkalender höchsten Komfort bieten. Der Kunde wählt seine Wunschuhrzeit aus, gibt seine Telefonnummer ein – und fertig. Und eine Anbindung an Ihren Terminkalender oder das CRM sorgt dafür, dass kein Termin mehr untergeht.

Online-Beratung: Wenn sich im Zuge der Krise ein klarer Trend entwickelt hat, dann Video-Telefonie und Remote Selling. Die Menschen haben sich daran gewöhnt – und haben festgestellt, dass sich auf diesem Weg viele Dinge deutlich zeitsparender klären lassen. Bieten Sie also nicht nur klassische Präsenztermine an, sondern geben Sie Ihren Kunden auch die Möglichkeit, sich online von Ihnen beraten zu lassen und Verträge auch direkt auf diesem Weg abzuschließen.

Customize: Ihre Kunden haben sich längst daran gewöhnt, sich online alles mögliche nach ihrem Gusto zusammenstellen zu können. Das Smartphone in der Wunschfarbe mit dem passenden Speicherplatz, das T-Shirt mit dem Wunschdruck, diverse Utensilien mit individueller Gravur und so weiter. Statt mit 08/15-Paketen punkten Sie mit Versicherungsbausteinen, die sie gemeinsam mit Ihren Klienten absolut passgenau und bedarfsgerecht zusammenstellen.

Online-Service: Ob Schadensmeldung, Änderung der persönlichen Daten oder Bescheinigungen über die bestehenden Versicherungen – machen Sie es Ihren Kunden so leicht wie möglich und integrieren Sie entsprechende Tools in ihre Website. Damit die Abwicklung dieser Standardthemen zukünftig schnell und unkompliziert erfolgen kann. Dann, wenn es für den Kunden gerade am besten passt.

Wir wissen nicht, was die Zukunft bringt. Eins steht jedoch fest: Die Digitalisierung geht nicht wieder weg. Und sie wird auch die Versicherungsbranche nachhaltig verändern. Sie haben es in der Hand, jetzt die Weichen zu stellen für begeisterte Kunden und eine langfristig erfolgreiche Zukunft.

Martin Limbeck ist Inhaber der Limbeck Group, Experte zum Thema Blended-Learning und Entwicklung von Lernkonzepten für Unternehmen sowie Business-Speaker und Verkaufsspezialist.

JÜNGERE HALTEN UMSTIEG AUF ESG-PRODUKTE EHER FÜR GLAUBWÜRDIG

Banken und Investmentgesellschaften, die bislang keine oder kaum nachhaltige Kapitalanlagen im Repertoire hatten, nun aber solche Angebote auflegen, können dafür vor allem Akzeptanz unter jüngeren Kunden erwarten. Älter halten dagegen den Wandel in der Produktpalette für unglaubwürdig. Das zeigt eine Studie des DIA.

Banken und Investmentgesellschaften, die bislang keine oder kaum nachhaltige Kapitalanlagen im Repertoire hatten, nun aber solche Angebote auflegen, können dafür vor allem Akzeptanz unter jüngeren Kunden erwarten. Diese halten einen solchen Wandel in der Produktpalette eher für glaubwürdig als Ältere.

Diese Einschätzung geht zurück auf die Studie „Wie halten es die Anleger mit der Nachhaltigkeit?“, die das Deutsche Institut für Altersvorsorge (DIA) unlängst gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut INSA Consulere auflegte. Danach sind Jüngere eher der Auffassung, dass die frühere Unternehmensausrichtung und Produktstrategie einen Schwenk hin zu nachhaltigen Anlageprodukten nicht beeinträchtigt.

Die Altersgruppen zwischen 16 und 55 Jahren sind mit einer, zum Teil allerdings sehr knappen relativen Mehrheit der Auffassung, dass Banken und Investmentgesellschaften, die bisher keine nachhaltigen Anlagen angeboten haben, trotzdem glaubhaft damit auftreten können. Diese relative Mehrheit liegt in einer Spanne von 34 bis 45 Prozent. Mit steigendem Alter sinkt die Zustimmung jedoch kontinuierlich.

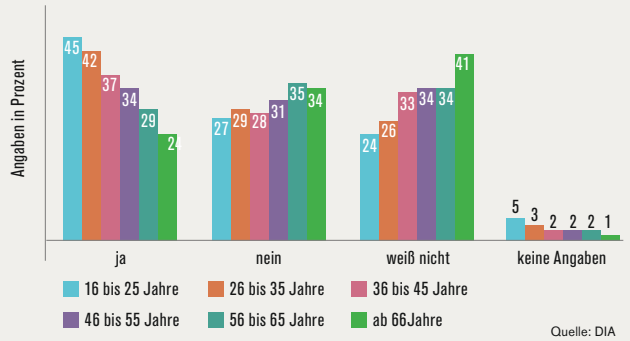
„Die Jüngeren sind demnach eher bereit, Banken und Fondsgesellschaften eine gewisse Wandlungsfähigkeit zuzugestehen. Bei den älteren haben die längeren Erfahrungen mit bestehenden Geschäftsbeziehungen offenkundig tiefere Spuren hinterlassen“, erläutert DIA-Sprecher Klaus Morgenstern.

Damit zeige sich wie auch an anderen Stellen der Untersuchung eines: „Es wird in den jüngeren Altersgruppen einfacher sein, mit nachhaltigen Anlageprodukten Aufmerksamkeit und Akzeptanz zu finden.“ Wie die Investmentinstitute allerdings die kapitalstärkeren Älteren überzeugen wollen, lässt das DIA unbeantwortet.

Jörg Droste, Cash.

Eine Frage der Glaubwürdigkeit

Können Banken und Investmenthäuser, die bisher keine ausgewiesenen nachhaltigen Anlagen angeboten haben, Ihrer Meinung nach glaubhaft als Anbieter nachhaltiger Anlageprodukte auftreten?



Quelle: DIA

DIA-Sprecher Klaus Morgenstern

FOTO: DIA / MICHAEL GOTTSCHALK

NOVEMBER 2020

Cash. EXTRA
BAUFINANZIERUNG & IMMOBILIEN

In Kooperation mit: Baufi24 · ING Deutschland · Starpool

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

Digital, transparent, schnell

Mit modernen Service-Tools sicher und komfortabel zu den eigenen vier Wänden

Frank O. Milewski,
Chefredakteur

Entwarnung

Das Aufatmen in der Baufinanzierungs- und Immobilienbranche ist unüberhörbar und vor allem lesbar. Viel wurde über den Sommer gemutmaßt, wie sich die Corona-Pandemie wohl auf das Geschäft von Banken und Brokern, die im Immobiliensegment unterwegs sind, auswirken wird. Zumindest für den Wohnimmobilienbereich lässt sich Entwarnung geben, wie zahlreiche Analysen über die Entwicklung des Geschäfts der letzten sechs Monate nahe legen. Mehr noch. So merkwürdig es klingt, aber in Teilen hat Corona dort sogar eine Art Sonderkonjunktur verursacht. Der Grund: Das Thema Homeoffice erlebt in diesen Monaten einen regelrechten Hype. Dort wo es geht, werden Tätigkeiten von daheim erledigt. Und das sorgt dafür, dass nicht wenige Deutsche ihre Wohnsituation neu bewerten und feststellen, dass sie doch nicht so ideal ist, wie ursprünglich angenommen. Das heißt, es fehlt sprichwörtlich an Raum, um das Büro nicht vom heimischen Küchentisch betreiben zu müssen. Es muss also eine größere Wohnung oder in Einzelfällen sogar ein größeres Haus her. Good news also für Finanzierer und Makler, bad news hingegen für den Markt, der schon jetzt und das seit Jahren kein adäquates Angebot bietet.

Nicht zuletzt dadurch kehrt sich allmählich auch ein anderer Trend um. Strebten in den vergangenen Jahren vor allem junge Familien in die Städte, gibt es jetzt wieder eine Tendenz, dass sich viele Deutsche vor den Toren vor allem der Großtädte den Traum von den eigenen vier Wänden erfüllen wollen. Noch ist dieser Trend nicht sehr stark ausgeprägt, aber die Immobielendienstleister melden zumindest einen Zuwachs der Nachfrage nach Domizilen auf dem Land unweit der Städte. Nicht zuletzt aufgrund des Homeoffice-Hypes, der vermutlich auch nach Abklingen der Pandemie in abgeschwächter weiter fortbestehen wird, ist eine Präsenz in der Nähe des Arbeitsplatzes – Digitalisierung sei Dank – nicht mehr zwingend erforderlich.

Ach ja, apropos Digitalisierung. Die hat durch die Pandemie ebenfalls einen Schub erhalten. Sowohl bei der Immobiliensuche und -auswahl als auch bei der Finanzierung von Objekten sind die Themen KI und Big oder Smart Data nicht mehr wegzudenken. Zu schnell müssen mittlerweile bei dem enger werdenden Angebot auf dem Immobilienmarkt Entscheidungen getroffen werden.

INHALT

86 **Wachstumstreiber Fehlender Freiraum**
Die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Veränderungen in der Arbeitswelt offenbaren bei vielen Deutschen Bedarf nach anderen Wohnverhältnissen.

90 **„Vermittler wollen das Amazon-Prinzip“**
Drei Branchenexperten diskutieren die Perspektiven des Immobilienmarktes und der Baufinanzierung während der weiter bestehenden Pandemie.

FOTO: FLORIAN SONNTAG

DSL

Zeitenwende für Finanzdienstleister?

Die Corona-Pandemie hat Deutschland hart getroffen und nicht nur Pessimisten mutmaßen, dass sich die rezessiven Tendenzen weiter verstärken. Natürlich hat das Folgen für Banken und Finanzdienstleister. Doch welche Maßnahmen helfen, unbeschadet oder sogar gestärkt aus der Krise hervorzugehen? Fakt ist: Die Coronakrise hat bei Kunden die Akzeptanz von Online-Tools deutlich erhöht. Funktionale digitale Prozesse und Beratungsmöglichkeiten sind daher Erfolgsfaktoren, die es ermöglichen, auch in komplizierten Zeiten erfolgreiche Kundengespräche zu führen und Abschlüsse zu generieren.

Hausaufgaben gemacht

Starpool und die DSL Bank waren in Sachen digitale Unterstützung für Vertriebspartner bereits vor der Krise gut aufgestellt. Während bei vielen Produktanbietern der Endkunde im Focus steht, treibt Starpool das Thema als B2B-Anbieter aus Vermittlersicht voran und unterstützt seine Partner in der gesamten Customer Journey. Die Palette reicht dabei von der Leadgewinnung über Chatfunktionen und einem Videoberatungstool bis zur automatisierten Unterlagenbeschaffung und Bonitätsauskünften nach PSD2-zugelassenem Verfahren. Die Partner von Starpool profitieren dabei vom Zugang zu mehr als 400 regionalen und überregionalen Darlehensgebern.

Potenziale nutzen

Das frühe Investment in die Digitalisierung hilft jetzt, das Geschäft effektiv zu managen. Unser Ziel ist, die großen Potentiale der Digitalisierung weiter auszuschöpfen und damit neue Wege für Vermittler und Kunden zu eröffnen. Der USP unserer Vermittlungspartner ist dabei ihre Flexibilität. Sie sind nicht an Schalteröffnungszeiten gebunden, sondern stehen dann zur Verfügung, wenn der Kunde Beratungsbedarf hat. Sie verbinden dabei die Themen digital und persönlich – je nach Kundenwunsch. Teil dieser konsequenten Weiterentwicklung ist übrigens der gemeinsam mit der DSL Bank geplante Start der papierlosen Baufinanzierung noch in diesem Jahr. Der Prozess reicht dabei von der ersten Kundenansprache bis zum ausgezahlten Darlehen mit integrierten Chatfunktionen, Informations- und Dokumentenaustausch sowie Videolegitimation und qualifizierter elektronischer Signatur. Die Originalunterschrift des Kunden auf Papier ist damit nicht mehr erforderlich.

Neue Perspektiven

Dieses Projekt ist konsequent, denn in Sachen Baufinanzierung gibt es Folgen der Pandemie, die neue Chancen eröffnen: Aktuelle Umfrageergebnisse der Postbank zeigen, dass die eigenen vier Wände sich in der Krise als Sicherheits- und Ruhepol bewährt haben. Eigentümer meistern die Herausforderungen des Lockdowns deutlich besser als Mieter. Interessenten denken darum jetzt anders über ein Immobilieninvestment nach und bewerten es neu. Die Geschwindigkeit eines papierlosen Prozesses in der Baufinanzierung kann für Kaufinteressenten angesichts der angespannten Marktsituation eine entscheidende Rolle spielen.

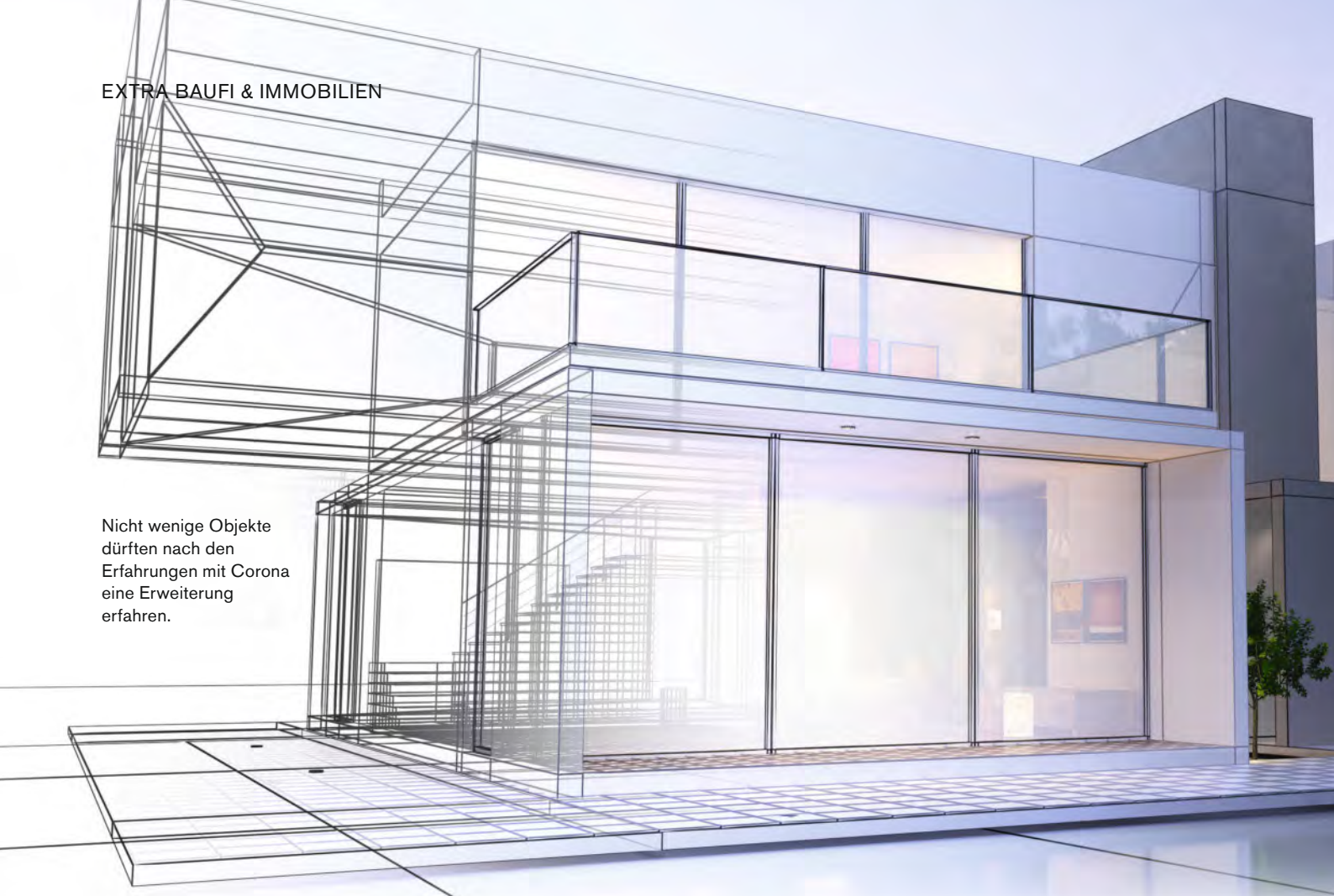
Harald Amendt

Investition in die Zukunft

Doch egal, ob nun das persönliche Gespräch, hybride Beratung oder die konsequente Nutzung digitaler Tools gefragt ist: Wir wollen unsere Vertriebspartner mit effizienten Services in die Lage versetzen, ihre Kunden dort abzuholen, wo sie stehen. Wir werden darum konsequent in digitale Weiterentwicklung und gleichzeitig in die aktive Unterstützung unserer Partner investieren. Nur wer die Krise als Chance begreift, digitale Transformationsprozesse aktiv weiter zu entwickeln, wird auch in der Zeit nach Corona dauerhaft auf der Gewinnerseite des Marktes stehen.

