Deutschland
EUR 6,00
NR. 5 · MAI 2021
39. JAHRGANG
ÖSTERREICH EUR 6,70
www.cash-online.de

Cash.

VERSICHERUNGEN, FONDS, SACHWERTE

Special Sachwerte & Immobilien
Die Anlagetrends für 2021

Andreas Pohl, Vorstandsvorsitzender der DVAG: „Wir haben 2020 schnell reagiert und dem Vertrieb alle Werkzeuge zur digitalen Beratung der Kunden an die Hand gegeben.“

DEUTSCHE VERMÖGENSBERATUNG

„Trotz Corona war 2020 ein Rekordjahr für uns“

Die DVAG legte in fast allen Vertriebssegmenten zu.

STRATEGIE Neuer Amundi Deutschland-Chef im Interview · **PRIVATE KRANKENVERSICHERUNG** Kunden profitieren von digitalen Tools · **BETRIEBSRENTE** Wie das erste Sozialpartnermodell die bAV pusht · **GOLDFONDS** Verblasst der Glanz allmählich? · **EXTRA SACHWERTANLAGEN** Erfolg mit Immobilien und Private Equity · **VERTRIEB** Warum die Pandemie auch positive Impulse liefert

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

Kreativität gefragt

Die Corona-Krise stellt Deutschland auf eine harte Probe. Zu wenig Impfungen, zu wenig Testungen und daraus folgend zu viele Lockdowns und andere Maßnahmen, die allerdings auch immer wieder in den einzelnen Bundesländern mehr oder weniger kreativ umgangen und die Wirkung dadurch verwässert wird. Apropos kreativ. Das scheint die Eigenschaft der Stunde zu sein. Im Land der Dichter und Denker ist mal wieder Kreativität gefragt. Nicht das Jammern über die Missstände, die es natürlich gibt, sollte im Vordergrund stehen. Wehklagen und Lamentieren bringt niemanden weiter und die vielfach geforderten Perspektiven können nicht von der Politik verordnet, sondern nur von jenen entwickelt werden, die sie verlangen. Die Finanzdienstleistungsbranche geht hier mit gutem Beispiel voran. Das zeigt unsere Recherche bei Maklerpools und Vertrieben. Allen voran bei der DVAG, die zum wiederholten Mal ein Plus beim Umsatz meldet, trotz widriger Begleitumstände in 2020. Vorstandschef Andreas Pohl erläutert exklusiv unter dem Moto „Vom Krisen- in den Kreativmodus" bei uns, wie die guten Zahlen für das vergangene Jahr zustande kamen und was der Frankfurter Branchenprimus in diesem Jahr plant (siehe Interview ab Seite 138).

Im Zentrum der Kreativität steht einmal mehr die Digitalisierung, die, wenn mein Eindruck nicht täuscht, in der Finanzbranche bereits jetzt sehr viel stärker etabliert ist bzw. sich derzeit noch sehr viel dynamischer entwickelt als im Rest von Deutschland. Das Beispiel Fonds Finanz macht deutlich, wie sehr es in Pandemiezeiten erforderlich ist, eingefahrene Denkmuster zu überwinden und – hier ist es wieder – kreativ zu werden. Der Münchener Maklerpool kümmert sich neben der Digitalisierung des eigenen Geschäfts um die digitale Mobilmachung von deutschen Schulen. Ein Armutszeugnis für das deutsche Bildungswesen, das aufgrund seiner föderalen Struktur nur mangelhaft leistungsfähig ist. Schließlich stehen Seit Jahren stehen 5,5 Milliarden für die Digitalisierung der Schulen bereit. Bis zum Beginn der Pandemie war davon nur ein Bruchteil abgerufen worden und auch in den vergangenen zwölf Monaten waren erst zwei Prozent davon abgerufen. Wie schon erwähnt, die Vertriebsbranche ist da schon deutlich weiter – natürlich auch getrieben durch die Notwendigkeit, weiterhin erfolgreich zu sein und Vermittlern die richtigen Instrumente für die optimale Kundenberatung an die Hand zu geben. Bei Cash. berichten wir bereits lange über das Thema Digitalisierung. Aber anders als in der Zeit davor, als Digitalisierung oft nicht über den Status „graue Theorie" hinausgekommen ist und eher ein Selbstzweck war, haben die letzten Monate gezeigt, was durch Digitalisierung praktisch alles möglich ist. Und – ein letztes Mal noch – ohne ein hohes Maß an Kreativität und den unbedingten Willen, sich nicht einfach dem Schicksal zu ergeben, wäre es nicht so gut gelaufen. In diesem Sinne, bleiben Sie kreativ!

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; Tim Bröning, Fonds Finanz; Manuel Heyden, nextmarkets; Sebastien Galy, Nordea; Alexander Mozer, Ökoworld

VERSICHERUNGEN

16 **NEWS**

18 **GESUNDHEITSMANAGEMENT** Die Digitalisierung ist auch in der Privaten Krankenversicherung der größte Veränderungstreiber. Was das für den Geschäftserfolg der Anbieter bedeutet

22 **WARENHANDEL** Die Corona-Pandemie hat die Tätigkeit von Industrie und Handel deutlich erschwert. Kreditversicherer haben ihren Schutzschirm erweitert. Mit Erfolg?

25 **ESG-NEWS**

26 **INTERVIEW HDI** Dr. Patrick Dahmen, HDI Lebensversicherung, über eine Studie zur Altersvorsorge und das Finanzwissen der Generation Y

30 **SCHADENMANAGEMENT 2.0** Wie die Digitalisierung Wettbewerbsvorteile bei Kundenzentrierung und Prozessoptimierung bietet

32 **NACHHALTIGKEIT** Neue EU-Regeln sorgen für Verwirrung. Wie Makler und Vermittler mit den neuen Herausforderungen in Sachen ESG umgehen sollen

34 **CUSTOMER JOURNEY** Wie Versicherer den Kunden erfolgreich mit auf die Absicherungsreise nehmen

36 **DATENMANAGEMENT** Datengetriebene Geschäftsmodelle benötigen klare Regeln, um Risiken zu reduzieren und Potenziale zu nutzen

38 **KUNDENORIENTIERUNG** Ökosysteme sind der Schlüssel für den zukünftigen Erfolg der Versicherer. Wie sie gestaltet sein müssen

40 **DURCHBRUCH DER NEUEN BERIEBSRENTE** Das erste Sozialpartnermodell in der bAV steht. Cash. sprach mit den Initiatoren von Zurich und Talanx über die weiteren Perspektiven für den Markt.

43 **MEHR KUNDENKOMFORT** Versicherer dürfen die Kontoinformationen der Kunden nutzen. Und dann?

INVESTMENTFONDS

44 **NEWS**

46 **ESG-NEWS**

47 **BANKEN UND SPARKASSEN** Corona macht einen Wandel zum Vertrauensbroker und Life Coach nötig

48 **GLÄNZENDE INVESTMENTS** Hält der Höhenflug von Gold und Co. weiter an? Etwaige Abstürze vvließen sich mit der richtigen Fondsanlage minimieren

138 TITEL: INTERVIEW DVAG
Vorstandschef Andreas Pohl über das Erfolgsjahr 2020 und die Karrierechancen für Finanzprofis und Newcomer beim Branchenprimus

TITEL: DVAG, SHUTTERSTOCK.COM
FOTO: DVAG

52 E-COMMERCE Wie die Pandemie das Segment fördert und fordert

56 INTERVIEW AMUNDI Der neue Deutschland-Chef Christian Pellis im Strategiegespräch

60 FINANZKOMMUNIKATION Warum Anbieter und PR-Agenturen kaum noch den Nerv ihrer Kunden treffen

FINANZBERATER

128 NEWS

130 ESG-NEWS

132 VERTRIEB IN PANDEMIEZEITEN Wie stark die Einschnitte tatsächlich waren und wie es weitergeht

136 SMARTER KUNDENSERVICE Nur mit exzellenter Datenbasis gelingt eine professionelle Bestandsanalyse

138 INTERVIEW DVAG Vorsdtandschef Andreas Pohl über die Chancen und Herausforderungen in 2021

RECHT & STEUERN

142 BREXIT Wie deutsche Firmen jetzt noch in UK investieren können und was das steuerlich bedeutet

144 BETRIEBSGEHEIMNIS Ein neues Gesetz schafft große Herausforderungen beim Schutz des Geschäftsgeheimnis

SPECIAL SACHWERTE & IMMOBILIEN
Kaum eine Assetklasse ist so gefragt wie Sachwertanlagen und Immobilien. Mangels Anlagealternativen stehen die Produkte des Segments bei Anlegern hoch im Kurs. Die Spezialausgabe nennt die wichtigsten Markt- und Produkttrends. ab **SEITE 63**

EXTRA SACHWERTANLAGEN
Immobilien und Private Equity versprechen Anlegern satte Renditen
ab **SEITE 87**

RUBRIKEN

146 Vorschau
146 Impressum

26 Altersvorsorge Patrick Dahmen, HDI, über den Wunsch der Generation Y, richtig beraten und abgesichert zu sein

56 Agenda 2021 Christian Pellis, neuer Deutschland-Chef von Amundi, im Strategiegespräch

132 Ansichten Martin Pöll und Stefanie, beide Telis Finanz, befürchten starke Segmentierung des Vertriebsmarktes infolge Corona

FOTOS: JOHN M. JOHN / HDI, SLAVICA, R-PHOTO.DE

KOLUMNE

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

Wie würde Deutschland an der Börse bewertet?

Man stelle sich vor, Deutschland wäre ein börsennotiertes Unternehmen. Wie würde die Deutschland-Aktie wohl bewertet? Und wie sähen die Ausblicke auch im Hinblick auf die Bundestagswahl aus? Bei der Berichtssaison der Deutschland-Aktie würde das bisherige Management der Corona-Krise beurteilt. Na ja, Berlin hätte mit Nachdruck mehrere hundert Millionen Impfdosen bei BioNTech ordern müssen. Das Unternehmen hat doch massiv staatliche Hilfe erhalten. Dem Vorwurf von „Impfnationalismus" wäre leicht zu begegnen gewesen: Nach Abzug des deutschen Bedarfs hätte Berlin den Großteil nach Europa und in die Welt verschenkt. Diese zunächst große finanzielle Belastung hätte sich mit einer schnellen Durchimpfung und entsprechender Öffnung der Wirtschaft zügig bezahlt gemacht. Denn eine Woche Lockdown kostet Deutschland ca. vier Milliarden Euro. Außerdem wäre es ein kluger politischer Schachzug gewesen. Deutschland hätte Europa in der Pandemie zusammengehalten.

Nicht zuletzt hat die deutsche Politik die Zeit im Sommer 2020, als die Infektionszahlen fielen, nicht Eichhörnchen-ähnlich für die konsequente Beschaffung von Masken und Tests genutzt. Jetzt müssen sich die Politiker von einer Notlösung zur nächsten hangeln. Ein Lockdown jagt den anderen. So wird die Psyche der Menschen mit allen auch gesundheitlichen Folgen zertrümmert und werden unzählige Firmenpleiten in Kauf genommen. Dagegen verzichtet das Management der Deutschland-Aktie, Politiker und Experten, die uns allabendlich mit ihren „frohen" Botschaften erheitern, auf keinen Cent. Durch ihren zunehmenden Bekanntheitsgrad ergattern sie sogar schöne Honorarvorträge. Sie sind klare Corona-Gewinner. Übrigens, die uns vorgegebenen Verhaltensmaßnahmen sind oft genug eine Beleidigung für den gesunden Menschenverstand. So steht man in Bus und U-Bahn eng aneinander wie Sardinen in der Dose, doch an der Bushaltestelle müssen Abstandsregeln eingehalten werden. Urlaub auf Malle ist grundsätzlich möglich, aber nicht in Odenwald und Eifel. Der Vorstand ist nicht nur verantwortlich für das, was er tut, sondern auch für das, was er nicht tut. Es wird zu viel verwaltet und moderiert, zu wenig gestaltet und regiert. Natürlich könnte aus einem Corona-Verlierer auch ein -Gewinner werden. Würde der Impfturbo eingeschaltet, könnte die Deutschland AG zur rund laufenden US- oder Israel-Aktie aufschließen.

Die coronale Pleiten-, Pech- und Pannen-Politik bringt auch die bislang fehlende Digitalisierung zum Vorschein wie die Ebbe den Unrat im Flussbett. Virtuelle Nachverfolgung von Infektionsherden oder technisch fortschrittliche Ausstattung von Gesundheitsämtern? Fehlanzeige! Und jetzt mal ehrlich: Warum sollten sich in- und ausländische Firmen für den deutschen Standort entscheiden, wenn die digitale Infrastruktur vielfach schlechter als in Angola ist. Warum nach Germany kommen, wenn wir bei Strompreisen als den Arbeitskosten der industriellen Neuzeit tatsächlich um den Weltmeister-Titel spielen?