FOTO: DSL BANK/STARPOOL

Kontakt: Starpool Finanz GmbH, Harald Amendt, Geschäftsführer, Schwartauer Allee 92, 23554 Lübeck, E-Mail: Harald.Amendt@starpool.de, Internet: www.starpool.de



Nicht wenige Objekte dürften nach den Erfahrungen mit Corona eine Erweiterung erfahren.

WACHSTUMSTREIBER FEHLENDER FREIRAUM

Mit bangem Blick ging die Immobilien- und Baufinanzierungsbranche im März in den ersten Corona-Lockdown. Auch wenn die Pandemie wohl noch lange nicht beendet ist, hat sie sich auf diese beiden Segmente weit weniger dramatisch ausgewirkt als befürchtet.

Als im Frühjahr das öffentliche und private Leben weitestgehend heruntergefahren wurde, ging eine ganze Reihe von Branchen in den Notfallbetrieb, allen voran der Restaurant- und Hotelsektor und die Reise- und Flugbranche. Und auch für die Immobilienbranche waren die Prognosen nicht rosig. Geblieben ist davon nicht viel. Zumindest wenn man auf das Segment der Wohnimmobilien blickt, das sich laut IVD Research sehr stabil gezeigt hat und immer noch zeigt. Auf Basis der Daten aus dem ersten Halbjahr 2020 haben die Analysten drei deutliche Trends ermittelt. Erstens: Die Mietpreise steigen bundesweit nur noch im Rahmen der Inflationsrate. Zweitens: Eigentümer können sich über einen deutlichen Wertzuwachs ihrer Wohnung beziehungsweise ihres Hauses freuen. Dies ist besonders bei Einfamilien- und Reihenhäusern der Fall. Drittens: Die Kauf- und Mietpreise in Sachsen-Anhalt entwickeln sich stärker als im Bundesdurchschnitt. Die Werte für Bestandswohnungen mit mittlerem Wohnwert stiegen im bundesweiten Durchschnitt deutlich mit 7,5 Prozent (2019: plus 8,3 Prozent). Der durchschnittliche Kaufpreis liegt aktuell bei rund 2.330 Euro je Quadratmeter. In den Top-7-Städten fiel der Wertzuwachs mit 8,8 Prozent weiterhin stärker aus als im bundesweiten Durchschnitt. Aber auch dort zeigt sich ein leichtes Abflachen der Preiskurve (2019: plus 10,4 Prozent).

Dagegen hat sich der bundesweite Wertzuwachs für Einfamilienhäuser erhöht. Im Bestand mit mittlerem Wohnwert stiegen die Preise um 8,5 Prozent (2019: plus 6,6 Prozent) auf 417.000 Euro im bundesweiten Durchschnitt. Diese positive Entwicklung zeigt sich in diesem Jahr besonders in den Mittel- und Kleinstädten. „Der Wohnungsmarkt in Deutschland zeigt sich etwas weniger dynamisch als im Vorjahr, aber weiterhin sehr robust.

FOTO: SHUTTERSTOCK

Größere Corona-Effekte sind nicht festzustellen. Die hohe Kaufpreisdynamik belegt das anhaltend große Interesse nach Wohneigentum. Auffällig sind in diesem Jahr die positive Entwicklung bei Einfamilienhäusern und der Trend, vermehrt ins Umland ziehen zu wollen. Beides profitiert von der Corona-Krise. Junge Familien mit Kindern suchen sich mehr Freiraum und Sicherheit in den ländlicheren Regionen. Mit Homeoffice und flexibleren Arbeitsplatzmodellen erspart man sich Pendlerzeiten. Offensichtlich nimmt diese Verschiebung der Wohnungsnachfrage auch Druck von den Wohnungsmieten", sagt Jürgen Michael Schick, Präsident des Immobilienverbandes IVD.

Dass es aufgrund von Corona tatsächlich zu einer Stadtflucht kommt, wie oft gemutmaßt, kann zumindest Immoscout24 laut einer aktuellen Erhebung nicht bestätigen. Nach einem Rückgang der Kontaktanfragen im März 2020, erholten sich die Werte deutschlandweit in wenigen Wochen und über alle Segmente hinweg. Starke Nachholeffekte zeigten sich – sowohl auf dem Land als auch in der Stadt – im Juni 2020. Im Vergleich zum Vorjahr gingen auf Immoscout24 für Eigentumswohnungen auf dem Land 40 Prozent und in der Stadt 38 Prozent mehr Kontaktanfragen ein. Bei Häusern zum Kauf auf dem Land verzeichnete ImmoScout24 im Juni 2020 ein Plus von 36 Prozent, beim Pendant in der Stadt ein Plus von 28 Prozent. Seit August haben sich die Nachfragewerte wieder eingependelt und lagen auf oder leicht über dem Vorjahresniveau. „Der Immobilienmarkt verändert sich nicht von heute auf morgen. Die vielfach vorhergesagte Stadtflucht blieb bislang aus. Vor allem Mietimmobilien in der Stadt sind weiterhin begehrt – und werden es voraussichtlich bleiben. Denn auch wenn zwischenzeitlich die Menschen verstärkt nach Kurzvermietungen auf dem Land gesucht haben, heißt das noch nicht, dass sie der Stadt den Rücken kehren und ihren Lebensmittelpunkt aufs Land verlegen. Es spricht vieles dafür, dass die Reisebeschränkungen dazu geführt haben, dass sich Menschen innerhalb Deutschlands nach Alternativen umgeschaut haben. Als sich im August und September die Lage normalisierte, pendelten sich auch die Nachfrage-Ausschläge wieder ein", so Dr. Thomas Schroeter, Geschäftsführer von Immoscout24.

Und trotzdem hat Corona zu einer Veränderung geführt, die wohl besonders von Baufinanzierern und Banken mit viel Wohlwollen betrachtet wird. „Nach unseren Erkenntnissen beschleunigt sich die Nachfrage nach den eigenen vier Wänden sogar noch. Laut einer aktuellen Umfrage der BHW Bausparkasse ist die eigene Immobilie als Sicherheits- und Ruhepol für viele jetzt immens wichtig. Zudem meistern Immobilieneigentümer eine Krise wie diese bei weitem besser als Mieter", so Harald Amendt, Geschäftsführer von Starpool. Laut BHW haben fast doppelt so viele Mieter wie Eigentümer (19 Prozent zu 10 Prozent) ihre Wohnsituation während des Corona-Lockdowns als belastend empfunden. Besonders gestört hat 31 Prozent der Mieter und 20 Prozent der Eigentümer, dass sie kaum Kontakt zu ihren Nachbarn halten konnten. 15 Prozent der Bewohner von Mietwohnungen vermissen Grün rund ums Haus, gegenüber drei Prozent der Haus- und Wohnungsbesitzer. Vielen Berufstätigen mangelt es an Platz für ein Homeoffice – dies hat 13 Prozent der Mieter, aber nur drei Prozent der Eigentümer zu schaffen gemacht. Wer nicht in eigenen vier Wänden lebt, klagt laut den Ergebnissen der Erhebung häufiger über fehlende Rückzugsmöglichkeiten. Unter den Mietern fehlt Frauen doppelt so häufig wie Männern (23 Prozent zu 10 Prozent) persönlicher Freiraum für sich. „Je beengter die Wohnverhältnisse, desto größer der Wunsch nach Unabhängigkeit und individuellen Gestaltungsmöglichkeiten", stellt Henning Göbel, Vorstandsvorsitzender der BHW Bausparkasse, fest. Dies gilt vor allem für die jüngeren Deutschen bis 40 Jahre, von denen aktuell 69 Prozent zur Miete wohnen. 38 Prozent nehmen sich unter dem Eindruck der Krise vor, Wohneigentum zu erwerben.

Damit einhergehend hat auch der Bausektor keinen Einbruch erlebt. Im Gegenteil: „In unmittelbarer Nähe meines Wohnorts gibt es ein Neubaugebiet. Dort hat aber die Bautätigkeit auch in den Wochen nach Beginn der Pandemie eher zu- als abgenommen. Das war für mich einer der sichtbaren Indikatoren dafür, dass der Markt sich weiter auf dem bestehenden Niveau mindestens stabilisiert. Es gab mal zwei, drei Wochen, in denen es etwas ruhiger war, aber danach ist die Finanzierungstätigkeit wieder hoch gegangen", weiß Thomas Hein, Leiter Immobilienfinanzierung bei ING Deutschland.

Wie es in den kommenden Wochen weitergeht, kann niemand seriös vohersagen. Zum Redaktionsschluss wurde erneut heftig über neue Lockdowns diskutiert. Ob die Baufinanzierungs- und Immobiliensegmente dann auch wieder stabil daraus hervorgehen, hängt sicherlich auch von der individuellen wirtschaftlichen Situation der Deutschen ab. Würde Kurzarbeit und anderer Support den Arbeitsmarkt erneut wirksam entlasten, könnte es erneut eine hohe Zahl von Bauwiligen geben, die sich den Traum von den eigenen vier Wänden erfüllen wollen.

Frank O. Milewski, Cash.

Digital first hieß es im Rahmen des Baufi-Talk bei Cash. (von links oben nach links unten): **Michael Lorenz**, Geschäftsführer Baufi24, **Harald Amendt**, Geschäftsführer Starpool, und **Thomas Hein**, Leiter Immobilienfinanzierung ING Deutschland

„VERMITTLER WOLLEN DAS AMAZON-PRINZIP"

Die Segmente Baufinanzierung und Wohnimmobilien sind bislang vergleichsweise gut durch die von Corona verursachte Krise gekommen. Cash. sprach mit drei Branchenexperten über die Gründe, die weiteren Perspektiven der Segmente sowie über die Chancen der Digitalisierung für Berater und Vermittler und aktuelle Projekte.

FOTO: FLORIAN SONNTAG

Die Corona-Krise ist das beherrschende Thema in diesen Monaten. Aus der Immobilienwirtschaft ist immer wieder zu hören, dass das Segment davon wenig bis gar nicht betroffen sei. Teilen Sie diese Auffassung?

Hein: Die gegenwärtigen Entwicklungen bei Gewerbeimmobilien auf der einen und Wohnimmobilien auf der anderen Seite unterscheiden sich deutlich. Gerade die Perspektiven bei Büroimmobilien sind stark eingetrübt. Konzentriert man sich auf den Wohnimmobilienmarkt, sehen wir keinerlei Rückgang in unserem Geschäft, die Preise steigen nach wie vor. Ein Einbruch ist in der Tat nicht zu erkennen, im Gegenteil. Natürlich sind sind wir im März, als wir erstmals mit dem Corona-Thema konfrontiert wurden, davon ausgegangen, dass das Geschäft nicht so weiterlaufen wird. In unmittelbarer Nähe meines Wohnorts gibt es ein Neubaugebiet. Dort hat aber die Bautätigkeit auch in den Wochen nach Beginn der Pandemie eher zu- als abgenommen. Das war für mich einer der sichtbaren Indikatoren dafür, dass der Markt sich weiter auf dem bestehenden Niveau mindestens stabilisiert. Es gab mal zwei, drei Wochen, in denen es etwas ruhiger war, aber danach ist die Finanzierungstätigkeit wieder hoch gegangen.

Amendt: Ich sehe es genau so. Wir haben keinerlei Einschränkungen im Privatwohnungsbau erlebt, auch wenn hier und da eine Entscheidung vielleicht etwas länger reifen musste. Bei Starpool haben sich die Umsätze hervorragend entwickelt. Bei gewerblichen Immobilien werden hingegen sicher Veränderungen eintreten. Sei es aufgrund von Insolvenzen oder in Bezug auf die Frage, ob aufgrund der Zunahme von Homeoffice oder Jobsharing Büroimmobilien im gegenwärtigen Umfang überhaupt noch benötigt werden. Ein paar kleine Einschränkungen gab es natürlich hier und da im Frühjahr, als es in vielen Teilen Europas drei Monate einen Produktionsstillstand gab. Wer beispielsweise Fliesen aus Italien haben wollte, der hat sie heute tendenziell immer noch nicht. Das sind aber keine Einschränkungen, die die grundsätzliche Markeinschätzung betreffen oder die Auswirkungen auf die Preisentwicklung haben. Die Auswirkungen auf die Bau- oder Modernisierungstätigkeiten waren definitiv gering. Im Hinblick auf die Corona-Gesamtsituation sind das Kleinigkeiten. In Summe haben wir ein fortgesetztes Wachstum.

Lorenz: Bei Baufi24 können wir auch nicht von Einbrüchen berichten, ganz im Gegenteil. Wir sind im ersten Halbjahr sogar um fast 90 Prozent gewachsen. Was tut sich da draußen? Wir sehen inzwischen natürlich bei einigen Berufsgruppen, die durch Kurzarbeit betroffen sind, dass dort eine gewisse Zurückhaltung herrscht. Dafür gibt es dieses Hemmnis bei anderen nicht. Insofern können wir im Moment noch keinerlei nachteilige Entwicklungen erkennen, erwarten diese aber auch nicht.

Die eigene Immobilie steht für die meisten Deutschen ganz oben auf ihrer Wunschliste. Hat die Coronakrise etwas daran geändert?

Amendt: Nach unseren Erkenntnissen beschleunigt sich die Nachfrage nach den eigenen vier Wänden sogar noch. Laut einer aktuellen Umfrage der BHW Bausparkasse ist die eigene Immobilie als Sicherheits- und Ruhepol für viele jetzt immens wichtig. Zudem meistern Immobilieneigentümer eine Krise wie diese bei weitem besser als Mieter. Wir sehen, dass sich insbesondere bei jungen Mietern die Anzahl derer, die Eigentum erwerben wollen, fast verdoppelt hat. Wenn der Wunsch nach der eigenen Immobilie bereits vor der Krise ganz oben auf der Agenda stand, ist diese Position jetzt quasi zementiert worden.

Hein: Ich kann das nur unterstreichen, die Nachfrage ist nach wie vor deutlich höher als das Angebot, das führt auch dazu, dass die Preise nicht sinken, sondern stabil bleiben oder vielleicht sogar noch ein wenig weiter klettern werden. Insbesondere die starke Zunahme der Tätigkeit im Homeoffice wird dazu führen, dass viele Deutsche mit ihrer derzeitigen Wohnsituation nicht zufrieden sind und sich vielleicht vergrößern wollen oder sogar aus den Ballungszentren wieder in die angrenzenden Regionen ziehen, um sich dort das Haus zu leisten, das ihren Wünschen entspricht. Das mag dann sogar ein wenig die Nachfragesituation in den Ballungszentren entspannen, ohne dass es aber wohl einen senkenden Effekt auf die Preise haben dürfte.

Harald Amendt: „Es sind die Rahmenbedingungen, die zum Stolperstein auf dem Weg zur eigenen Immobilie werden."

Lorenz: Ich bin mir noch nicht ganz sicher, ob sich dieser vermeintliche Trend auch durchsetzt, ob wir tatsächlich erleben werden, dass sich das Wohnen grundsätzlich anders darstellen wird. Auch weiß ich nicht, ob das Thema Homeoffice für alle Zeiten in Stein geschlagen ist. Kurzfristig bin ich überzeugt davon, dass wir ein wenig Bewegung sehen werden. Dass Menschen aus der Stadt vielleicht in die Randbezirke ziehen, um dort die Räumlichkeiten zu finden, die sie suchen. Nach wie vor ist aber das Angebot deutlich kleiner als die Nachfrage. Und es gibt ausreichend viele Kapitalanleger, die zusätzlich alles wegkaufen, was der Markt im Angebot hat. Wenn morgen der Impfstoff kommt und Corona vom Tisch ist, dürften sich auch viele Themen erledigt haben, die wir jetzt noch intensiv diskutieren.

Ganz grundsätzlich und losgelöst von Corona gefragt: Mehr als zehn Jahre Nullzinsen liegen hinter uns, mit entsprechend niedrigen Bauzinsen und einer großen Darlehensnachfrage. Dennoch sprechen wir immer noch darüber, dass Deutschland ein Mieterland ist. Warum hat sich trotz der positiven Rahmenbedingungen die Eigentumsquote offensichtlich noch nicht nachhaltig verbessert? Wie kann Deutschland hier endlich das Ruder herumreißen?