Hört man auf die aktuellen politischen Töne, ist von Restrukturierung allerdings wenig zu hören. Frühere Reformen sollen sogar rückabgewickelt werden. So mancher Bewerber um ein politisches Spitzenamt, der damals noch die Werbetrommel der Effizienzsteigerung gerührt hat, denkt heute: „Was kümmert mich mein Geschwätz von gestern". Der Zeitgeist hat sich geändert. Vielleicht sollte man den Bundesadler durch einen anderen Vogel ersetzen, den Wendehals. Es gibt tatsächlich politische Kreise, die wider besseren Wissens behaupten, Deutschland sei zu wenig Sozialstaat und es herrsche ein ungezügelter, inhumaner Kapitalismus vor. Hier haben wir es mit einem Musterbeispiel billigster Polemik und Ideologie zu tun. Wo sind wir unsozial?

Dennoch werden mit viel Schaum vor dem Mund Enteignungsphantasien gespielt, die Moral, Sitte und Fairness herstellen sollen. Staatswirtschaft ist keine bessere Alternative. Steuererhöhungen, staatliche Unternehmensleitung, Verbotspolitik und Innovationsalarm haben noch nie wirtschaftlichen Erfolg gebracht. Welchen Nutzen hat eine Vermögenssteuer, die ausgerechnet die Basis des deutschen Wirtschaftserfolgs und der Arbeitsplatzsicherung bei eigentümergeführten Firmen des Mittelstands trifft, um den uns die ganze Welt beneidet? Zeigt die Staatswirtschaft ihr hässliches Gesicht, wird der Exodus von Unternehmen und damit Arbeitsplätzen zum neuen deutschen Exportschlager.

Statt Sozialneid zu schüren, dass Reiche über Immobilienbesitz und Aktien noch reicher werden, sollte man möglichst viele Bürger über die Abschaffung von administrativen Bauhemmnissen wie z.B. die Freigabe von Wohnflächen wie das Tempelhofer Feld in Berlin und staatliche Förderung des Aktiensparens Teilhabe ermöglichen. Man könnte auch von Volks-Kapitalismus sprechen.

Das Instrument dazu ist die Soziale Marktwirtschaft, die sich am Leistungsprinzip orientiert. Denn nur so lässt sich eine möglichst starke, technisch innovative und wachsende Wirtschaft erreichen. Und erst diese schafft Arbeitsplätze, Wohlstand und macht soziale Leistungen bezahlbar.

Es ist doch eine Schnapsidee, die EZB als Big Spender für moralisch einwandfreie, politisch stets korrekte und hemmungslose Staats- und Sozialausgaben zu missbrauchen. Da soll den Bürgern vorgaukeln, dass es auch ohne Anstrengung geht. Doch das macht eine Wirtschaft auf Dauer behäbig, träge und schwächt sie schließlich gegenüber der brutalen Konkurrenz aus Amerika und Asien. Am Ende stehen Wohlfahrtsverluste und fehlende Arbeitsplätze. Das weiß doch jeder Kassenwart eines Kegelclubs.

Ebenso muss die ohne jeden Zweifel wichtige grüne Wirtschaftswende mit den Werkzeugen der sozialen Marktwirtschaft umgesetzt werden. Bitte kein befehlender, rein ideeller „Öko-Stalinismus", der uns alle zum Glück zwingen will. De-Karbonisierung darf nicht De-Industrialisierung bedeuten. An Umweltschutz darf man durchaus verdienen und er muss auch Ersatzarbeitsplätze bieten. Überlassen wir bitte nicht auch noch diese Wachstumspotenziale der Konkurrenz.

Wäre Deutschland als Aktie börsennotiert, wäre sie momentan zwar kein Überflieger. Aber man kann sich ja wieder in Richtung sozialer Marktwirtschaft drehen. Kommt aber nach der Bundestagswahl der konsequente Marsch in die Staatswirtschaft, bekommt der Begriff Aktien-Crash eine ganz neue Bedeutung. Und von Dividende brauchen wir dann erst gar nicht zu sprechen.

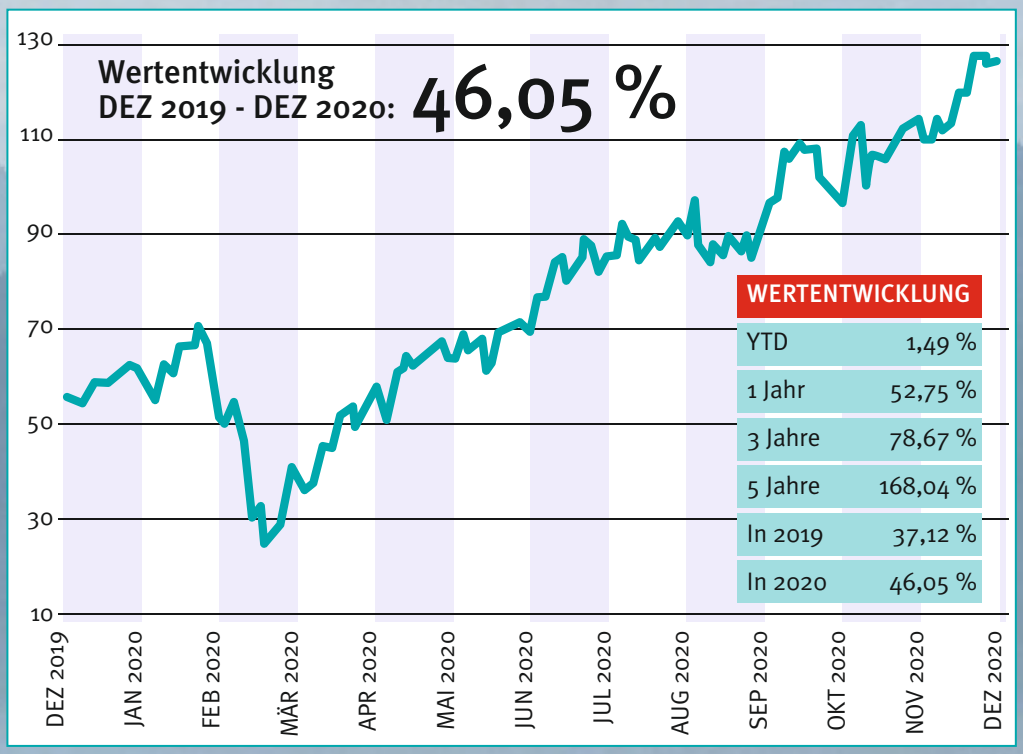
Rechtliche Hinweise / Disclaimer und Grundsätze zum Umgang mit Interessenkonflikten der Baader Bank AG: https://www.roberthalver.de/Newsletter-Disclaimer-725

Performance Jan.-Dez. 2020: 46,05%

ALLE SAGTEN: „DAS GEHT NICHT.“

DANN KAM EINER, DER WUSSTE DAS NICHT, UND HAT‘S EINFACH GEMACHT.