Hein: Aus meiner Sicht hilft es nur, mehr Möglichkeiten zu schaffen. Vielleicht geschieht das jetzt, dass das Angebot erweitert wird, etwa über die Bereitstellung von Bauland etc., das dann auch von mehr Menschen bezahlt werden kann. Andernfalls sehe ich kaum Chancen, die Situation nachhaltig zu verbessern und den Anschluss an unsere Nachbarn in Europa zu schaffen. Gerade das Thema Arbeitsplatzsicherheit spielt im Moment eine große Rolle und wirkt sich nicht unbedingt positiv auf eine Erhöhung der Eigentumsquote aus. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen müssten sich schon signifikant verbessern, um hier mehr zu bewirken.

Amendt: Der wesentliche Punkt, der sich immer wiederholt, ist das fehlende Angebot. Solange keine Objekte da sind, kann sich auch die Quote nicht verbessern. Es sind die Rahmenbedingungen, die zum Stolperstein auf dem Weg zur eigenen Immobilie werden. Der Gesetzgeber fordert hohe Standards, er ärgert uns mit komplexen Baunormen, uneinheitlichen Regelungen zur Grundsteuer und einem Bürokratiewust – das treibt die Preise nach oben, das hält Investoren und vor allem aber private Bauherren davon ab zu kaufen. Nicht zuletzt, weil die Preise dadurch auch immer weiter steigen. Das ist kein Krisenphänomen, sondern ein grundsätzliches Problem. Der politische Wille, etwas zu verändern, ist eher limitiert. Zwar steht im Koalitionsvertrag, den die Regierung 2017 beschlossen hat, dass sie sich dem Thema Reform der Grunderwerbssteuer beschäftigen will. Passiert ist indes so gut wie nichts. Allein in Nordrhein-Westfalen zahlt man 6,5 Prozent Grunderwerbssteuer. Von den geplanten Freibeträgen, mit denen der Wohnungsbau gefördert werden sollte, fehlt bis heute jede Spur. Wer jetzt eine Eigentumswohnung erwerben oder bauen will hat nicht selten Nebenkosten, die beinahe 100.000 Euro betragen. An diesen Rahmenbedingungen muss dringend gearbeitet werden. Die Standards dürfen nicht noch weiter verschärft werden, die Nebenkosten müssen wieder sinken. In der Folge werden wir dann auch zu höheren Eigentumsquoten kommen.

Lorenz: Die Preise haben in der Tat primär Einfluss auf das Thema Eigentumsquote und neben der Tatsache, dass die Nebenkosten dramatisch hoch sind, haben wir natürlich auch das Problem, dass die Kosten für den Bau von Immobilien inzwischen wirklich ausufern. Wir sehen, welche Quadratmeterpreise mittlerweile in Hamburg aufgerufen werden. Das ist für den Mittelstand kaum noch zu leisten. Insofern ist es schwierig, eine enorme Drehzahl auch in das Thema Eigentumsquote zu bekommen. Ich sehe das im Moment nicht. Ich kann auch nicht erkennen, ob etwa fünf Prozent weniger bei den Nebenkosten, das Thema wirklich befeuern könnte. Die Bau- und Grundstückskosten sind einfach enorm und auch die Kunden sind sehr anspruchsvoll. Das alles hat natürlich seinen Preis.

Noch einmal zurück zu den Folgen von Corona. Vielfach wurde und wird darüber berichtet, dass Banken ihre Richtlinien zur Kreditvergabe verschärft haben. Stimmt das? Herr Hein, haben Sie ihre Vergaberichtlinien angepasst?

Hein: Ja, wir haben sie angepasst, aber nicht wirklich signifikant. Wir haben in den Ausläufen ab 90 Prozent von der Risikoseite her ein paar Veränderungen vorgenommen und wir haben auch in den Beleihungen etwas getan. Aber das hat letztendlich nicht dazu geführt, dass wir weniger Geschäft bekommen haben und es hat deshalb auch keinen Abbruch am Markt gegeben.

Amendt: Grundsätzlich haben wir auch keine großen Veränderungen wahrgenommen. Es hat ein paar wenige Institute gegeben, die sehr schnell reagiert haben, insbesondere auch bei den gewerblichen Finanzierungen. In unserem Kerngeschäft allerdings, in der privaten Immobilienfinanzierung, hat es anfangs ein paar Irritationen zum Umgang mit Kurzarbeitergeld gegeben. Es gab auf einmal viele Kurzarbeiter und wir haben uns gefragt: Ist das jetzt Corona-Kurzarbeitergeld und erledigt sich das bald wieder? Oder müssen wir das generell einpreisen? Grundsätzlich haben wir aber keine signifikanten Verschärfun-

FOTO: ANNA MUTTER

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

ING
Die Bank und Du

gen in den Kreditrichtlinien der Banken wahrgenommen.

Lorenz: Auch wir sehen das so. Es gibt ein paar Institute, die ein wenig mehr reagiert haben, andere haben es nicht getan. Wir haben eher festgestellt, dass die Verarbeitungszeiten teilweise sehr stark nach oben gegangen sind, sich bei einigen Instituten teilweise sogar verdoppelt haben. Das ist durchaus nachteilig, insbesondere für das Geschäft in den Ballungsräumen, da muss es met einer Kreditzusage oft sehr schnell gehen.

Über welche Zeiten reden wir diesbezüglich im Schnitt?

Hein: Bei der ING sind es derzeit 14 Tage, hoffentlich aber bald wieder deutlich weniger.

Lorenz: 14 Tage ist für eine ING in der Tat lang, ein wesentliches Argument für eine ING ist eigentlich ganz klar die Schnelligkeit und nicht zwingend der Preis oder die Provision. Das würden wir uns in der Tat anders wünschen. Und auch bei einigen anderen Partnern sind die Zeiten hochgegangen. Aber ich denke, wenn zwei Drittel der Mannschaft im Homeoffice arbeitet, dann gibt es einfach auch einen erhöhten Abstimmungsbedarf, der letztendlich Zeit kostet.

Hein. Wobei die aktuelle Situation zumindest bei uns nicht auf das Thema Homeoffice zurückzuführen ist. Ich habe es eingangs erwähnt, wir haben dieses Jahr deutlich höhere Antragszahlen, als im letzten Jahr. Das heißt, bezogen auf den Plan waren wir anders aufgestellt. Der Vorstand hat sehr schnell reagiert und noch während des Lockdowns zugestimmt, deutlich mehr Mitarbeiter einzustellen. Aber all das braucht in Krisenphasen Zeit und auch die Einarbeitung der neuen Kollegen ist natürlich kein Selbstgänger. Der eigene Anspruch ist selbstverständlich ein anderer und wir arbeiten hart daran, dort wieder das Niveau zu erreichen, das man von der ING erwarten kann.

Herr Amendt, sind Ihnen die Bearbeitungszeiten auch zu lang?

Amendt: Es dauert eigentlich immer zu lange. Wir haben allerdings auch festgestellt, das es Unterschiede gab oder gibt. Nicht selten haben wir sehr stark von persönlichen Kontakten profitiert, die uns dann schneller eine Zusage erteilt haben. Es hat sich aber ein wenig dahingehend verändert, dass einige Anbieter, die früher vielleicht wegen eines zu hohen Zinssatzes den Vorgang nicht bekommen haben, jetzt aufgrund der höheren Geschwindigkeit zum Zug kommen. Aus diesem Grund hat sich der Wettbewerb ein wenig verschoben. Das A und O ist aber in jedem Fall eine funktionierende und schnelle IT, damit das Geschäft auch in Krisen wie diesen reibungslos weiterläuft.

Apropos IT. Die Coronakrise hat es sehr schnell erforderlich gemacht, die Digitalisierung rasch voranzutreiben. Wo lagen dabei die größten Herausforderungen und wie digitalaffin sind Ihre Partner mittlerweile?

Amendt: Für uns war es gar nicht so herausfordernd, weil wir uns bereits seit Jahren mit dem Digitalisierungsthema befasst und den Partnern Mittel und Möglichkeiten an die Hand gegeben haben, die Beratungs- und Antragsprozesse zu optimieren. Es hat sich in der Coronazeit gezeigt, dass wir damit auf das richtige Pferd gesetzt haben. Die jüngeren Berater haben immer schon sehr technikaffin gearbeitet, ganz gleich, ob sie aus der Bank kamen oder aus der freien Wirtschaft. Den älteren Kollegen mussten wir etwas mehr unter die Arme greifen, was aber auch gut funktioniert hat, weil auch sie bereits dafür sensibilisiert waren. Geholfen hat dabei auch die Aufstellung unseres Gesellschafters DSL-Bank, der seit zehn Jahren kein Papiergeschäft mehr annimmt und immer wieder betont, wie wichtig eine digitale Antragsstrecke ist.

Hein: Wer bis dato nichts digital vorbereitet hatte, der hat natürlich die neuen Anforderungen nicht auf die Schnelle realisieren können. Ich glaube, die Plattformen und auch wir waren aber sehr gut vorbereitet, was die technischen Möglichkeiten angeht. Als der Lockdown da war, wurden diese Features auch angenommen, die wir vorher immer in der Kommunikation nach vorne gestellt haben. Das war ein echter Härtetest, den die Systeme auch mit Bravour bestanden haben. Gerade wegen der technischen Anwendungen, die wir vorgehalten haben, konnten wir auch deutlich mehr Anträge erhalten. Und das ist etwas, was wir hoffen, beizubehalten. Unsere digitale Antragsstrecke, die wir derzeit testen, muss für den Kunden so nutzbar sein, wie er sich das vorstellt. Deshalb nehmen wir uns die Zeit und gehen auch immer wieder in die Diskussion mit unseren Kunden, um die Strecke zu optimieren. Ich glaube allerdings nicht, dass wir künftig darüber mehr als 50 Prozent unseres Geschäftes bekommen werden. Der Kunde möchte immer noch, in welcher Form auch immer, eine persönliche Beratung haben.

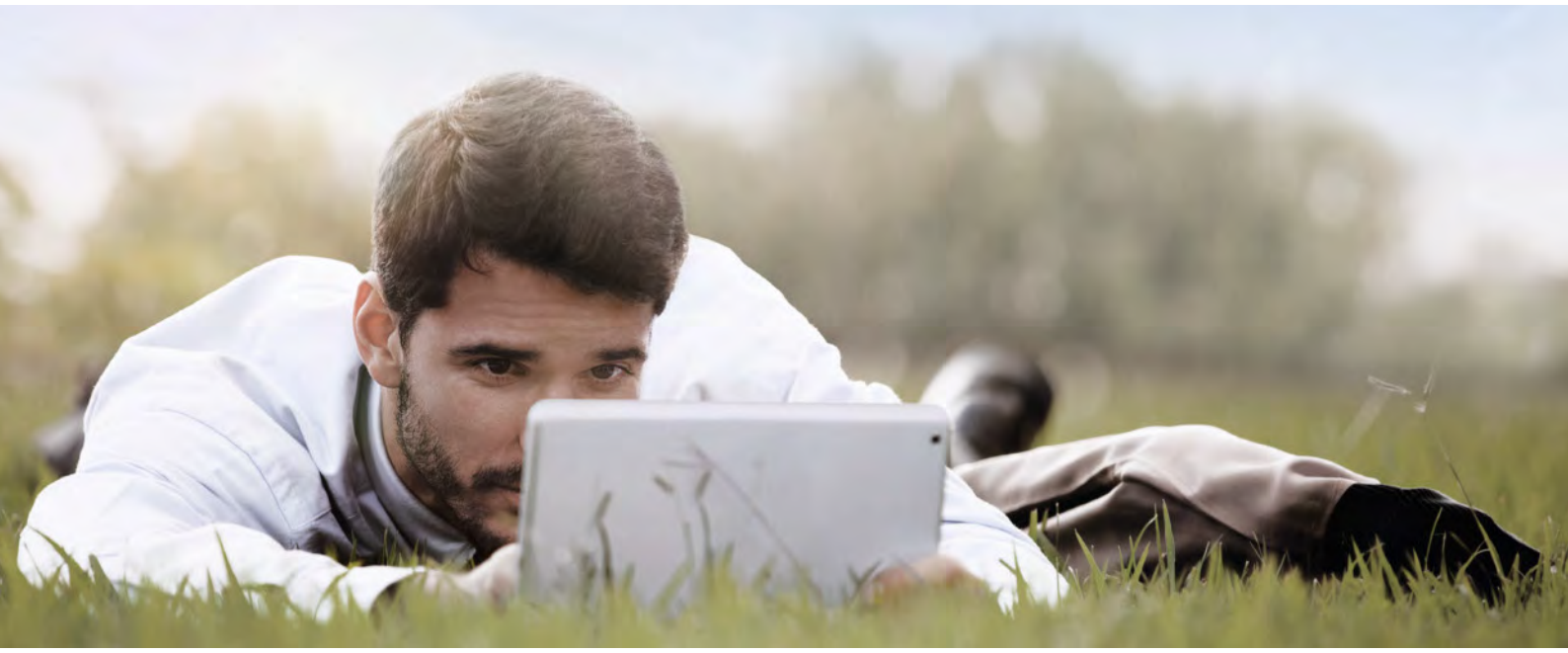
Michael Lorenz: „Die Verarbeitungszeiten sind teilweise stark nach oben gegangen."

Lorenz: Anfänglich waren es eher digitale Teilbereiche, mittlerweile verdichten sich die Themen jedoch auf der digitalen Ebene sehr stark. Auf der einen Seite die Kundenantragsstrecke, die seit 14 Jahren ausnahmslos digital ist, auf der anderen Seite das Thema Plattform, wobei es aber immer zumeist noch den Bruch am Ende der Kette gibt und es bei vielen Partnern nicht gänzlich digital läuft. Wir beschäftigen uns sehr mit dem Thema CRM, sowohl für den Berater als auch für den Kunden, weil wir verstanden haben, dass der Kunde im Prozess gern mitarbeiten möchte. Herunterladen, hochladen etc., sind nur erste Themen. Und auf der Vermittlerseite arbeiten wir intensiv an der automatisierten Verwaltung der Kundenpipeline, was gerade wenn die Mengen im Vorlaufgeschäft steigen, sehr

FOTO: FLORIAN SONNTAG

FREIRAUM NUTZEN

Mit einem Pool voller Möglichkeiten.



Starpool ist die Plattform für Finanzdienstleistungen, mit der Sie Ihren Kompetenzbereich und Ihre Attraktivität im Markt spielend ausweiten können. Heute vertrauen über 10.000 Finanzdienstleister auf Starpool – und das aus gutem Grund:

- Zugriff auf das Angebot aller wichtigen Produktgeber der Baufinanzierungsbranche sowie auf das umfangreiche Portfolio der DSL Bank
- Sicherheit, immer das günstigste Produkt und die günstigste Finanzierungslösung nutzen zu können – unter Berücksichtigung von KfW-Förderprogrammen

Beratungsunterstützung durch:

- Digitale Selbstauskunft für Ratenkredite und Baufinanzierungen
- Fördermittelauskunft online
- Immobiliensuche über alle elektronischen Immobilienportale
- Endkundendialogsystem

Kommen Sie jetzt ins Starpool Team und profitieren Sie von einer der besten Finanzdienstleistungsplattformen der Branche!

Telefon: 0451 70750-0 · E-Mail: info@starpool.de
www.starpool.de

STARPOOL

wichtig ist. Wir haben jetzt ein achtköpfiges KI-Team bei uns an Bord, mit denen wir auch über die künstliche Intelligenz Daten im CRM verarbeiten warden. Das soll den Berater sehr stark dabei unterstützen, automatisiert höhere Abschlussquoten zu realisieren, Fälle einzuschätzen und auf der anderen Seite aber auch in Richtung Bank Hilfestellung zu leisten.

Amendt: Wir haben den Fokus da ganz klar auf den Berater und nicht auf den Endkunden gelegt. Wir wollen dem Berater Services zur Verfügung stellen, damit er die Fälle digital abwickeln kann. Deshalb sind wir sehr bemüht, eine vollständig digitale Antragsstrecke anzubieten, die weit vor den eigentlichen Antragsplattformen beginnt. Wir haben bereits eine Chatbox für den Berater, über die er mit dem Kunden kommunizieren kann, lange bevor der erste Antrag geschaltet ist. Wir haben das digitale Hochladen von Unterlagen, den Unterlagenaustausch realisiert. Wir haben Tools, mithilfe derer man eine digitale Kontoabfrage einbinden kann. Im Laufe des Jahres werden wir mit unserem großen Partner DSL-Bank diese komplett digitale Antragsstrecke realisiert haben. Dann muss

Thomas Hein: „Die grüne Baufinanzierung ist bei uns ganz oben auf der Agenda."

wirklich kein Stück Papier mehr gedruckt werden, an keiner Stelle des Antragsprozesses. Das ist für uns die Zukunft. Die einzelnen digitalen Bausteine helfen dem Berater schon heute. Doch auch wenn dieser bereits recht digital unterwegs ist, herrscht bei vielen Produktgebern noch immer der Papierwald vor. Da wird sich aus meiner Sicht zukünftig ein anderer Wettbewerb ergeben, denn in der digitalen Welt heißen die Schlüsselbegriffe Geschwindigkeit und Transparenz. Das sind ganz wichtige Kriterien für den Berater, der nach dem Amazon-Prinzip zu jeder Zeit wissen will, wie der Status innerhalb seines Antragsprozesses ist.

Das Jahr 2020 liegt in den letzten Zügen, wenn wir auf 2021 blicken, was sind da Ihrer Meinung nach die entscheidenden Faktoren im Segment der Baufinanzierung? Wie beurteilen Sie beispielsweise die Zinsentwicklung?

Hein: Ich sehe auf absehbare Zeit keine deutlich höheren Zinsen. Es mag mal Schwankungen geben, aber die werden aus meiner Sicht nicht signifikant sein. Die europäische Zentralbank kann es sich mit Blick auf den Verschuldungsgrad und auch in Bezug auf die Coronakrise gar nicht leisten, dass die Zinsen nach oben gehen. Wir sehen es auch in Amerika bei den Entscheidungen der FED, die hier auch von längerfristig niedrigen Zinsen ausgeht.

Lorenz: Mittelfristig oder langfristig kann es sicher nur aufwärts gehen. Umgekehrt sehe ich auf absehbare Zeit aber auch weder Null- oder gar Minuszinsen in der Baufinanzierung. Stand heute gibt es keine Faktoren, die dafür sprechen, dass die Zinsen eklatant steigen werden. Und selbst wenn wir kleine Zinsschritte sehen sollten, dann auf einem so niedrigen Niveau, dass es nach wie vor sehr, sehr günstig bleibt zu finanzieren.

Amendt: Es ist viel Liquidität im Markt. Auf der anderen Seite gehen immer mehr Banken dazu über, Hinterlegungsgebühren auf Giro- und Tagesgeldkonten zu verlangen – deshalb glaube ich persönlich nicht an große Veränderungen. Aber ich bin kein Volkswirt und Starpool ist keine Bank – daher würde ich bei dieser Frage lieber den Kollegen von den Finanzinstituten das Feld überlassen.

Was erwarten Sie beim Stichwort Nachhaltigkeit, das im nächsten Jahr einen sehr hohen Stellenwert haben soll und vermutlich auch haben wird?

Lorenz: Ich könnte mir vorstellen, dass im Bauwesen eine Menge mehr getan werden muss, was wahrscheinlich ein weiteres Mal zu Preiserhöhungen führen wird. Nachhaltigkeit hat leider ihren Preis. Das lässt sich wohl nicht vermeiden.

Amendt: Die Digitalisierung, die wir schon seit langem betreiben und begleiten hat auch etwas mit Nachhaltigkeit zu tun. Wir haben unseren Partnern nicht zuletzt Zugriff auf die größte deutsche Förderdatenbank in Verbindung mit dem Energieberaternetzwerk gewährt und beobachten, dass dies sehr gut genutzt wird. Dabei ist es gar nicht einfach, sich dort zurecht zu finden. Schließlich sind um die 6000 Förderprogramme bundesweit hinterlegt und beinahe eben so viele verschiedene Antragsformulare. Das heißt, es gibt sehr viel Aufklärungsbedarf. Und auch diesbezüglich erwarte ich eine nachhaltige Verbesserung. Es sollte bundesweit einheitliche Standards geben, dass beispielsweise nicht in einem Landkreis die Förderbedingungen an anderen Stellen verhaftet sind als im Landkreis zehn Kilometer weiter. Eine Harmonisierung ist hier dringend erforderlich. Schließlich kostest der Aufwand nicht nur den Berater viel Geld, sondern auch die öffentliche Hand.

Hein: Die grüne Baufinanzierung ist bei uns ganz oben auf der Agenda. Wir schauen uns unser Portfolio an und überlegen, wie wir dort das Portfolio an Finanzierungen, die wir gemacht haben, grüner gestalten können. Das wird sicherlich in den nächsten Jahren mit entsprechenden Maßnahmen noch weiter unterstützt. Derzeit denken wir auch darüber nach, die Themen Energieeffizienz und Energieberatung noch stärker in die Baufinanzierungsberatung zu integrieren. Damit lässt sich noch einmal ein Mehrwert für den Kunden erzielen.

Das Gespräch führte Frank O. Milewski, Cash.

FOTO: ANNA MUTTER

ING

Digital gut beraten

Christopher Wintrich, Berater Digitale Immobilienfinanzierung bei der ING Deutschland.

Was genau macht eigentlich ein Berater Digitale Immobilienfinanzierung bei der ING?
Im Prinzip genau das, was der Vermittler braucht. Zu Beginn meiner Tätigkeit bei der ING haben wir unsere Partner gefragt, wo der ‚digitale Schuh' am meisten drückt. Heute bin ich in ganz unterschiedlichen Themenbereichen unterwegs. Die einen benötigen eine Website als Visitenkarte. Die anderen wollen mit ihrer Webpräsenz mehr Kunden gewinnen. Und die dritten planen einen Social-Media-Auftritt und suchen ein Konzept. Hier gebe ich ganz persönliche Hilfestellung. Oft bin ich auch einfach nur Sparrings-Partner, wenn es um ganz allgemeine Fragen zur IT-Ausstattung oder zur künftigen IT-Sicherheit geht.
Sind die jungen Vermittler – Stichwort Generation Y und Z – digitaler als die älteren?
Das kann man so nicht sagen, sicherlich stehen sie digitalen Themen offener gegenüber als ihre Vorgänger-Generationen. Am Ende ist der Umgang mit der Digitalisierung, so meine Einschätzung, immer auch eine Einstellungssache. Habe ich Lust auf neue Themen? Passt die digitale Anwendung zu mir und meinen Zielen? Natürlich muss sich jeder Vermittler immer wieder klar machen: Wenn ich nicht mit der Zeit gehe, dann gehe ich mit der Zeit.
Welche digitalen Features bietet Ihre Bank zur Beratung an?
Für die Abwicklung des Tagesgeschäfts profitieren unsere Vermittler vom eHyp-Partnerportal. Für die Antragsbearbeitung bieten wir eine fallbezogenen Upload-Funktion, im Kundenkontakt unterstützen wir unter anderem mit einem Liveberatungstool auf Screen-Sharing-Basis oder mit einem Link, über den der Kunde seine für das Gespräch wichtigen Unterlagen schon vor dem Gespräch hochladen kann. Darüber hinaus können sich Vermittler bei uns über Webinare fortbilden bzw. sich Leads auf unserer digitalen Empfehlungs-Plattform ‚mein-baufinanzierungsberater.de' generieren. Wir bieten unseren Vermittlern über mich eine Beratung zu digitalen Potenzialen anbietet.
Wo sehen Sie die digitalen Hauptbaustellen im Vermittlermarkt?
Ein Schwerpunkt liegt in der eigenen regionalen Vermarktung via Webseite und Social-Media. Aber auch beim Suchen und Finden einer passenden CRM-Software ist noch viel Potenzial nach oben. Ein weiteres wichtiges Thema ist die digitale Vorqualifizierung von Kunden – hier gibt es tolle Technologien, die das erste Beratungsgespräch punktgenauer, schneller und damit auch effizienter über die Bühne gehen lassen.
Sie bieten Ihren Vermittlern eine digitale Weiterbildung an – wie sieht das Programm aus?
Die Nachfrage ist hoch, weshalb wir unser Webinar-Programm jetzt auch zur „Digitalisierung" unserer Vermittler ausbauen möchten. Wir werden künftig besonders digitale Vermittler online schulen und dazu ein Testat erstellen. Unser Ziel ist es, unsere Partner digital so fit zu machen. Wie wichtig das ist, zeigt sich aktuell in Zeiten von Corona.
Was kann ein Vermittler selbst tun, um sich für die digitale Zukunft fit zu machen?
Nicht ängstlich sein, sondern einfach mal ausprobieren. Wir wollen Vermittler ermutigen, selbstständig ‚ihr Ding' zu machen. Sich bei Facebook anmelden kann ein erster Schritt sein. Sich eine eigene Website bauen – gerne auch mit professioneller Hilfe. Oder ein Seminar in digitaler Kommunikation besuchen. Am Ende geht es darum, immer wieder an seiner digitalen Reife zu arbeiten. Das ist viel und nicht immer einfach – aber dafür gibt es ja uns. Wir unterstützen jeden Einzelnen, damit er bei diesem Thema seine Prioritäten richtig setzt.
Angenommen, Sie haben 3 digitale Wünsche für Ihre Vermittler frei, welche wären das?
1. Nicht warten, sondern starten. Sich etwas trauen, ausprobieren. Und wenn es nicht klappt, die nächste digitale Lösung steht schon bereit.
2. Sich selbst nicht zu ernst nehmen. Das gilt besonders für den Bereich Social-Media. Sich als Person mit Stärken zeigen, aber auch mit Ecken und Kanten. Einem ‚menschlichen' Vermittler traut man auch gerne die Baufinanzierung an.
3. Für sich selbst werben. Gerade jetzt, wo die Filialen immer weniger werden, ist es höchste Zeit, auf sich aufmerksam zu machen. Denn bei aller Digitalisierung ist sicher: Der persönliche Kontakt wird in der Baufinanzierung auch künftig eine wichtige Rolle spielen.

Kontakt: Partnervertrieb ING Deutschland, Tel: 069 / 50 60 30 99, E-Mail: partner-werden@ing.de, Internet: www.ing.de/partner

FOTO: FRITZ PHILIPP

Corona beeinflusst Hausbesitzer positiv

Coronakrise: Bereitschaft für Investitionen in das Eigenheim gestiegen

Quelle: infas quo im Auftrag der Bausparkasse Schwäbisch Hall mit 1.024 Befragten. Frage der Studie: Was sind Ihre Hauptbeweggründe, um energetische Modernisierungsmaßnahmen an Ihrer Immobilie umzusetzen? (Mehrfachnennung möglich)

Die letzten Monate haben gezeigt: Sich zu Hause wohlzufühlen, ist wichtiger denn je. Denn egal, ob während des Lockdowns oder im Homeoffice – man verbringt deutlich mehr Zeit in den eigenen vier Wänden. Welche Auswirkungen die Corona-Pandemie auf die eigene Immobilie hat, zeigt eine aktuelle Studie des Marktforschungsinstitutes infas quo im Auftrag der Bausparkasse Schwäbisch Hall. Welchen Stellenwert haben die eigenen vier Wände während der Corona-Pandemie? Schwäbisch Hall hat bei rund 2.200 Deutschen nachgefragt: Gerade Eigenheimbesitzer sind derzeit besonders glücklich. Zwei Dritteln der Immobilienbesitzer wurde während der letzten Monate bewusst, welche Vorteile die eigenen vier Wände mit sich bringen. Da das Freizeitangebot durch die aktuellen Corona-Schutzmaßnahmen mitunter eingeschränkt ist, bleiben sie häufiger zu Hause und schätzen ihren dortigen Freiraum.

Neuer Chef von Barings in Deutschland

Barings, einer der weltweit größten Immobilien-Investmentmanager, richtet sein Deutschlandgeschäft neu aus und konzentriert sich zukünftig ausschließlich auf die eigenen Investment-Management-Mandate. Das Asset-Management-Geschäft für Dritte wird in ein neues Unternehmen ausgelagert. Sascha Becker wird neuer Country Head Germany von Barings. Die Neuausrichtung geht vor allem auf den Erfolg beim Ausbau des eigenen Investment-Management-Geschäfts zurück: Für paneuropäische Investment-Strategien stehen Barings mehr als drei Milliarden Euro zur Verfügung, davon allein eine Milliarde Euro für den deutschen Markt. Das Kapital steht für Core-, Value Add- und opportunistische Strategien zur Verfügung.

Im Zuge der Neuausrichtung wird Barings Deutschland das gesamte nicht zum Kerngeschäft gehörende Drittkunden-Asset-Management- und Dienstleistungsgeschäft an Sonar Real Estate GmbH, eine neue unabhängige Asset-Management-Gesellschaft, auslagern. Mit den Standorten München, Berlin und dem Hauptsitz in Frankfurt wird Barings in Deutschland weiterhin alle Schlüsseldisziplinen eines Investment-Managers erbringen: vom Ankauf über Asset Management, Projektmanagement und Projektentwicklung bis zum Verkauf. Sascha Becker, bislang Managing Director und Head of Frankfurt, ist seit dem Jahr 2015 bei Barings tätig. In dieser Zeit baute er das Transaktions- und Asset-Management in der Region Mitte erfolgreich aus und verantwortete Transaktionen von insgesamt rund zwei Milliarden Euro.

Sascha Becker

Immobilienkäufer werden immer jünger

Vor dem Hintergrund steigender Immobilienpreise wird den jüngeren Immobilieninteressenten wenig Kaufkraft zugetraut. Doch aktuelle Zahlen einer Kurzstudie der Finanzierungsplattform Europace AG zeigen eine überraschende Tendenz. So beleuchtet die aktuelle Kurzstudie das durchschnittliche Alter von Käufern von Wohnungen und Häusern bei Bestandsimmobilien und Neubauten. Dabei belegen die Plattformdaten, dass Käufer von Immobilien nicht älter, sondern tatsächlich jünger werden. Für die Veränderung der Käufergruppen gebe es gute Gründe, wie ungünstige Mietbedingungen in den Ballungszentren, finanzielle Anreize, wie das Baukindergeld, aber natürlich auch die historisch niedrigen Bauzinsen. Finanzierungsangebote von unter einem Prozent lassen auch verstärkt junge Singles mit höherem Einkommen nach einer eigenen Immobilie Ausschau halten. Die Zahlen von Europace belegen nun diesen Trend. Die Studie analysiert dabei einen Zeitraum von acht Jahren und unterscheidet bei den Käufergruppen zwischen Eigenheimnutzern und Kapitalanlegern. Anhand der Plattformzahlen von 2012 bis heute kann das Expertenteam eine klare Tendenz in Richtung jüngerer Käufer aufzeigen. Die Publikation aus dem Haus der Hypoport-Tochter Europace AG steht kostenfrei zum Download im Studienbereich des Firmenblogs Europace Report zur Verfügung.

FOTO: XX BARINGS, GRAFIK: BAUSPARKASSE SCHWÄBISCH HALL

One Group startet Debüt mit Soravia

Mit ProReal Private 2 bringt One Group die erste Emission mit der neuen Muttergesellschaft.

Malte Thies

Das Angebot richtet sich als Private Placement an semi-professionelle Investoren. Die Vermögensanlage soll wie alle Vorgängerprodukte Mezzanine-Finanzierungen für Wohnungsbauentwicklungen ausreichen. Durch den Zugriff auf die 3,3 Milliarden Euro große Projektpipeline der Muttergesellschaft Soravia sind beim ProReal Private 2 neben deutschen Metropolen erstmals auch Projektfinanzierungen in österreichischen Ballungszentren möglich, heißt es in einer Mitteilung der One Group.

Das Private Placement ist auf fünf Jahre ausgelegt und plant eine laufende Verzinsung von 7,0 Prozent pro Jahr ab Juli 2021 bei vierteljährlichen Zahlungen. Frühzeichner erhalten bis zum 30. Juni 2021 eine Verzinsung von 6,0 Prozent pro Jahr. Die Mindestzeichnung beträgt 200.000 Euro zuzüglich 1,5 Prozent Agio. Die Emission ist wie die Vorgängerprodukte der ProReal-Serie als nachrangige Namensschuldverschreibung strukturiert.

„Die Nachfrage von Investoren ist noch einmal spürbar gewachsen. Sie suchen rentable und nachhaltige Anlagemöglichkeiten. Der stabile Wohnungsmarkt in deutschen und österreichischen Großstädten mit seinem strukturellen Nachfrageüberhang ist eine attraktive Option. Auf der anderen Seite sind Projektentwickler zunehmend auf alternative Fremdkapitalquellen angewiesen. Banken agieren bei der Kreditvergabe krisenbedingt und aus regulatorischen Gründen sehr zurückhaltend. Die ProReal-Angebote bringen beide Seiten zum gegenseitigen Vorteil zusammen“, erläutert Malte Thies, Geschäftsführer der One Group.