Geben Sie Geld eine klimafreundliche Richtung. Mit unserem Klimaschutzfonds ÖKOWORLD KLIMA. Für Gewinn mit Sinn.



WERTENTWICKLUNG	
YTD	1,49 %
1 Jahr	52,75 %
3 Jahre	78,67 %
5 Jahre	168,04 %
In 2019	37,12 %
In 2020	46,05 %

DEUTSCHER FONDSPREIS 2020
»HERAUSRAGEND«
Ökoworld Klima C
Sustainable Investments
Im Test: 4.843 Fonds
FONDS

26. Februar 2021.
Nach Abzug sämtlicher Kosten des Fonds.

Investmentfonds unterliegen Wertschwankungen. Wertentwicklungen aus der Vergangenheit sind keine Garantie für zukünftige Wertentwicklungen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Petra Ernhardt unter **0 2103 | 28 41-0**.
Weitere Informationen auch unter **www.oekoworldklima.com**

ÖKOWORLD AG, Itterpark 1, 40724 Hilden | Düsseldorf, E-Mail: info@oekoworld.com

ÖKOWORLD KLIMA

KOLUMNE

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

Social Media – noch lange nicht out

Nicht erst seit Corona verlagert sich das Finanzgeschäft mehr und mehr ins Internet. Das ist auch gut so. Die Zukunft ist digital und Online-Marketing wesentlich komfortabler, als Klinken zu putzen oder Telefonbücher durchzuklingeln. Wie unkompliziert Berater eine Erfolg versprechende Kampagne im World Wide Web aufstellen können, merken viele erst, wenn sie es ausprobieren. Mit den richtigen Kniffen gelingt es auch Skeptikern, digital mitzuspielen und Leads in Kunden zu verwandeln. Das Gleiche gilt für Social Media.

Doch inzwischen hadern die ersten Berater mit den sozialen Kanälen. „Nichts mehr zu holen", klagen sie. Vor zwei, drei Jahren hätte es noch wunderbar funktioniert, über Xing neue Kunden zu gewinnen. Heute seien die Portale wie LinkedIn und Co. überflutet von Beratern, Coaches und Dienstleistern, die alle Geschäft machen wollen. Nicht ganz zu Unrecht lautet daher die Frage: Ist Social Media gestorben? Funktioniert Neukundengewinnung hier überhaupt noch? Lohnt es den nächsten Trend abzuwarten?

Meine Meinung: Social Media lebt mehr als je zuvor. Aber hier zu überzeugen, funktioniert nicht per Fingerschnipsen. Es ist komplexer geworden. Als ich vor 20 Jahren angefangen habe, Google-Anzeigen zu schalten, habe ich 1-2 Euro pro Lead bezahlt. Heute würde das Ganze wohl das Hundertfache kosten. Das nennt sich Marktwirtschaft. Wenn etwas gut funktioniert, springen viele Wettbewerber auf den Zug. Deshalb wimmelt es inzwischen auch auf den sozialen Plattformen von Anbietern. Jeder will ein Stück vom Kuchen. Trotzdem ist Kundengewinnung über Social Media möglich. Der Unterschied: Berater brauchen heute mehr Fokus und einen langen Atem. Wer folgende drei Erfolgsfaktoren berücksichtigt, hebt sich von der Masse ab.

1. Klare Positionierung

Natürlich ist am Anfang jede Plattform erst mal fremd: Wie funktioniert das hier? Herzchen oder Daumen? Verlinkungen oder Shares? Duzen oder Siezen? Soll ich Videos posten? Wo kriege ich Bilder her? Wie lang darf der Text sein? Aus Unsicherheit, Zeitmangel oder Bequemlichkeit orientieren sich viele an den Social-Media-Themen, die der Vertrieb, die Gesellschaft oder die Verbände vorgeben. Die Folge: Die Kunden sehen immer wieder dieselben Inhalte. Gleichzeitig haben diese keinen Bezug zum individuellen Finanzexperten. Wie könnten sie auch? Somit sind die Profile der Berater extrem austauschbar und wenig ansprechend für den Kunden.

Damit der Einzelne nicht im Social-Media-Strom versinkt, hilft nur eins: Finanzberater müssen ihre Positionierung finden und sichtbar machen – ohne klare Orientierung geht es nicht. Im Bereich des Coachings und Consultings stehe ich beispielsweise für „Als Finanzberater an die Spitze". Alles, was ich tue, folgt diesem Thema. Und auch wenn einigen der Ruf nach Positionierung schon aus den Ohren herauskommt: 95 Prozent der Finanzberater machen es noch immer falsch und arbeiten nach dem Bauchladen-Prinzip. Für eine Positionierung brauchen Experten aber ein klares Bild darüber, wer ihre Kernkunden sind und welches Nutzenversprechen sie ihnen liefern. Wen genau will der Berater erreichen und was hat er für diese Menschen in petto?

2. Anfangen, dranbleiben, durchhalten

„Wer nicht kämpft, hat schon verloren." Ein Kampf ist Social Media zwar sicher nicht, aber trotzdem zählt hier die Devise: anfangen, dranbleiben, durchhalten. Es klingt profan, erweist sich aber doch als Teil des Erfolgs. Auch ich habe im letzten Jahr von null angefangen, als ich mein Profil auf Instagram gestartet habe. Vorher war ich hauptsächlich auf Facebook und LinkedIn unterwegs. Vor einiger Zeit galt Instagram noch als Portal für Jüngere. Doch auch diese App wird älter, sodass mittlerweile meine Kernkunden ebenfalls dort unterwegs sind und der Kanal ein wichtiger Multiplikator geworden ist.