Darüber hinaus plant die One Group mittelfristig weitere Anlageprodukte. Neben einem Retail-Produkt in Form einer nachrangigen Namensschuldverschreibung ist auch erstmalig eine Inhaberschuldverschreibung in Vorbereitung. „Parallel zur geografischen Expansion weiten wir nunmehr auch unsere Produktpalette strategisch aus. Wir möchten unterschiedlichen Anlegern und Finanzexperten maßgeschneiderte Investment-Vehikel mit einer gewohnt verlässlichen Performance bieten“, so Thies. Die One Group ist im Juli von dem Projektentwickler Soravia aus Wien übernommen worden, nachdem die vorherige Muttergesellschaft und Projektpartnerin Isaria Wohnbau aus München den Großteil ihrer Projektpipeline an den Immobilienkonzern Deutsche Wohnen verkauft hatte.

Extra-Geld für HTB-Anleger

Alle Zweitmarkt- und Handelsimmobilienfonds des Asset Managers HTB aus Bremen haben laut einer Unternehmensmitteilung im Frühjahr/Sommer 2020 ihre Halbjahresauszahlungen in Höhe von fast 8,5 Millionen Euro vorgenommen. Den Anlegern einiger der Zweitmarkt-Immobilienfonds wurden zudem im September Sonderauszahlungen von insgesamt mehr als 3,3 Millionen Euro gutgeschrieben. Spitzenreiter ist der HTB 1, der 10,5 Prozent zusätzlich leistet. Dessen Anleger haben damit bisher im Jahr 2020 Auszahlungen von insgesamt 25,5 Prozent erhalten.

Die Sonderauszahlungen seien das Ergebnis der Managementstrategie von HTB. Die Gruppe setze bei ihren Zweitmarktfonds neben der klassischen Buy&Hold-Methode auch auf Beteiligungen, die durch zeitnahe Verkaufschancen von Immobilien der Zielfonds Mehrerlöse generieren können. „Aufgrund unserer hauseigenen Datenbank und unserer Immobilienexpertise können wir schon vor dem Ankauf einer Beteiligung diejenigen Zielfonds identifizieren, die gute Chancen auf zusätzliche Verkaufserlöse bieten“, so Dr. Wolfgang Wiesmann, Aufsichtsratsvorsitzender der HTB.

Bloxxter bringt erste Digital-Emission

Marc Drießen

Das Hamburger Start-Up Bloxxter hat sein erstes Projekt in die Platzierung gegeben. Angeboten wird eine qualifiziert nachrangige tokenbasierte Schuldverschreibung, also eine digitale Emission, mit einem maximalen Gesamtnennbetrag von 39 Millionen Euro. Das Geld wird mittelbar in zwei Immobilien in Leipzig investiert: Das “Städtische Kaufhaus” und das “Reclam-Carrée”.

Bloxxter stellt eine Rendite von drei Prozent pro Jahr in Aussicht. Die Investition pro Anleger beträgt mindestens 500 Euro. Sie ist ausschließlich Online auf der Plattform bloxxter.com möglich. Für Finanzvermittler habe das Unternehmen “ein exklusives Tippgeber-Programm entwickelt”, heißt es in der Mitteilung zum Emissionsstart. Token bedeutet übersetzt “Wertmarke” und entspricht einem digitalen Berechtigungs- oder Anteilsschein.

CEO und Gründer von Bloxxter ist Marc Drießen. Er ist in der Sachwertbranche kein Unbekannter und hat langjährig in den Chef-Etagen verschiedener Asset Manager gesessen, unter anderem bei HGA Capital, Hesse Newman sowie zuletzt bei Hansainvest. Drießen war zudem Mitglied im Vorstand des ehemaligen Branchenverbands BSI. Nun ist er Geschäftsführer der Bloxxter GmbH in Hamburg. Diese ist eine Tochter der Bloxxter AG mit Sitz in Zug (Schweiz), die wiederum zu 15 Prozent mittelbar Drießen gehört. 85 Prozent der Bloxxter-Aktien hält der Immobilienunternehmer und -investor Norbert Ketterer.

FOTO: ONE GROUP, BLOXXTER

NEUER SCHWUNG FÜRS EEG?

Die Ausbau der Erneuerbaren Energien in Deutschland ist ins Stocken geraten, vor allem bei der Windenergie. Nun will die Politik gegensteuern. Ob das aber ausreichen wird, um auch wieder mehr privates Kapitals für hiesige Projekte zu mobilisieren, steht noch nicht fest.

Investition in Japan: Solarpark „Ono“ aus dem Hep Solar Portfolio 1.

FOTO: HEP

Deutschland soll sauberer werden. Bis 2030 will die Bundesregierung die CO2-Emissionen gegenüber 1990 um 55 Prozent senken und den Anteil der Erneuerbaren Energien am Stromverbrauch auf 65 Prozent erhöhen. Bis 2050 wird gar die vollständige Treibhausgasneutralität für den in Deutschland erzeugten und verbrauchten Strom angestrebt. Der Kohleausstieg wurde eingeleitet und gleichzeitig ist beschlossene Sache, dass schon 2022 die letzten Atomkraftwerke abgeschaltet werden. Somit ist ein weiterer massiver Ausbau der Stromproduktion aus regenerativen Quellen erforderlich, also vor allem aus Wind, Sonne, Wasser und Biomasse.

Bislang ist das Land scheinbar auf einem guten Weg dorthin. So betrug der Anteil der Erneuerbaren Energien im Jahr 2019 nach Angaben des Bundeswirtschaftsministeriums (BMWi) schon 42 Prozent des Stromverbrauchs, rund die Hälfte davon aus Windenergie und knapp ein Fünftel aus Photovoltaik. Nach Zahlen des Bundesverbands Windenergie stieg die Windstrom-Einspeisung allein von 2018 auf 2019 um nicht weniger als 21,7 Prozent auf 131,8 Terrawattstunden.

Ein riesiger Erfolg also? Nicht wirklich. Der starke Zuwachs 2019 dürfte hauptsächlich in einem höheren Windaufkommen als 2018 begründet sein. An einem entsprechenden Ausbau der Produktionskapazitäten jedenfalls lag es nicht. Denn der ist mächtig ins Stocken geraten. So sank die Anzahl der neu in Betrieb genommenen Windenergieanlagen an Land von 1.792 im Jahr 2017 auf nur 325 in 2019. Die neu installierte Leistung brach von 5,3 auf 1,1 Gigawatt ein. Beides entspricht einem Rückgang von rund 80 Prozent innerhalb von zwei Jahren. Das erste Halbjahr 2020

sieht kaum besser aus: 178 neue Anlagen mit einer Nennleistung von 591 Megawatt. Als Auslöser der Misere gilt – neben dem zunehmenden Widerstand der Bevölkerung vor Ort gegen neue Windräder und zusätzlichen Abstandsvorschriften – die jüngste Novellierung des Erneuerbare Energien Gesetzes (EEG) im Jahr 2017. Damals wurden die bis dahin jeweils ab dem Jahr der Inbetriebnahme für 20 Jahre fixierten Mindestvergütungssätze pro eingespeister Kilowattstunde (kWh) Wind- und Solarstrom durch Ausschreibungsverfahren ersetzt. Seitdem müssen die Projektentwickler sich im Rahmen von Ausschreibungskontingenten bewerben und dabei mitteilen, welchen Vergütungshöhe sie für das Projekt benötigen. Die günstigsten bekommen dann den Zuschlag. Das sollte den Zubau kontrollierbar machen und außerdem die Preise senken, den Wettbewerbsdruck erhöhen sowie die Innovationsbemühungen beflügeln. So weit die Theorie.

In der Praxis jedoch brach der Zubau an Windenergieanlagen brach dramatisch ein. Vor allem die professionellen Entwickler kamen bei den Ausschreibungen zunächst kaum zum Zug, weil für die im EEG 2017 erstmals gesetzlich defnierten „Bürgerenergieanlagen“ erleichterte Anforderungen galten. Viele der Bürgeranlagen wurden nach dem Zuschlag jedoch nicht genehmigt oder aus anderen Gründen bislang nicht realisiert. Bei den jüngeren Ausschreibungen wurde zwar das Kontingent für Bürgeranlagen begrenzt. Für die Entwickler bleibt aber das Risiko, dass sie die nicht selten siebenstelligen Planungs- und Genehmigungskosten für ein Projekt abschreiben können, wenn sie dafür keinen Zuschlag erhalten.

Das dürfte nicht wenige abschrecken, auch wenn das Risiko zuletzt bei Winenergieanlagen gar nicht zum Tragen kam. So wurde bei der jüngsten Ausschreibung zum 1. September 2020 das Wind-Kontingent erneut nicht erreicht, obwohl die Zuschläge an dem vom Ministerium vorher festgelegten Höchstpreis von 6,2 Cent pro kWh erfolgten. Laut Mitteilung des Ministeriums mussten zwar drei Gebote ausgeschlossen werden, alle weiteren Projekte erhielten aber den Zuschlag. Bei Solaranlagen erfolgten die Zuschläge mit maximal 5,39 Cent pro kWh ebenfalls auf dem Niveau des Höchstpreise, obwohl dort die Gebote das Kontingent deutlich überstiegen hatten. Der vorher festgelegte Höchstpreis wirkt am Ende doch ähnlich wie ein Festpreis.

Trotzdem reichen die Vergütungen offenbar für eine echte Belebung des Marktes und für die Konzeption entsprechender Beteiligungsangebote nicht aus. Klassische Wind- oder Solarparkbeteiligungen zur Errichtung und zum Betrieb eines konkreten Projektes, die einst die tragende Säule des Ausbaus der Erneuerbaren Energien waren, sind jedenfalls praktisch verschwunden. Angeboten werden vereinzelt Bürgerwindparks, im überregionalen Beteiligungsmarkt für Privatanleger sind solche Projekte aber schon seit geraumer Zeit nicht mehr zu finden.

Nur drei Erneuerbare-Energien-Emissionen, die teilweise auch auf das Ausland ausweichen, befinden sich derzeit im Publikumsvertrieb: Jeweils ein alternativer Investmentfonds (AIF) von Ökorenta und von Hep sowie eine Vermögensanlage (Namensschuldverschreibungen) von Reconcept. Alle drei sind beziehungsweise waren zu Beginn Blind Pools. Der Erneuerbare Energien 11 von Ökorenta investiert mit dem Schwerpunkt Windenergie in eine Vielzahl von Beteiligungen. Dabei kann es sich zum Beispiel um Kapitalerhöhungen bestehender Fonds, etwa für das „Repowering“ älterer Anlagen, oder auch um neue Projekte handeln, die mit einem kleinen Kreis von Partnern realisiert werden. Einen Teil der Zielbeteiligungen erwirbt Ökorenta zudem am Zweitmarkt. Die Investitionen können auch im europäischen Ausland erfolgen, Solarbeteiligungen sogar weltweit.

Dort engagiert sich auch Hep. Das Solar Portfolio 1 investiert international und hat bereits mehrere Photovoltaikprojekte in Japan und den USA angebunden. In den Staaten hat Hep sogar zwei Projektentwickler übernommen. Auch Reconcept hatte sich zuletzt fern der Heimat engagiert: Mit mobilen Gezeitenkraftwerken vor der Küste Kanadas. Eine erste Tranche des Projekts war in diesem Jahr zügig platziert, weitere sollen folgen. Zunächst setzt Reconcept jedoch die Platzierung der RE14 Multi Asset Anleihe fort. Der Anschlussprospekt für die 2019 gestartete Vermögensanlage wurde im Oktober gebilligt. Das Anleihekapital fließt in den Bau und Betrieb von Projekten aus den Bereichen Wind- und Solarkraft in Europa und bislang nur nach Deutschland. Erworben wurden eine 2-Megawatt-Windkraftanlage in der Niederlausitz (Brandenburg) sowie eine Dach-Photovoltaik-Anlage bei Hannover. Darüber hinaus ist geplant, zwei weitere deutsche Windenergieanlagen anzubinden, teilte Reconcept mit.

178 Seiten starker Gesetzentwurf zur umfassenden Reform des EEG und angrenzender Gesetze

Anderen Anbietern sind die Rahmenbedingungen in Deutschland derzeit offenbar nicht gut genug. Die Bundesregierung hat nun auf den mageren Zubau reagiert. Das Wirtschaftsministerium von Peter Altmaier (CDU) hat einen 178 Seiten starken Gesetzentwurf für eine umfassende Reform des EEG und angrenzender Gesetze erarbeitet, der Ende September vom Bundeskabinett verabschiedet wurde. Damit soll erstmals das Ziel der Treibhausgasneutralität bis 2050 gesetzlich festgeschrieben und entsprechende Zubauziele definiert werden. Der Gesetzentwurf sieht unter anderem vor, dass die Akzeptanz der Neubauprojekte vor Ort durch eine Beteiligung der betroffenen Gemeinden an den Erträgen gefördert werden kann und die EEG-Umlage, mit der die Kosten an die Stromverbraucher weitergereicht werden, künftig teilweise aus Steuermitteln finanziert wird. Zudem sollen Genehmigungsverfahren beschleunigt und das Flächenpotenzial erhöht werden, auf dem neue Anlagen errichtet werden können. Daneben sind unzählige Detailvorschriften enthalten.

An dem Prinzip der Ausschreibungen hält Altmaier indes fest, auch die Branchenverbände haben sich offenbar damit abgefunden. So haben sowohl der Bundesverband Erneuerbare Energien (BEE) als auch der Bundesverband Windenergie (BWE) umfangreiche Stellungnahmen zu dem Gesetzentwurf abgegeben und fordern eine Vielzahl von Anpassungen. Die Abschaffung der Ausschreibungen zählt nicht dazu. Ob die neuen Vorschriften trotzdem ausreichen werden, dem Ausbau der Erneuerbaren Energien neuen Schwung zu verleihen und sie damit auch wieder attraktiver für private Kapitalanleger zu machen, bleibt abzuwarten. Das hängt auch davon ab, wie das EEG 2021 am Ende genau aussehen wird - und ob „der Gesetzentwurf so nachgesteuert wird, dass er die Basis für den Re-Start der Energiewende darstellen kann“, wie BWE-Präsident Hermann Albers hofft. Seine Verbesserungsvoschläge an das Ministerium umfassen nicht weniger als 66 Seiten. Es bleibt also noch allerhand zu tun.

Stefan Löwer, Cash.

SCHADEN DER REGULIERUNG ÜBERWIEGT IHREN NUTZEN

Weil der Immobilienboom der Corona-Krise zum Trotz nicht enden will, setzt der Staat auch weiterhin auf Konzepte zur Regulierung des Wohnungsmarktes. Mietpreisbremse, Mietenstopp oder aber auch Enteignungspläne sind dabei Teile einer ausufernden Interventionsspirale, die das Problem letztlich aber doch nicht lösen. Warum das so ist und was tatsächlich wirksam helfen würde.

Auch weiterhin bleiben im Fall der Mietpreisbremse Modernisierungskosten die eigentlichen Preistreiber. Außerdem ändert die Auskunftsrechtpflicht der Vermieter zur Miethöhe wenig daran, dass zentrale Innenstadt-Lagen nun mal ihren Preis haben – insbesondere nach einer kostenintensiven energetischen Sanierung oder einer Luxussanierung.

Jürgen Steinhauser, REA

Ein Mietpreisstopp wie er aktuell in Berlin umgesetzt wird, hat lediglich zur Folge, dass nicht nur die den Mietpreis treibenden Luxussanierungen ein Ende haben, sondern auch wichtige Instandhaltungsmaßnahmen. Ganz ohne Mieterhöhungen können Immobilien nämlich nicht in Schuss gehalten werden.

Erst recht würden die Enteignungsphantasien von einigen Mieter-Interessengruppen in die Sackgasse führen. Zum einen schaffen Enteignungen keinen neuen Wohnraum. Vielmehr würde wegen der erforderlichen hohen Entschädigungszahlungen sogar noch Geld für dringend benötigte Neubauten fehlen. Zudem würden Enteignungen zu einer Rechtsunsicherheit führen, die die dann noch verbliebenen Eigentümer und Bauherren davor zurückschrecken lassen könnte, überhaupt noch in neuen Wohnraum zu investieren.

Eine Möglichkeit tatsächlich bezahlbaren Wohnraum gewährleisten zu können, wäre beispielsweise die gezielte Förderung von Vermietern, die dauerhaft günstigen Wohnraum für die breite Mittelschicht anbieten.

Wer jetzt einwendet, dass bezahlbarer Wohnraum in einem freien und umkämpften Wohnungsmarkt nicht realisierbar ist, vergisst die zwar kleine aber durchaus vorhandene Gruppe von Vermietern, die sich auf dieses Segment spezialisiert haben und dennoch wirtschaftlich sind. Im Mittelpunkt steht dabei meist die zielgerichtete Sanierung und Optimierung von Bestandsimmobilien, durch die sowohl Mieter als auch sie selbst profitieren. Auf der einen Seite kommen Mieter so nämlich in den Genuss von günstigen Mieten, lokalen Hausverwaltungen und einem engagierten Asset Management, das langfristig die Wohn- und Gebäudequalität sowie das Mietklima verbessert. Andererseits verringert der somit erzeugte Mehrwert der Immobilien die Leerstände und die Fluktuation, sodass stabile Mieteinnahmen erwirtschaftet werden können.

Autor Jürgen Steinhauser, Geschäftsführer
Real Estate & Asset Beteiligungs GmbH (REA)

FOTO: REA

FINLINK

Digitale Plattform bildet die Zukunft der Immobilienfinanzierung

Başar Canıperk, Geschäftsführer FinLink

Warum benötigt man ein CRM speziell für die Baufinanzierungsvermittlung?
Die Digitalisierung betrifft mittlerweile zahlreiche Lebensbereiche, sowohl im privaten wie auch im beruflichen Umfeld. Wie Unternehmer aller Branchen, stehen auch die Berater bei der Baufinanzierungsvermittlung vor dieser Herausforderung. Gerade die jüngeren Generationen verlangen einen kurzen, digitalen und einfachen Prozess.
Wie wichtig ist Digitalisierung heute für einen Vermittler?
Neben dem digitalen Zugang und Prozess für den Kunden, bekommt auch die interne digitale Struktur eine immer größere Bedeutung. Denn sie erleichtert sehr vieles, unterstützt den Alltag, automatisiert viele sonst aufwendige Prozesse und hilft beim ressourcensparenden Wachstum. Genau hier setzt FinLink an und unterstützt mit einer ausgeklügelten Software zur effektiven Kundenberatung in der Immobilienfinanzierung.
Für wen lohnt sich die Nutzung?
Grundsätzlich für alle Vermittler, ob als 1-Mann- Selbständiger oder als Unternehmen mit mehreren Mitarbeitern. Alle profitieren von einem professionellen Auftritt nach außen und optimierten Prozessen nach innen. Mit einer modernen Website und der entsprechenden Software, kann jeder Finanzierungsberater heute mit den Großen mithalten. Baufinanzierungsrechner geben einen ersten Überblick, mit einem Online-Zugang können Anträge und Dokumente hochgeladen werden, Kommunikation zum Berater funktioniert digital.
Händische Excel Tabellen, manuell gepflegte Outlook-Kalender oder per Stift organisierte Papierkalender gehören heute in vielen Büros immer noch zum Alltag. Aber wenn Leads per Internet eintreffen, Dokumente in PDF-Form zum Berater gelangen und Prozesse zwischen Kunden und Berater immer digitaler werden, wäre es am sinnvollsten auch das Backoffice dementsprechend zu gestalten. So bleibt zum einen mehr Zeit für die individuelle Beratung und zum anderen können insgesamt mehr Anfragen beantwortet werden.
Welche Features gibt es bereits und wie unterstützen sie den Geschäftsalltag?
Der Berater sieht im Dashboard jederzeit den individuellen Status des Kunden, Termine werden intelligent verwaltet und das Dokumentenmanagement sorgt dafür, immer die richtigen Daten zu erhalten. Leads können aus verschiedenen Quellen automatisch importiert werden. Neu kommt bei FinLink noch dieses Jahr ein Lead-Shop hinzu: Vermittler können hier per Klick neue Leads direkt ins CRM hinzufügen. Das sorgt sehr einfach für kontinuierliche Auslastung. E-Mails werden nach eigenen Parametern automatisiert versendet. Auch für den Vermittler berechnet die Software wichtige Kennzahlen und lässt eine optimale Steuerung von Geschäft und Mitarbeitern zu. Nicht nur der kaufende Kunde, auch der Berater wird permanent und automatisch durch den gesamten Prozess geführt. Die Software übernimmt das organisatorische Kommando.
Wie sieht die Zukunft in der Baufinanzierungsvermittlung aus Ihrer Sicht aus?
Die Digitalisierung wird weiter massiv voranschreiten. Das heißt konkret: Auch die letzten Etappe auf dem Weg zum Eigenheim wird digitalisiert, etwa der Notartermin. Damit steigt insgesamt die Geschwindigkeit des Prozesses von erster Anfrage bis zum Einzug weiter an. Dem müssen sich die Prozesse bei den Vermittlern anpassen und dafür sorgen wir. Nicht umsonst spricht man heute bereits vom One-Klick Hauskauf und damit auch von der One-Klick Finanzierung. So wie es die Kunden heute gewöhnt sind per App etwas einzukaufen, Sport zu treiben oder finanzielle Transaktionen zu tätigen, möchten sie auch bei der Suche, dem Kauf und letztlich der Finanzierungsberatung vorgehen. Darauf muss sich der Berater jetzt einstellen, sonst kann er die zukünftigen Kunden nicht mehr bedienen.

FOTO: FINLINK

Kontakt: Başar Canıperk, service@finlink.de, 030 5683 7517, finlink.de

Der Duisburger Hafen ist der größte Binnenhafen der Welt und Teil des chinesischen Megaprojekts „Neue Seidenstraße“

MANGELT ES UNS AN VISIONEN FÜR DEN „POTT“?

Die Immobilienpreise im Ruhrgebiet können mit jenen an anderen Hotspots in Deutschland nicht mithalten. Woran das liegt und wie sich die Städte an Rhein und Ruhr selbst aus diesem Zustand befreien könnten.

Wer sich als Immobilienanleger mit dem Ruhrpott beschäftigt, dem fällt sofort auf: Dort sind die Preise niedrig. Sehr niedrig sogar. Offensichtlich ist also die Nachfrage nicht vorhanden. Und dann denkt er: Warum ist das so im Ruhrpott, wenn die Immobilie doch im ganzen Land boomt wie selten zuvor? Das ruft eine Skepsis hervor, die dann wiederum dafür sorgt, dass sich an der Nachfrage wenig ändert. Die Preise bleiben niedrig. Eine Werbung verkündet sinngemäß: München sei ein Dorf, aber so teuer wie eine Metropole. Die Metropole Ruhr sei genau das Gegenteil.

Das deutet an, es gäbe ja durchaus Potenzial. Nehmen wir drei Beispiele. Erstens, eine Stadt wie Bochum hat weit mehr als 40.000 Studenten. Aber während junge Immobilienprodukte wie beispielsweise das modern interpretierte Studentenwohnen in Köln oder anderen Universitätsstädten hervorragend funktionieren, hat man in diesem Segment wohl vergessen, dass es Bochum überhaupt gibt. Zweitens: Natürlich wandelt sich das Ruhrgebiet. Es ist doch längst auf dem Weg von einer Bergbau- und Produktionsvergangenheit in eine Dienstleistungszukunft. Opel könnte man exemplarisch nennen, das Unternehmen scheint heutzutage vor Ort im Ruhrgebiet eher ein Distributor und Logistiker zu sein als ein Produzent. Aber dennoch gelingt es bislang nicht, in größerer Zahl wirklich attraktive Arbeitgeber zu halten. Und drittens: Ja, man arbeitet an verkrusteten Strukturen. Jedoch scheint beispielsweise ein guter Schulabschluss im Ruhrgebiet immer noch eine Frage des direkten Umfelds zu sein. Die Chancen auf das Abitur sind räumlich ungleich verteilt.

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

TSO THE SIMPSON ORGANIZATION

WIR INVESTIEREN IN IHREN ERFOLG

TSO ist Anbieterin von Finanzanlageprodukten und investiert in den USA strategisch in Büro- und Gewerbeimmobilien. Investiert wird in Märkte und Objekte, in denen Visionen, Werte und nachhaltige Entwicklung zusammenwachsen.

■ ERFAHRUNG

Seit über 30 Jahren kauft, entwickelt, bewirtschaftet und verkauft TSO Immobilien im Südosten der USA und bietet ihre Finanzanlageprodukte bereits seit 2006 erfolgreich auf dem deutschen Markt an.

■ VERANTWORTUNG

TSO beschränkt sich nicht darauf, gewinnbringende Immobilienbeteiligungen zu entwickeln, sondern hat bei allen zehn in Deutschland angebotenen Beteiligungen als Partner der Anleger stets mitinvestiert.

■ SORGFALT

Der Erfolg der TSO-Immobilienvorhaben basiert auf der besonderen Sorgfalt, die TSO bei der Auswahl, Analyse und Bewertung der Objekte walten lässt sowie auf der umfassenden Kenntnis des US-Markts.

■ LOKALE PRÄSENZ

TSO steht für professionelles Asset Management vor Ort in den USA und stärkt ihre Präsenz im deutschen Markt durch eigene Büros in Frankfurt am Main und Düsseldorf.

„Die Anleger beteiligen sich an einer unternehmerisch aktiven US-Gesellschaft, die hauptsächlich in die Projektentwicklung inklusive Sanierung/Revitalisierung von Immobilien investiert und damit überdurchschnittlich hohe Ergebnisse anstrebt."

G.U.B. Analyse Finanzresearch
Investitionsrating A („sehr gut")
Juni 2020

„Die Portfoliostrategie erfordert eine entsprechende Erfahrung des Managements, die auf Basis des aktuellen Track-Records der TSO-Unternehmensgruppe eindrucksvoll bestätigt werden kann."

Dextro Group Germany
AA (Investmentgrade)
Juni 2020

www.tso-europe.de

TSO Capital Advisors GmbH
Taunusanlage 11 | 60329 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 87000656 - 0

Ruhr-Universität in Bochum: Oft ist es lediglich eine Imagefrage, die über die Attraktivität von Standorten entscheidet.

Es gibt also vieles, das man anpacken müsste. Über all dem steht für mich aber eine größere Frage: Wo ist die umfassende Vision für das Ruhrgebiet – außer von einer Metropolregion zu reden? Wenn es eine Vision gibt, kommt sie am ehesten noch aus China. Zumindest ist der Duisburger Hafen ein relevanter Knotenpunkt der neuen chinesischen Seidenstraße. Und die Investitionen aus Asien waren und sind wertvoll für den Strukturwandel. Aber strahlt das bis Oberhausen, Bottrop, Gelsenkirchen? Warum haben wir, die wir viel näher am Ruhrgebiet sind als die Chinesen, keine übergreifenden Visionen? Warum kommt aus dem Pott selbst so wenig? Smart Cities? Start-ups? Hört man immer mal wieder, aber seltener als anderswo. Sind das die einzigartigen USPs? Ist vielleicht das Denken noch zu verkrustet, zumindest in Politik und Verwaltung, die mir ehrlich gesagt selbst nicht eben dynamisch wirken?

Natürlich nicht überall, Dortmund zum Beispiel würde ich positiv bewerten. Wir brauchen Visionen, nicht einzelne Marketing-Kampagnen. Nicht das, was versucht wurde, als 2018 insgesamt 401 deutsche Landkreise und Städte von Prognos auf ihre Lebensumstände hin analysiert wurden – und Gelsenkirchen auf Rang 401 gelandet ist. Die Kampagne #401 wehrt sich gegen die schlechte Platzierung. Aber auch diese ist weitgehend unbekannt. Direkt vor Gelsenkirchen lagen in der Studie übrigens ausschließlich Ruhrpottstädte: Oberhausen lag auf Rang 398, Duisburg auf 399 und auf Rang 400 ist Herne gelandet. Der Ruhrpott braucht eine Vision, die an den zweifellos vorhandenen Stärken anknüpft. Es gibt doch viele gute Büro- und produktionsnahe Forschungs- sowie Leichtindustriestandorte, Stichwort urbane Produktion. Und wenn schon Smart City, warum dann nicht Opel Smart Logistic City, in der die Distributions-Technologien und -Prozesse von morgen entwickelt und erprobt werden? Das, was im Entwicklungscampus von Opel in Rüsselsheim passiert, könnte zumindest teilweise auch im Pott stattfinden.

Die eingangs genannten niedrigen Preise sind natürlich ebenfalls Anknüpfungspunkte: Die Büro-, Produktions- oder Logistikräume sind günstig, zudem sind der Gewerbesteuerhebel und die Personalkosten niedrig. Die Geschäftskosten sind also attraktiv. Und wenn die Nutzer wieder Immobilien nachfragen, werden auch die Investoren folgen. Gegenwärtig haben Letztere noch eine Trüffelschweinmentalität. Aber wenn Immobilienanleger zumindest bereits ein Cherry-Picking betreiben, dann ist das mit Blick auf die zu erwartende allgemeine ökonomische Entwicklung ein gutes Zeichen: Der Glaube an die Zukunft ist vorhanden. Es muss sich aber noch mehr tun, wenn aus punktuellem Glauben ein breiteres Engagement werden soll.

Autor Peyvand Jafari ist Geschäftsführender Gesellschafter der CREO Group.

FOTO: PICTURE ALLIANCE / BLICKWINKEL/S. ZIESE

Hi, diese unglaubliche Baufi-Software macht viele Vermittler erfolgreicher:

Reibungslose Zuführung von Leads per Knopfdruck →

Selbstauskunft Ihrer Kunden auch mobil und in Echtzeit →

Automatisch E-Mails oder SMS versenden und Zeit sparen →

Finanzierungsangebote als digitales Erlebnis für Ihre Kunden →

Wow, geht das schnell

NACHRICHT

FinLink schreibt:

Başar Canıperk
Co-Gründer

Mit FinLink haben Sie ab sofort mehr Abschlüsse in kürzerer Zeit. Optimieren Sie Ihr Geschäft mit unseren leistungs-starken Tools für Sie und Ihr Team.

FinLink ist der Marktführer für freie CRM-Software zur Immobilienfinanzierung.

Jetzt kostenlose Demo ausprobieren: www.finlink.de

FinLink

Beim Immobilienkauf lässt sich heute bereits viel digital erledigen.

KAUFEN ODER NICHT? WIE DATEN DAS ENTSCHEIDEN

Bei der Auswahl von Immobilien wird neben anderen Faktoren auch die Geschwindigkeit zum Erfolgsfaktor. Tools wie Big oder Smart Data können hierbei sehr gute Dienste leisten.

Vor der Wahl zu stehen, kann hart sein. Besonders dann, wenn sich diese Entscheidung um das Preisschild einer Wohnung oder gar eines ganzen Mietshauses dreht, also sehr viel Geld auf dem Spiel steht. Dass die Käuferkonkurrenz in Zeiten der Angebotsknappheit groß ist und die Entscheidungszeit entsprechend kurz, macht die Sache nicht besser – weder für Wohnungskäufer selbst noch für die Intermediäre wie Makler oder Finanzberater, die ihre Kunden mit attraktiven Angeboten versorgen müssen. Für sie ist eine schnelle Erstindikation des Angebots daher unerlässlich, um zu erfahren, welche Angebote und Exposés man sich getrost sparen kann und welche eines genaueren Blicks wert sind.

Worauf es bei dieser Entscheidungsfindung ankommt, sind Transparenz und eine solide Datengrundlage. Tatsächlich werden in der Immobilienwirtschaft inzwischen große Datenmengen erfasst, analysiert und miteinander vernetzt, sodass neue Erkenntnisse gewonnen werden können. Um aus diesen Daten belastbare Informationen zu erhalten, müssen sie aber geordnet und vor allem verortet werden. Genau dafür existieren inzwischen digitale Tools auf Basis von Big und Smart Data.

Dafür ist zunächst eine Fülle an Informationen nötig, die verortet werden muss. Mehr als eine Milliarde Datenpunkte werden geografisch begrenzten Kacheln zugeordnet, die in Gemeinden von mindestens 20.000 Einwohnern jeweils eine Fläche von 200 mal 200 Metern umfassen. Diese Kacheln beinhalten alle Informationen, die sich Käufer nur wünschen können: Angebots- und Abschlusspreise, Bestandsmietverträge, aber auch umfassende sozioökonomische Daten aus dem Umfeld wie beispielsweise die Kaufkraft, die Familienfreundlichkeit oder die Zentralität eines Standortes. Der Anteil an Naherholungsmöglichkeiten in der Umgebung lässt sich ebenso ermitteln wie die Laufwege zur nächsten Schule oder Einkaufsstraße.

So weit die Datengrundlage. Wirklich „smart“ ist diese aber noch nicht allein. Was noch benötigt wird, ist der Einsatz künstlicher Intelligenz, die strukturierte und replizierbare Bewertungen einzelner Immobilien oder ganzer Portfolios zulässt. Die Erstindikation erfolgt dann innerhalb weniger Minuten und enthält alle wichtigen Kennzahlen zu Wirtschaftlichkeit der Immobilie sowie eine belastbare Prognose des zukünftigen Cashflows. Dies basiert ebenfalls auf einer Fülle von Daten, bestehend aus Kaufpreis- und Mietniveaus, Informationen zum lokalen Mietspiegel und Details aus Bestandsmietverträgen.