Wer sich im ersten Schritt vornimmt, auf einer Plattform aktiv zu werden, darf im zweiten Schritt nicht aufgeben. Nach den ersten zwölf Monaten haben Sie den Stein ins Rollen gebracht, sehr gut. Wer weiter aktiv bleibt und seiner Zielgruppe konsequent Inhalte passend zur Positionierung bietet, erntet bald die Lorbeeren. Er hebt sich ab von den vielen, die die Flinte frühzeitig ins Korn werfen, die ihre Kanäle vernachlässigen oder verwaisen lassen. Follower merken, wenn der Mensch hinter dem Profil es ehrlich meint oder eben nicht. Sie erkennen, wenn ein Berater etwas auf dem Kasten hat, Qualität liefert und mit einzigartigem Konzept Erfolge einfährt.

3. Unterstützung holen

Die Betreuung der sozialen Kanäle eignet sich perfekt, um sich Hilfe ins Boot zu holen. Entweder eine persönliche Assistenz, ein Azubi oder auch ein externer Partner können Berater ideal bei der Content-Produktion unterstützen. Auch wenn es darum geht, Anfragen zu beantworten, auf Feedback einzugehen oder Likes, Kommentare und Nachrichten zu bearbeiten, entlastet Hilfe sehr. Bei mir funktioniert eine Mischung am besten: Teilweise kümmere ich mich selbst um die Postings erstelle Stories bei Instagram, poste meine Einschätzung zu aktuellen Themen. Gleichzeitig kümmern sich aber auch Mitarbeiter um Chats oder Bildmaterial.

Egal, wer genau den Klick zum Posting absendet, jede Aktivität sollte den Kernkunden des Beraters Nutzen bringen. Wer diese drei Eckpfeiler beachtet, kann sich trotz wachsender Rush Hour im Newsfeed hochwertig von der Masse abgrenzen, Einzigartiges kreieren und nachhaltig Geschäft aufbauen – heute und auch in den nächsten Jahren.

Berater dürfen sich trauen, einfach anzufangen. Und auch die Route zu ändern. Wenn Xing nicht mehr funktioniert, dann vielleicht eine andere Plattform!? Wenn auf Texte keiner reagiert, dann vielleicht auf Videos!? Social Media ist keine Raketenwissenschaft. Doch wer heimlich hofft, dass die sozialen Kanäle aussterben, fährt die falsche Taktik. Jahr für Jahr werden so immer mehr Finanzberater an ihm vorbeiziehen – und nicht nur Digital Natives, sondern auch eingesessene Branchenprofis, die erkannt haben, dass LinkedIn und Co. tolle Möglichkeiten bieten, um Kunden zu gewinnen. Wer versucht, das Thema auszusitzen, wird verdammt lange warten müssen.

Werbemitteilung

Investieren Sie in die Vermögensklasse Wohnimmobilien

ZBI Werthaltige Investments

Emissionshaus mit über 20 Jahren Erfahrung
am deutschen Wohnimmobilienmarkt

Entwicklung von Wohninvestments
für private und institutionelle Anleger

Mehr als 750 kompetente Mitarbeiter
für Ein-/Verkauf, Verwaltung, Sanierung und Projektentwicklung

Dies ist eine unverbindliche Information der ZBI Fondsmanagement AG, Henkestraße 10, 91054 Erlangen, die keine Anlageberatung oder Anlagevermittlung für eine Beteiligung an den durch die ZBI Fondsmanagement AG aufgelegten Fonds darstellt. Weitere Informationen finden Sie auf der Website www.zbi-kvg.de.

Erfahren Sie mehr auf
www.zbi.de

ZBI Zentral Boden Immobilien Gruppe

KOLUMNE

Tim Bröning
ist Mitglied der Geschäftsleitung der Fonds Finanz Maklerservice GmbH und verantwortlich für den Bereich Non-Insurance, Finance & Legal.

Der „Point of no return"

Irgendwann ist der Punkt erreicht, an dem es kein Zurück mehr gibt. Man mag sich das vielleicht nicht eingestehen und die Folgen des eigenen Handelns sind meist auch nicht sofort sichtbar. Insgeheim weiß man aber, dass es von nun an nicht mehr in seiner Macht liegt, wie sich die Dinge entwickeln werden. Im Englischen wird das auch als der „Point of no Return" bezeichnet.

In genau dieser Situation befinden sich Staaten und Notenbanken. Mit immer neuen Schulden wurde in der Vergangenheit versucht, Weltwirtschaft und Kapitalmärkte vor großen Einbrüchen und Krisen zu schützen. Nachdem die Finanz- und Realwirtschaft auf Grund der Lehman-Pleite 2008 am Rande des Ruins stand, sprangen weltweit die Regierungen und Notenbanken ein, um angeschlagene Banken und Unternehmen mit bis dahin unvorstellbaren Liquiditätsspritzen zu retten. Das gleiche geschah noch einmal vor etwa einem Jahr, als die Corona-Krise globale Ausmaße annahm. Einziger Unterschied: Die bereitgestellten Mittel für groß angelegte Konjunkturpakete, Hilfen für ganze Industriezweige und für uns Bürger fielen um ein Vielfaches höher als in der Vergangenheit aus und kamen auf den bereits vorhandenen Schuldenberg noch obendrauf. Mittlerweile beträgt die globale Verschuldung laut Internationalem Bankenverband knapp das Vierfache des weltweiten Bruttoinlandsprodukts.

Das nötige Geld für diese Maßnahmen stammt dabei aber nicht vom berühmten „Festgeldkonto", sondern direkt aus der Notenpresse. In den USA wurden unvorstellbare 20 Prozent aller jemals gedruckten US-Dollar Noten allein 2020 in Umlauf gebracht. Staaten und Notenbanken arbeiten mittlerweile Hand in Hand. Wenn Politiker Geld für ein neues Konjunkturpaket benötigen, kaufen die Notenbanken der USA oder Europas die neuen Schulden kommentarlos auf. Kurzfristig ist das eine Win-Win-Situation: Finanzminister und Staatsoberhäupter können in ihren Spendierhosen von der Bazooka sprechen oder wie in den USA geschehen, 1.400-Dollar-Schecks an ihre Bürger verteilen. Gleichzeitig sorgen die Notenbanken mit ihren Niedrigstzinsen und den Anleihekäufen für optimale Finanzierungsbedingen, was so viel heißt wie: Wer sich Geld leihen möchte, um zu investieren, kann das nahezu unbegrenzt tun. Auf den ersten Blick geht diese Strategie auch auf, wie ein Blick auf die Höchststände bei Aktien- und Anleihekursen oder den Immobilienpreisen veranschaulicht.