Das Prinzip funktioniert nicht nur bei der Indikation, sondern auch bei der eigenständigen Suche nach attraktiven Lagen. Käufern, die ihr Portfolio unter einheitlichen Investmentkriterien räumlich diversifizieren wollen, können mit digitalen Tools zielgerichtet nach Lagen in anderen Städten und Gemeinden suchen. Hierfür können sie die für sie wichtigen Kriterien clustern und sich beispielsweise nur jene Wohnorte anzeigen lassen, die sowohl familienfreundlich als auch nahe am Wasser gelegen sind und zudem noch ein gewisses Kaufkraftniveau aufweisen.

Es ist schwer vorhersehbar, wie schnell und weit sich digitale Lösungen wie diese noch entwickeln werden. Allerdings werden in den kommenden Jahren immer mehr digitale Teillösungen zu neuen, übergeordneten Anwendungen zusammengefasst. Kaufen oder nicht kaufen? Diese Frage wird vielleicht bald schon in der Geschwindigkeit eines Tastendrucks beantwortet werden können. Genau, wie es heutzutage für Aktien der Fall ist.

Autor Herwig Teufelsdorfer ist CEO bei 21st Real Estate.

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

UNSICHTBAREN WOHNRAUM NUTZEN

In deutschen Metropolen sind viele ältere Bestandswohnungen zu groß, denn die Bevölkerung wird vor allem in Großstädten immer mehr zur Single-Gesellschaft. Es werden daher mehr kleinere Apartments statt großzügig geschnittener Wohnungen benötigt.

Doch anstatt die Flächeneffizienz im Bestand zu verbessern, wird sie aktiv verhindert. Schuld daran ist unter anderem die verstärkte Ausweisung von Milieuschutzgebieten. Seit zehn Jahren werden von Jahr zu Jahr immer mehr Wohnungen gebaut. Trotzdem fehlt Wohnraum in den Metropolen. Die Zahl der Einwohner in Deutschland ist seit 1990 um zwei Millionen gestiegen. Durchschnittlich leben zwei Personen in einem Haushalt. Eigentlich müssten also eine Million neue Wohnungen ausreichen, um den Bedarf zu decken. Seit 1991 wurden jedoch sage und schreibe sieben Millionen neue Wohnungen gebaut. Wo sind also die sechs Millionen Wohneinheiten geblieben, die rechnerisch eigentlich zu viel gebaut wurden? Ein Problem sind sicherlich Zweit- und Dritt-Wohnungen. Das andere ist der Ort der Neubauten: Durch die fortschreitende Urbanisierung stehen rund zwei Millionen Einheiten abseits der Metropolen leer. Hier wurde in den vergangenen 20 Jahren schlicht am Bedarf vorbei neuer Wohnraum geschaffen. Aber das größte Potenzial, neuen Wohnraum in den Metropolen ohne Neubau zu schaffen, bietet die Nutzung des sogenannten unsichtbaren Wohnraums.

Was ist damit gemeint? Es handelt sich dabei um Wohnungen, die für die Bewohner zu groß sind, weil sie nicht mehr die ganze Wohnfläche benötigen. Dies ist immer öfter der Fall. Familien werden kleiner, immer mehr Menschen in den Großstädten wohnen allein. Nur die Bestandswohnungen werden nicht den neuen Anforderungen angepasst. So wohnen rund vier Millionen Ein-Personen-Haushalte in Wohnungen, die größer sind als 80 Quadratmeter.

Aber die Politik, vor allem in Berlin, zeigt derzeit keinen Willen, dieses Potenzial zu heben – trotz des zunehmenden Wohnraummangels. Das Gegenteil ist sogar der Fall. In der Hauptstadt wird es mit der verstärkten Ausweisung von Milieuschutzgebieten aktiv verhindert. Viele Wohnungen in diesen Vierteln sind Altbauwohnungen, die über keine gute Flächeneffizienz verfügen. Dies zu ändern, ist schwierig, denn Grundrissänderungen sind in Milieuschutzgebieten grundsätzlich genehmigungspflichtig und werden regelmäßig versagt. Das Gegenmittel dafür ist einfach und bekannt: Den Umbau zu kleineren Wohnungen fördern, statt ihn zu verbieten. Insbesondere beim Milieuschutz könnten und sollten Ausnahmeregelungen geschaffen werden, wenn durch Umbauten mehr Wohneinheiten entstehen.

Autor Dr. Esfandiar Khorrami ist Partner und Rechtsanwalt bei Bottermann Khorrami.

Dr. Esfandiar Khorram

FOTO: BK LAW

Das Idyll außerhalb der Städte lockt Immobilieninvestoren zwar, aber nicht in dem Ausmaß, wie durch die Pandemie befürchtet.

STADTFLUCHT WEGEN CORONA?

Treibt Corona die Deutschen aufs Land? Immerhin haben die Vorteile der Stadt in Zeiten von Kontakteinschränkungen und Sperrstunden weniger Relevanz. Große Menschenansammlungen sind auf dem Land leichter zu meiden. Doch spiegelt sich diese landläufige Ansicht auch im Suchverhalten und den Nachfragepräferenzen von Immobiliensuchenden wider?

Eine aktuelle Immoscout24-Analyse zeigt: Eine nachhaltige Verlagerung der Nachfrage von der Stadt aufs Land ist bislang ausgeblieben. Die Nachfrage nach Wohnimmobilien entwickelt sich auf dem Land und der Stadt parallel. Allerdings ist das Interesse an Eigentumswohnungen und Häusern zum Kauf im städtischen Umland gestiegen. Die aktuelle Datenauswertung von ImmoScout24 zeigt, dass sich die Nachfrage nach Kauf- und Mietimmobilien in der Stadt und auf dem Land seit Beginn der Corona-Pandemie weitgehend analog entwickelt haben. Eine Verschiebung aus der Stadt zugunsten des Landes ist nicht erkennbar. Nach einem Rückgang der Kontaktanfragen im März 2020, erholten sich die Werte deutschlandweit in wenigen Wochen und über alle Segmente hinweg. Starke Nachholeffekte zeigten sich – sowohl auf dem Land als auch in der Stadt – im Juni 2020. Im Vergleich zum Vorjahr gingen auf Immoscout24 für Eigentumswohnungen auf dem Land 40 Prozent und in der Stadt 38 Prozent mehr Kontaktanfragen ein. Bei Häusern zum Kauf auf dem Land verzeichnete ImmoScout24 im Juni 2020 ein Plus von 36 Prozent, beim Pendant in der Stadt ein Plus von 28 Prozent. Seit August haben sich die Nachfragewerte wieder eingependelt und lagen auf oder leicht über dem Vorjahresniveau.

Die Nachfrageentwicklung für Mietimmobilien spricht ebenfalls gegen eine nachhaltige Stadtflucht. So hat sich die Nachfrage nach Mietwohnungen und Häusern zur Miete in der Stadt stärker erholt als auf dem Land. Für Mietwohnungen in der Stadt gingen im Juni 2020 17 Prozent mehr Kontaktanfragen ein als im Vorjahr, im September 2020 lag der Wert bei Plus 5 Prozent.

Auf Basis der Daten von Immoscout24 zeigt sich jedoch, dass die Nachfrage nach Kurzzeitvermietungen auf dem Land zwischenzeitlich boomte. Von März 2020 bis Juli 2020 verzeichnete Immoscout24 im Vergleich zum Vorjahr für jeden Monat ein Plus an Kontaktanfragen zwischen 29 bis 74 Prozent. In der Stadt stieg die Nachfrage nach Kurzzeitvermietungen nur im April 2020 (plus 15 Prozent) und Juni 2020 (plus 10 Prozent) über die Vorjahreswerte. Ein langfristiger Trend zeichnet sich bislang nicht ab: Im August und September 2020 lag die Nachfrage nach Kurzzeitvermietungen auf dem Land unter den Vorjahreswerten.

Der Immobilienmarkt verändert sich nicht von heute auf morgen. Die vielfach vorhergesagte Stadtflucht blieb bislang aus. Vor allem Mietimmobilien in der Stadt sind weiterhin begehrt – und werden es voraussichtlich bleiben. Denn auch wenn zwischenzeitlich die Menschen verstärkt nach Kurzvermietungen auf dem Land gesucht haben, heißt das noch nicht, dass sie der Stadt den Rücken kehren und ihren Lebensmittelpunkt aufs Land verlegen. Es spricht vieles dafür, dass die Reisebeschränkungen dazu geführt haben, dass sich Menschen innerhalb Deutschlands nach Alternativen umgeschaut haben. Als sich im August und September die Lage normalisierte, pendelten sich auch die Nachfrage-Ausschläge wieder ein."

Dr. Thomas Schroeter, Geschäftsführer von Immoscout24

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

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*

✘

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!

EINE NEUE RECHTSFORM FÜR DEN MITTELSTAND?

Mitte Juni hat eine Gruppe von Rechtswissenschaftlern einen Gesetzesentwurf zur Einführung einer „Gesellschaft mit beschränkter Haftung in Verantwortungseigentum“ vorgelegt. Der Entwurf hat eine kontroverse Debatte ausgelöst.

Ziel des Gesetzesentwurfs zur Einführung einer „Gesellschaft mit beschränkter Haftung in Verantwortungseigentum“ ist es, losgelöst vom Credo der Gewinnmaximierung im Interesse der Anteilseigner (Shareholder Value) einen rechtlichen Rahmen für eine unternehmerische Tätigkeit zu schaffen, die auf den Bestand und die Unabhängigkeit eines Unternehmens im Sinne einer nachhaltigen Wertschöpfung ausgerichtet ist. Der Vorstoß trägt der immer höher werdenden Nachfrage vieler Start-ups und mittelständischer Unternehmen nach einem Modell zur Überführung des Gesellschaftsvermögens in Verantwortungseigentum Rechnung. Diese sind bisher auf die Umsetzung komplexer Gesellschaftskonstruktionen oder Stiftungslösungen angewiesen, die auf der Idee der Trennung von Stimm- und Vermögensrechten basieren.

Durch die Regelung der neuen Rechtsform im GmbH-Gesetz lehnt sich die neue Gesellschaftsrechtsform an den Grundtypus der GmbH an. Von der klassischen GmbH unterscheidet sich die geplante GmbH-VE vor allem durch die unwiderrufliche, erhebliche Einschränkung der Vermögensrechte eines Gesellschafters. Beschließen die Gesellschafter einstimmig die Gründung einer GmbH-VE, sollen von diesem Zeitpunkt an Gesellschaftskapital und Unternehmensgewinne dauerhaft an die Gesellschaft gebunden sein, sodass die Anteilseigner während des gesamten Lebenszyklus des Unternehmens weder Gewinnausschüttungen erhalten noch im Falle ihres Exits von der Wertsteigerung ihrer Anteile profitieren (sogenannter „Asset-lock“). Diese Vermögensbindung soll durch eine Vielzahl von Regelungen sichergestellt werden, zum Beispiel:

- Scheidet ein Gesellschafter aus oder wird die Gesellschaft aufgelöst, erhält der Gesellschafter allenfalls die von ihm geleistete Einlage zurück.
- Dienste der Gesellschafter für die GmbH-VE sollen zwar vergütet werden können, in der Vergütung darf jedoch keine verdeckte Gewinnausschüttung liegen.
- Um eine verdeckte Umgehung dieser Vermögensbindung effektiv zu verhindern, sollen die Gesellschafter eine geeignete Governance-Struktur schaffen, die sie durch Veröffentlichung im Internet transparent machen müssen.

Auch eine Anteilsveräußerung oder –vererbung soll nicht mehr ohne weiteres möglich sein. So sieht der Gesetzesentwurf vor, dass Anteile nur an natürliche Personen, andere Gesellschaften in Verantwortungseigentum oder „Rechtsträger mit in gleicher Weise gesetzlich dauerhaft gebundenem Vermögen“ übertragen oder vererbt werden können. Die starke Limitierung des zulässigen Gesellschafterkreises wird ergänzt durch einen weitgehenden „Anteils-lock“. Die Übertragung von Gesellschaftsanteilen soll nur mit der Zustimmung sämtlicher Gesellschafter möglich sein. Erfüllt ein Gesellschafter die genannten Zulassungsvoraussetzungen nicht mehr, soll er seine Anteile gegen Erstattung seiner Einlage an die Gesellschaft verlieren. Darüber hinaus soll es den Gesellschaftern möglich sein, die Vererblichkeit der Anteile ganz auszuschließen – bisher ein Novum im Kapitalgesellschaftsrecht.

Kathrin Weinbeck

FOTO: RÖDL & PARTNER

Abgerundet wird die Vermögensbindung schließlich durch diverse Änderungen des Umwandlungs- und Konzernrechts, die sicherstellen sollen, dass der dauerhafte „Asset-lock“ auch nicht durch Umwandlungsvorgänge oder Unternehmensverträge umgangen werden kann.

Der Gesetzesentwurf hat eine kontroverse Debatte in Politik, Rechtswissenschaften und Wirtschaft ausgelöst. Befürworter des Konzepts heben hervor, dass das Bedürfnis vieler Startups und mittelständischer Unternehmen nach einer einfach handzuhabenden Rechtsform zur nachhaltigen Verwirklichung ihres Unternehmenszwecks zunehmend steigt. Der Konzeptentwurf ermögliche es jungen Existenzgründern, ihre sozialen und nachhaltigen Geschäftsideen langfristig zu verwirklichen, ohne im Rahmen einer Venture-Capital-Finanzierung Einfluss auf ihr Unternehmen einbüßen zu müssen. Schließlich wird der neue Rechtsrahmen auch als Chance gesehen, die Rolle der Unternehmen im Kontext der globalen Nachhaltigkeitsgovernance zu stärken, da die neuen Regeln ausschließen, dass eine

Horst Grätz

nachhaltigkeitsbezogene Unternehmensausrichtung von den Strukturen einer klassischen „Shareholder Governance" untergraben wird.

Kritiker führen hingegen an, dass die geplante Rechtsform ein massives Kontrolldefizit aufweise. So hätten Gesellschafter ohne Gewinnansprüche hohe Anreize, ihre Gewinnbeteiligung in Form von überhöhten Gehältern oder sonstigen Verträgen (zum Beispiel Miet- oder Darlehensverträge) zu vereinnahmen. Eine unternehmerische Kontrolle sei dagegen kaum gewährleistet. Auch führen sie ein wettbewerbspolitisches Argument ins Feld. Es sei nämlich keineswegs sichergestellt, dass die der Gründergeneration nachfolgenden Gesellschafter, denen der Verzicht auf Gewinnansprüche und Teilhabe am Wertzuwachs zwingend auferlegt wird, erfolgreiche Unternehmer sind. Unter Umständen könnten so fehlende finanzielle Anreize, die Gesellschaftsanteile zu veräußern, negative gesamtwirtschaftliche Auswirkungen haben.

Schließlich wird angesichts derzeit schon bestehender Gestaltungsmöglichkeiten die Notwendigkeit der Schaffung einer neuen Rechtsform bezweifelt. In der Tat ließe sich bereits nach geltendem Recht eine den Grundsätzen des Verantwortungseigentums entsprechende Vermögensbindung durch eine entsprechende Ausgestaltung der GmbH-Satzung umsetzen. Ein Ausschluss der Vererblichkeit von Geschäftsanteilen, wie ihn der aktuelle Gesetzesentwurf vorsieht, ist allerdings in der GmbH-Satzung nicht möglich. Eine entsprechende Ausgestaltung der GmbH-Satzung könnte außerdem jederzeit durch einstimmigen Gesellschafterbeschluss wieder rückgängig gemacht werden – das Ziel der verbindlichen Festlegung eines „Asset-locks" auch für Rechtsnachfolger mit „Ewigkeitsgarantie" würde so verfehlt. Die Gestaltungspraxis behilft sich bisher mit der Beteiligung einer Stiftung an der GmbH und deren Ausstattung mit Sonderrechten. Derlei Lösungen sind zwar einerseits sehr komplex und beratungsaufwändig. Hierbei sollte jedoch bedacht werden, dass der Gestaltungsaufwand die notwendige Folge einer nach derzeitiger Rechtslage unabdingbaren Privatautonomie der Gesellschafter ist.

Aus gutem Grund ist die Zementierung von Satzungsregelungen und eine dauerhafte Bindung der nachfolgenden Generationen durch den Gründer ausschließlich der – einer staatlichen Aufsicht unterliegenden – Stiftung vorbehalten. Rechtsformen mit Perpetuierungstendenzen, die eine einfache Aushebelung der Satzungsautonomie vorsehen, können dazu führen, dass Vermögenswerte dauerhaft aus dem Wirtschaftskreislauf ferngehalten werden, ohne dass gleichzeitig eine besonders gemeinwohlfreundliche Unternehmensführung durch die Nachfolgegeneration gewährleistet wird.