Längerfristig wird ein solches Vorgehen aber zum Problem. Das Vertrauen in die Notenbanken und die Geldwertstabilität sinkt dramatisch und führt dazu, dass es auf Grund der massiv gestiegen Geldmenge früher oder später zu Preissteigerungen, also zur Inflation, kommen wird. Anfangs sind höhere und moderate Inflationsraten noch kein Problem und oftmals sogar gewollt. Es steigen nämlich nicht nur die Preise, sondern die künstlich verursachte Geldentwertung wirkt sich auch schuldenreduzierend und wirtschaftsfördernd aus, was nicht zuletzt die Politiker erfreut. Bereits jetzt steigt die Inflation in den USA und in Europa an, wenn auch noch von niedrigem Niveau. In ein Dilemma geraten die Notenbanken aber, wenn die Inflation nicht moderat steigt, sondern aus dem Ruder läuft. Dann nämlich kommt es zum Schwur: Eigentlich müsste die Notenbank der steigenden Inflation mit Zinserhöhungen entgegenwirken, um die Geldentwertung zu stoppen. Bei den astronomischen Schuldenständen in den USA oder Europa ist das aber nicht möglich, da höhere Zinsen für hochverschuldete Staaten unweigerlich zur Katastrophe führen.

Wie man es auch dreht und wendet, die Notenbanken befinden sich in einer fast aussichtlosen Situation, aus der es keinen einfachen Ausweg gibt. Erhöhen Notenbanken die Zinsen, werden Staats- und Unternehmenspleiten folgen. Setzen die Notenbanken den eingeschlagenen Weg des billigen Geldes dagegen fort, wird sich die Geldentwertung beschleunigen. In beiden Fällen werden sich Investoren in großem Stil von Papierwerten trennen und in die nicht beliebig vermehrbaren Sachwerte wie Aktien und Edelmetalle flüchten. Wer sich nicht auf die Notenbanken verlassen möchte, der kauft den ultimativen Sachwert Gold, und das spätestens am „Point of no Return".

Tschüss Miete!

Im Jahr 2021 müssen Mieterinnen und Mieter in Deutschland 69 Tage für ihre Wohnkosten arbeiten.

Dreieinhalb Monatseinkommen pro Jahr geben Menschen in Deutschland im Schnitt für ihre Kaltmiete aus. Erwirtschaftet haben sie die Jahresmiete 2021 nach 69 Arbeitstagen, also am 13. April. Deshalb feiert die Bausparkasse Schwäbisch Hall an diesem Tag den Mietfrei-Tag. 69 Arbeitstage, 102 Tage oder dreieinhalb Monate: So lange dauert es im Schnitt, bis sich die Bewohner in Deutschland ihre Jahresmiete 2021 erarbeitet haben. Rechnerisch ist demnach in diesem Jahr der 13. April der erste mietfreie Tag für die Bundesbürger. Ausgewertet hat das die Bausparkasse Schwäbisch Hall auf Basis des Mikrozensus des Statistischen Bundesamts und anhand der Mietbelastungsquote. Sie bestimmt, wie viele Tage Mieter statistisch gesehen arbeiten müssen, um ihre Jahresmiete zu verdienen. In den sieben größten deutschen Städten müssen Mieterhaushalte sogar länger arbeiten. Im Schnitt sind es acht Arbeitstage mehr, bis sie mietfrei sind. Denn höhere Mietpreise führen dort zu einer höheren Mietbelastungsquote. Zudem variiert das Einkommensniveau von Stadt zu Stadt. Mieter in München und Köln müssen sich bis zum 30. April gedulden. In Frankfurt zahlen Mieter bis zum 28. April, in Düsseldorf bis zum 27., in Hamburg bis zum 26., in Stuttgart bis zum 21. und in Berlin bis zum 19. April.

KOLUMNE

Sébastien Galy
ist Senior-Makrostratege bei Nordea Asset Management.

Globale wirtschaftliche Erholung in Sicht

Im 1. Quartal zeigten sich die ersten Anzeichen für ein Wiederanziehen der Weltwirtschaft dank Impfstoffen und umfangreichen Staatsausgaben. Für das 2. Quartal erwarten wir eine langsame Erholung der Weltwirtschaft, die sich in der zweiten Jahreshälfte beschleunigen dürfte. Die Inflation wird voraussichtlich zunehmen, da sie von einem niedrigen Niveau (Basiseffekt) kommt, aber die Zentralbanken werden dies wahrscheinlich ignorieren. Wir sind der Ansicht, dass ein Umfeld, in dem sich das Wachstum erholt und die Zentralbanken sich zurückhalten, die Schwellenländer unterstützt – insbesondere da die chinesische und letztendlich auch die indische Volkswirtschaft ebenfalls anziehen. Doch es gibt auch eine Kehrseite. Wenn sich die wirtschaftliche Lage weltweit verbessert, werden auch die Sorgen wieder zunehmen, dass das Ende der lockeren geldpolitischen Bedingungen bevorsteht. Das wiederum bedeutet eine steilere Zinskurve in den USA und Druck auf Wachstumsaktien. In einem solchen Umfeld können börsennotierte Infrastruktur, flexible Lösungen und gedeckte Schuldverschreibungen (Covered Bonds) die Risiken eines typischen Portfolios reduzieren.

Ein bisschen Optimismus für Europa

Die europäische Wirtschaft wird laut wirtschaftlichem Konsens im Jahr 2021 voraussichtlich um 4,3 Prozent wachsen, wobei die Lieferung von Impfstoffen, insbesondere in Deutschland, langsamer als in den Vereinigten Staaten erfolgt. Diese Situation dürfte sich hoffentlich verbessern, sobald mehr Impfstoffe verfügbar werden. Das Covid-19-Finanzpaket der EU bietet auch viel Hoffnung für die Peripherie – ganz besonders Mario Draghis Paket über 200 Milliarden Euro für Italien. Die Europäische Zentralbank (EZB) dürfte sich für eine ganze Weile zurückhalten, auch wenn die Inflation im 2. Quartal zunimmt – hinzu kommt, dass die EZB gegen größere Anstiege der Staatsanleihenrenditen kämpft.

Wirtschaftliche Erholung in den USA

Die US-Wirtschaft wird im Jahr 2021 voraussichtlich um mindestens 5 Prozent wachsen. Mit einem Fiskalpaket über 1,9 Billionen US-Dollar in den Vereinigten Staaten und einem weiteren wahrscheinlichen Paket in Höhe von 3 Billionen US-Dollar wird das Wachstum den Konsens aller Wahrscheinlichkeit nach jedoch übersteigen. In der Debatte geht es hauptsächlich darum, ob dies inflationär genug sein wird, damit die US-Notenbank Fed darauf reagiert. Diese Debatte dürfte in den nächsten Monaten immer wieder an den Märkten aufkommen und einen gewissen Aufwärtsdruck auf die Zinskurve der US-Staatsanleihen ausüben. Wir gehen davon aus, dass die Fed bis 2023 in Wartehaltung bleibt und 2022 die Anleihekäufe reduziert.