Der Gesetzesentwurf zur Einführung der GmbH-VE soll die Unternehmensführung von Profitinteressen – dem „return on investment" – abkoppeln und auf die intrinsische Motivation der Unternehmer stützen. Viele Fragen im Zusammenhang mit dem Gesetzesentwurf sind derzeit allerdings noch offen. Insbesondere stellt sich die Frage, ob der vorgeschlagene Rechtsrahmen die damit verbundenen Erwartungen im Hinblick auf die Förderung nachhaltigen Wirtschaftens langfristig erfüllen kann oder stattdessen nicht Fehlanreize gesetzt werden, die zu nachteiligen gesamtwirtschaftlichen Effekten führen.

Vor dem Hintergrund des steigenden Interesses an einer nachhaltigen Form der Unternehmensführung und der teilweise berechtigten Kritik an den bestehenden, starren Stiftungsmodellen bietet der Vorstoß zur GmbH-VE jedoch auch eine Chance, den Diskurs über eine Modernisierung des bestehenden Gesellschaftsrechts voranzutreiben und neue Denkansätze zu liefern. Diese können auch in der geplanten Reform des Stiftungsrechts gewinnbringend sein. Bis zur Umsetzung einer gesetzgeberischen Lösung können Unternehmer, die auf die Grundsätze von Verantwortungseigentum setzen wollen, auf Lösungen der gesellschaftsrechtlichen Gestaltungspraxis zurückgreifen.

Horst Grätz und Kathrin Weinbeck sind
Rechtsanwälte in der Kanzlei Rödl & Partner.

BESCHÄFTIGTENDATENSCHUTZ WÄHREND DER PANDEMIE

Immer mehr Arbeitnehmer kehren aus dem Homeoffice an ihren Büroarbeitsplatz zurück. Was das für den Datenschutz bedeutet und worauf dabei zu achten ist.

Frank Schemmel: „Unternehmen müssen in der Coronakrise Gesundheitskonzepte entwickeln und durchsetzen."

FOTO: DATAGUARD

Die Coronakrise hat uns alle kalt erwischt. Plötzlich war alles anders – im Privatleben, in der Freizeit, beim Arzt, im Beruf. Viele Angestellte wurden ins Homeoffice oder in die Kurzarbeit geschickt, während manche sogar ihren Job verloren, weil der Arbeitgeber schließen musste. Doch die meisten Menschen haben sich mittlerweile mit dem Virus arrangiert und kehren nach und nach zur Normalität zurück. Die Rückkehr an den Arbeitsplatz wirft viele Fragen auf und stellt Gesundheitskonzepte in den Mittelpunkt des Interesses, die Betriebssicherheit und die Gesundheit der Belegschaft gewährleisten sollen. Doch wie sieht es nach dem Lockdown in der immer noch andauernden Pandemie mit dem Datenschutz der Beschäftigten aus?

Laut der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) versteht man unter Gesundheitsdaten all jene personenbezogenen Daten, die Rückschlüsse auf die körperliche oder geistige Gesundheit einer natürlichen Person zulassen. Diese sind besonders schützenswert, wie in Art. 9 Abs. 1 DSGVO festgeschrieben ist. Folglich gelten deutlich strengere Anforderungen an die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung solcher Daten. Im Zusammenhang mit einer Covid-19-Infektion werden folgende Informationen als Gesundheitsdaten eingestuft: Aufenthalt in Risikogebieten, Angaben zu bestehenden Symptomen sowie die Einstufung als Kontaktperson einer nachweislich infizierten Person.

Kommt ein Mitarbeiter aus dem Urlaub oder dem Homeoffice zurück ins Büro, stellt sich die Frage, ob er/sie Auskunft über Krankheitssymptome und Aufenthaltsorte geben muss. Die Antwortet lautet: In Normalfall unterliegen Angestellte datenschutzrechtlich nicht der Verpflichtung, Diagnosen oder Krankheitssymptome zu offenbaren. Doch in der Coronakrise ist vieles anders, da der Arbeitgeber in der Pandemie seiner Fürsorgepflicht nachkommen muss. Unternehmen sind dazu verpflichtet, das Ansteckungsrisiko innerhalb der Belegschaft so gering wie möglich zu halten. Deshalb können Angestellte bei ihrer Rückkehr auch nach denjenigen Gesundheitsinformationen gefragt werden, die für die Umsetzung der Fürsorgepflicht notwendig sind. Die Datenschutzaufsichtsbehörden Hamburg und Nordrhein-Westfalen stellen diesbezüglich fest,

dass lediglich Fragen zu typischen Covid-19-Symptomen zulässig sind. Und dies auch nur dann, wenn ein erhöhtes Ansteckungsrisiko besteht. Erlaubt ist die Frage, ob jemand Kontakt zu nachweislich infizierten Personen hatte. Arbeitgeber sollten allerdings nicht weiter nachbohren, um wen es sich dabei handelt. Dafür geht die pauschale Frage nach einem Aufenthalt in einem vom Robert-Koch-Institut ausgewiesenen Risikogebiet in Ordnung, allerdings ohne genaue Orts- und Landesangaben.

Darf man danach fragen, ob Beschäftigte zu einer Risikogruppe gehören? Eine entsprechende Auskunft kann nicht erzwungen werden. Mitarbeiter können jedoch von sich aus darauf hinweisen, dass sie zu einer Risikogruppe zählen, um beispielsweise länger im Homeoffice bleiben zu dürfen. In diesem Fall ist die Verarbeitung dieser Daten grundsätzlich für den Zweck des Arbeits- und Gesundheitsschutzes zulässig. Die Grundlage für die Rechtmäßigkeit bildet hier neben der entsprechenden Einwilligung des Betroffenen wiederum die Verpflichtung des Arbeitgebers, die betriebliche Sicherheit wie auch Gesundheit der Belegschaft zu unterstützen.

Wir alle kennen die Bilder aus den Nachrichten: Vor Büros und Fabriken lassen Menschen morgens messen, ob sie eine erhöhte Temperatur aufweisen oder nicht. Diese Maßnahme ist im Rahmen der Pandemie vor dem Betreten des Betriebsgeländes tatsächlich zulässig. Die Rechtsgrundlage bildet § 26 Abs. 3 des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG). Es müssen allerdings nach Aussagen von Datenschutzbehörden bestimmte Umstände vorliegen, damit das kontaktlose Fiebermessen in Ordnung geht: In der Firma gab es bereits nachweislich Infektionen – oder der Beschäftigte hatte Kontakt zu Erkrankten. Wenn die Arbeitsstätte in einem ausgewiesenen Risikogebiet liegt, ist die Sache ebenfalls klar. Ein weiteres Kriterium: Enger Körperkontakt am Arbeitsplatz lässt sich kaum vermeiden, wodurch das Ansteckungsrisiko stark steigt. Zeigt das Thermometer eine erhöhte Temperatur an und muss der Beschäftige dann sofort nach Hause gehen. Es darf in den Akten entsprechend vermerkt werden, dass eine erhöhte Temperatur vorlag, nicht aber der genaue Messwert.

Die Identität positiv getesteter Personen ist so vertraulich wie möglich zu handhaben, damit es keine Stigmatisierung gibt

Grundsätzlich gilt: Die Identität positiv getesteter Personen ist so vertraulich wie möglich zu handhaben, damit es keine Stigmatisierung geben kann. Die Identität von nachweislich oder möglicherweise Infizierten darf nur dann enthüllt werden, wenn es die entsprechende Kenntnis für Vorsorgemaßnahmen gegenüber Kontaktpersonen zwingend erfordert. Jeder Fall muss auf seine Verhältnismäßigkeit überprüft werden. So reicht zum Beispiel die Information, dass eine nicht näher benannte Person aus einer bestimmten Abteilung positiv getestet wurde, für die Kommunikation auf Abteilungsebene oft aus. Dennoch muss in manchen Fällen die Identität eines Infizierten verraten werden, um die Kollegen zu schützen, etwa in besonders ansteckungskritischen Zweierbüros. Nach § 26 Abs. 3 BDSG kann hier die Identität des Infizierten gegenüber den gefährdeten Kollegen preisgegeben werden.

Kann ein Arbeitgeber seine Angestellten dazu zwingen, die Corona-App zu benutzen? Nein, denn eine entsprechende Verpflichtung der Arbeitnehmer ist arbeitsrechtlich wohl nicht zulässig und damit auch eine entsprechende Datenverarbeitung rechtswidrig. Das Bayerische Landesamt für Datenschutzaufsicht hat zu dieser Thematik klargestellt, dass niemand verpflichtet werden kann, Kontakte und Gesundheitszustand dauerhaft erfassen zu lassen – zu groß sei der Eingriff in die Freiheitsrechte. Hinzu kommt, dass das Robert-Koch-Institut, der Anbieter der Corona-Warn-App, betont, dass die Verwendung der App auf Freiwilligkeit beruht. Unternehmen dürfen die App auf Dienstgeräten installieren, aber die Entscheidung über die Nutzung oder Nichtnutzung liegt allein beim jeweiligen Arbeitnehmer.

Wann private Kontaktdaten von Beschäftigten, die zur Reduzierung des Infektionsrisikos erhoben wurden, gelöscht werden müssen

Und noch eine Frage stellt sich: Wann müssen private Kontaktdaten von Beschäftigten, die zur Reduzierung des Infektionsrisikos erhoben wurden, wieder gelöscht werden? Antwort: Die Daten dürfen prinzipiell so lange aufbewahrt werden, wie dies für den Zweck der Verarbeitung erforderlich ist. Und: Spätestens nach Ende der Pandemie müssen Informationen, die für das Beschäftigungsverhältnis nicht zwingend erforderlich sind, gelöscht werden. Es kann jedoch sein, dass sich aus den Infektionsschutzverordnungen des jeweiligen Bundeslandes aktuell bestimmte Aufbewahrungspflichten ergeben.

Daten über erkrankte Beschäftigte oder jene, die Kontakt zu Infizierten hatten oder sich in einem Risikogebiet aufhielten, dürfen an die Behörden übermittelt werden. Behördlichen Auskunftsersuchen seitens der Polizei oder der Gesundheitsämter ist grundsätzlich Folge zu leisten. Diese Auskunftsverpflichtung ergibt sich aus den Corona-Schutzverordnungen und dem Infektionsschutzgesetz, hierin sind sich deutsche Datenschützer einig.

Fazit: Unternehmen müssen in der Coronakrise Gesundheitskonzepte entwickeln und durchsetzen. Diese sollen einerseits die Gesundheit der Menschen schützen, andererseits aber auch die Aufrechterhaltung des Betriebs gewährleisten. An dieser Stelle kommen die Gesundheitsdaten ins Spiel, die zwar besonderen Schutz genießen, in der Pandemie aber dennoch teilweise erhoben werden müssen. Viele Datenschutz-Detailfragen müssen in der aktuellen Ausnahmesituation individuell beantwortet werden – je nach Firma. Es empfiehlt sich auf jeden Fall, den oder die Datenschutzbeauftragten von Beginn an eng in die Planung einzubinden. Falls innerhalb der Belegschaft Covid-19-Infektionen auftreten, ist schnelles Handeln gefragt. Alle Verantwortlichen sollten sich deshalb so früh wie möglich mit den DGSVO-konformen Handlungsanweisungen vertraut machen.

Autor Dr. Frank Schemmel hat langjährige Erfahrung als Datenschutzspezialist in einer internationalen Großkanzlei erworben, wo er den Aufbau der datenschutzrechtlichen Praxis für Deutschland verantwortete Heute ist er Head of Privacy (Corporate) bei DataGuard. Der Wirtschaftsjurist verfolgt vor allem ein Ziel: „Pionierarbeit an der Digitalisierung leisten – der größten Herausforderung des 21. Jahrhunderts“. Dafür verbindet er rechtswissenschaftliche Forschung und Praxis, um seinen Kunden das bestmögliche Ergebnis zu liefern.

CASH. 1/2021 ERSCHEINT AM 17. DEZEMBER

Anlegen und Sparen in Corona-Zeiten. Was in 2021 wichtig wird oder bleibt

TITELTHEMA
Corona und Kapitalanlage

Als im März aufgrund der beginnenden Corona-Pandemie das öffentliche Leben und die Wirschaft nicht nur in Deutschland, sondern in ganz Europa massiv heruntergefahren wurden, gab es in der Gesellschaft, der Wirtschaft, aber vor allem auch in der Finanzindustrie viele Zweifel, wie das Geschäft weitergehen kann. Viel war die Rede davon, die Altersvorsorge herunterzufahren oder die Absicherung anderer Risiken nicht mehr zu ernst zu nehmen. Im Nachhinein hat sich der Lockdown nicht so dramatisch ausgewirkt wie anfänglich vermutet. Und dennoch waren und sind die Folgen der Pandemie auf den Finanzsektor deutlich spürbar. Grund genug, die Player in den unterschiedlichen Sparten zu ihren Reaktionen auf und zum Umgang mit den Folgen der Pandemie für ihr Geschäft und zu ihren strategischen Plänen für das Jahr 2021 zu befragen

VERSICHERUNGEN
Ertragssuche

Als wenn das Zinsdilemma nicht schon genug Probleme verursachte, müssen viele Versicherer jetzt auch noch krisenseitig neue Ertragsquellen erschließen und sich zum Teil neu erfinden.

INVESTMENTFONDS
Profiteure in volatilen Zeiten

Auf welche Regionen, Sektoren und Assetklassen Fondsanleger 2021 setzen sollten, um sich auch im Krisenmodus ansehnliche Erträge zu sichern.

FINANZBERATER
Beratung in Krisenzeiten

Wie sich die Neukundengewinnung und die Beratung bestehender Klienten in Corona-Zeiten wandelt oder wandeln muss

SACHWERTANLAGEN/IMMOBILIEN
Sonderkonjunktur Corona

Sorgt der Krisenzustand in der Wirtschafts- und Finanzwelt für einen Hype bei der Anlage in Sachwerte wie Immobilien und Co.?

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

IMPRESSUM

HERAUSGEBER: Josef Depenbrock

CHEFREDAKTEUR: Frank O. Milewski

ARTDIRECTOR: Ingrid Scholz

REDAKTION:
Kim Brodtmann, Jörg Droste

VERANTWORTLICH FÜR SACHWERTANLAGEN:
Stefan Löwer

AUTOREN DIESER AUSGABE:
Holger Beitz, Scott Berg, Christian Euler, Heike Fürpaß-Peter, Alexander Hornung, Peyvand Jafari, Sebastian Langrehr, Horst Grätz, Dr. Esfandiar Khorrami, Martin Limbeck, Dr. Frank Schemmel, Dr. Thomas Schoeter, Jürgen Steinhauser, Herwig Teufelsdorfer, Katharina Weinbeck

LAYOUT: Gaby Krabbe (FM), Petra Pflug (FM)

LEKTORAT:
Dr. Gabriele Raudszus

VERTRIEB:
Karena Milewski

MEDIA SALES PRINT+DIGITAL:
Andreas Rullmann
Tel.: +49 (0)69/13816-821
E-Mail: rullmann@cash-online.de

Carsten Hagedorn
Tel.: +49 (0)40/51 444-195
E-Mail: hagedorn@cash-online.de

ANZEIGENDISPOSITION:
Susanne Carstens
Tel.: +49 (0)40/51 444-164
E-Mail: carstens@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 Heftes 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

Kreuzfahrt exklusiv

Azur°

November – Dezember 2020, 6 €, www.azur.de

NEUSTART

Mein Schiff wieder auf See

TRAUMREISE

Seychellen und Indischer Ozean

Luxemburg 7,00 €, Österreich 6,80 €, Italien 7,80 €, Schweiz 10,50 CHF

Jetzt im Handel

oder als ePaper
www.azur.de

FLUSSREISEN IM TREND

Rhein, Main und Donau

Sichere Routen, viel Vergnügen, schöne Aussichten

Bestnoten in allen drei Schichten

wwk-intelliprotect.de

IntelliWWKProtect® 2.0

Update inklusive!
WWK *IntelliProtect*® 2.0
Krisenfest. Wertsteigernd.

WWK *IntelliProtect*® 2.0

HÄRTETEST BESTANDEN. WERTE GESICHERT.

- Optimale Renditechancen mit dem iCPPI-Garantiesystem
- Exzellente Anlagemöglichkeiten durch freie Fondsauswahl inkl. Indexfonds
- Absicherung mittels Lock-in-Funktion
- Volle Transparenz dank Brutto-/Nettohochrechnung

Profitieren auch Sie von dem ausgezeichneten Schutz der starken Gemeinschaft.

WWK VERSICHERUNGEN Vertriebsberatung: +49 89 5114-2000 oder info@wwk.de

WWK
Eine starke Gemeinschaft