Erholung der chinesischen Wirtschaft

China erlebt eine Abschwächung, da die Covid-19-Fälle wieder zugenommen haben – dies dürfte jedoch wieder abklingen. Die Fiskalpolitik bleibt locker, während der Konsum nach wie vor hinter den Erwartungen zurückbleibt, sich aber verbessern sollte, wenn der Arbeitsmarkt anzieht. Die Exporte sind stark und dürften aufgrund der höheren globalen Nachfrage wachsen. Vor allem die Halbleiterexporte im asiatisch-pazifischen Raum sollten weiter ansteigen. Angesichts dessen sowie erhöhter Risiken im Wohnungsbau und in gewissem Maße auf dem Finanzmarkt wird die chinesische Zentralbank die Zinssätze in der zweiten Jahreshälfte, in der mit einem Wachstumstrend von 8 Prozent gerechnet wird, wahrscheinlich nur um 20 Basispunkte anheben. Zusätzlich zur Einhaltung des Fünfjahresplans mit Schwerpunkt auf Technologie, grünen Initiativen und Konsum wird die Regierung wahrscheinlich weiterhin ein Programm zur vorsichtigen Risikominderung der Immobilien- und Finanzsysteme verfolgen. China wird angesichts des Risikos einer Konfrontation mit den USA wahrscheinlich weniger in seinen Devisenmarkt eingreifen.

Auswirkungen auf Investitionen

Die Erholung der Wirtschaft in China und letztendlich auch in Indien lässt sich über die Aktien im asiatisch-pazifischen Raum abbilden. Wir konzentrieren uns auch auf das Thema „Social Empowerment" – einen Megatrend, der von mehreren Faktoren (ökonomisch, sozial und technologisch) unterstützt wird. Gleichzeitig können Aktien zu einem gewissen Teil als Absicherung gegenüber der Inflation betrachtet werden. Falls die Wirtschaft überhitzt, sollte der Sektor der globalen börsennotierten Infrastruktur immer noch von den Staatsausgaben in Europa und den USA profitieren. Hierbei handelt es sich um eine defensive Anlageklasse, deren Titel mit historischen Abschlägen gehandelt werden und die durch den Fokus auf langfristige Trends wie alternde Infrastrukturanlagen, Dekarbonisierung und Datenwachstum weiteres Wachstumspotenzial verspricht. Eine steilere Kurve dürfte auch europäischen Finanzschuldtiteln zugutekommen, während gedeckte Schuldverschreibungen Sicherheit bieten, insbesondere bei niedriger Duration.

Fazit

Das Umfeld im 2. Quartal dürfte für riskante Vermögenswerte weitgehend unterstützend sein, obwohl die Angst vor anhaltenden Anstiegen der Inflation dieses Szenario verändern könnte. Wir gehen davon aus, dass sich daraus phasenweise eine stärkere Volatilität ergibt, ebenso wie Phasen mit niedrigeren Wachstumserwartungen. Daraus resultiert weiterhin die Empfehlung zu flexiblen Lösungen, die sich mittels dynamischer Asset-Allokation schnell an neue Umstände anpassen können.

KOLUMNE

Manuel Heyden
ist Mitgründer und CEO von nextmarkets.

DAX neu sortiert: Gibt es den Index-Bonus?

Am 3. März war es wieder soweit. Die Deutsche Börse, als Rechteinhaberin des DAX, verkündete seine turnusgemäße Neusortierung. Wichtigste Mitteilung: Die Siemens Energy AG ersetzt die Beiersdorf AG, die wiederum in den MDAX wechselt und dort den Platz von Siemens Energy einnimmt. Der Positionstausch ist ein herber Schlag für den Nivea-Hersteller, der sich allerdings zunächst nicht im Börsenkurs widerspiegelte. Doch dazu später.

Neben dem unfreiwilligen Neuzugang Beiersdorf AG gab es im MDAX (60 mittelgroße Firmen) drei weitere Wechsel: Die Porsche Automobil Holding verdrängt die Aareal Bank AG, die auf Basis der Fast-Exit-Regel rausgefallen ist. Die Encavis AG tauscht mit der Metro AG die Plätz. Gleiches passierte mit der Nordex SE und Osram Licht AG. Neben den bereits Erwähnten gab es auch eine Etage tiefer, im SDAX, weitere Bewegungen: Dort sticht Absteiger Aareal Bank AG die Hornbach Baumarkt AG aus. Halbleiterhersteller Süss Microtec SE verweist Cropenergies AG vom Platz, gleiches tut die SGL CARBON SE mit SNP Schneider-Neureither & Partner SE. Die Leoni AG schließlich ersetzt die Deutsche Beteiligungs AG.

Marktkapitalisierung im Streubesitz und Börsenumsatz zählen für Auf- oder Abstieg

Ein beeindruckendes Stühlerücken: Die Deutsche Börse entscheidet über Auf- und Abstiege anhand der Marktkapitalisierung der Aktien im Streubesitz und des Börsenumsatzes. Um in den DAX aufzusteigen, müssen Unternehmen bei beiden Kriterien mindestens auf Rang 30 liegen. Basis für die Änderungen sind auch die neuen Regeln, die mit der ersten Stufe der Dax-Reform Ende Februar eingeführt worden sind. Hierzu gehören verpflichtende Finanzberichterstattung für Jahresabschlüsse und Quartalsberichte sowie die Verpflichtung, einen Prüfungsausschuss im Aufsichtsrat nachzuweisen.

Wer im Einzelnen zu den Auf- und Absteigern gehört – das ist für Marktakteure vor allem im Vorfeld immer die große Frage. Während die Kriterien Marktkapitalisierung und Börsenumsatz leicht zu errechnen sind, ist dies bei anderen Punkten nicht so eindeutig: Die neue Regel, einen unabhängigen Prüfungsausschuss im Aufsichtsrat zu belegen, gilt dabei als sehr komplex und somit schwer vorhersehbar. Siemens Energy profitiert mit dem Aufstieg schon jetzt von dieser umfassenden Indexreform. Die Siemens AG hatte seine Energietechniktochter erst im September des letzten Jahres abgespalten. Mit einer Marktkapitalisierung von 16 Milliarden Euro war es die bislang größte Abspaltung eines Unternehmensteils in Deutschland. Bereits im Dezember 2020 stieg die Aktie in den MDAX auf. An die Börse gebracht wurde das Unternehmen zu einem Kurs von 22,01 Euro. Nach einer zunächst ernüchternden Kursentwicklung stieg die Aktie im Januar auf bis zu 34,48 Euro. Seither ist sie leicht gefallen und gab auch am Tag nach der Verkündung nach. Gleichzeitig legte die des DAX-Absteigers Beiersdorf zu und verbesserte sich auch in den Tagen danach stetig.

Dieses Beispiel zeigt bestens, dass es den oft propagierten automatischen Index-Bonus genauso wenig gibt, wie offenbar eine prompte Abstrafung des Absteigers. Und dies ist keine Momentaufnahme: Wie das Multi Family Office HQ Trust berechnet hat, brachte ein DAX-Aufstieg den Neulingen in der Regel direkt nach der Aufnahme wenig Glück. Nur in acht von 25 Fällen konnten sie in den ersten zwölf Monaten ein besseres Ergebnis abliefern als der Leitindex. Es ist also wesentlich sinnvoller, die Aktien weit vor dem Einzug zu identifizieren und in das eigene Portfolio aufzunehmen – statt sie nach der offiziellen Aufnahme zu halten. Im Umkehrschluss zeigt Beiersdorf, dass der Ausschluss aus dem Top-Index kein Beinbruch ist.

Komplexe Regeln machen Index-Aufnahme schwer vorhersehbar

Beinahe wäre allerdings der Kochboxenversender Hellofresh statt Siemens Energy aufgestiegen. Allerdings griff hier eine andere Regeländerung. Danach müssen Unternehmen, die in den DAX aufsteigen wollen, für die beiden zurückliegenden Jahre einen Gewinn vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen nachweisen. Hieran ist Hellofresh gescheitert – obwohl das Papier bei Marktkapitalisierung und Börsenumsatz vor Siemens Energy lag und ausweislich der Jahresbilanz auch das zweite Jahr in Folge profitabel war. Doch hat das Unternehmen diese positiven Zahlen nicht bis zum Stichtag für die Indexberechnung vorgelegt. Der Kurs des Corona-Gewinners Hellofresh hatte sich binnen eines Jahres mehr als verdreifacht, hatte aber jüngst wieder um knapp 20 Prozent nachgegeben.

Eine weitere Regeländerung hat dem prominenten Neuzugang Porsche SE in den MDAX verholfen: Porsche hatte sich lange dagegen gesperrt, wie gefordert, Quartalsberichte zu veröffentlichen. Inzwischen legt jedoch die Holding – in der die Familien Porsche und Piëch gut 53 Prozent der Stammaktien von Volkswagen halten – Dreimonatszahlen vor. Der Kurs der Porsche SE profitiert vom aktuellen Erstarken der zyklischen Automobilaktien und Volkswagen im Besonderen und ist in nur wenigen Monaten um mehr als 50 Prozent gestiegen.

Der nächste Termin für die planmäßige Überprüfung der DAX-Indexfamilie ist der 3. Juni 2021. Doch im September folgt der Höhepunkt: Dann wird der DAX um zehn auf 40 Aktiengesellschaften erweitert. Beiersdorf hat damit gute Chancen, nach einer nur kurzen Durststrecke gleich wieder in den Eliteindex einzuziehen, genauso wie es mit Hellofresh passieren wird. Gleichzeitig wird der MDAX auf 50 Unternehmen verkleinert.

ERFOLGE ERLEBEN

Mit einem starken Partner.

Jetzt Nachhaltigkeit fördern mit 0,05 % Abschlag*: dslbank.de/aktion-plus

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

* Bei Kombination einer DSL Baufinanzierung mit den KfW-Programmen 151, 152 oder 153.

KOLUMNE

Alexander Mozer
ist Chief Investment Officer bei Ökoworld

Stresstest bestanden

Nach dem erfolgreich bestanden Stresstest vor genau einem Jahr mit Ausbruch der Corona-Krise an den Finanzmärkten konnten sich unsere Ökoworld-Fonds im Zeitverlauf deutlich von den damaligen Tiefständen erholen. „Krisengewinner" waren vor allem Unternehmen, die sich durch die Einzigartigkeit ihrer Geschäftsmodelle von den neuen Wachstumstrends infolge der Pandemie behaupten konnten. Unternehmen aus den Bereichen der erneuerbaren Energien, Informationstechnologie mit den Sub-Segmenten Homeoffice, Homeschooling sind beispielhaft zu nennen. Daneben glänzten unsere Fahrradhersteller aus dem Bereich der nachhaltigen Mobilität.

Mit der Wahl Joe Bidens zum 46. US-Präsidenten im November letzten Jahres wurden diese Trends noch einmal stark beschleunigt, da sich Joe Biden als Verfechter der grünen Technologie für mehr Klimaschutz positioniert.

Dieser klimafreundliche Cocktail wurde noch mit Zutaten verfeinert, wie die gehaltvollen Green Deals aus den weltweit wichtigsten Wirtschaftsregionen. Das gesetzlich verabschiedete „Umdenken" zur nachhaltigen Kapitalanlage – Stichwort EU-Taxonomie – wurde ebenso dazu gegeben (auch wenn wir die Umsetzung sehr kritisch sehen).

Folglich kam es zu deutlichen Kurszuwächsen und neuen Allzeithochs bei Unternehmen, die einen positiven Beitrag zum Klimaschutz leisten. Maßgeblich dafür waren einerseits die rosigen Zukunftsaussichten der betreffenden Firmen und andererseits ein rekordhohes Anlegerinteresse – in Form von nie dagewesenen Mittelzuflüsse für unsere Investmentthemen.

Neben den Kurszuwächsen stiegen auch die Bewertungskennzahlen der Unternehmen deutlich an. Teilweise wurden unglaubliche Bewertungsniveaus erreicht, die fundamental nur durch eine weitere Beschleunigung des Wachstums zu rechtfertigen waren. Daneben wurden Unternehmen hochgelobt, deren Geschäftsmodelle immer noch sehr zukunftsgerichtet sind.

Diese Euphorie hielt in den ersten Wochen des noch jungen Jahres 2021 an, bis es Ende Februar zu einer teils deutlichen Korrektur bei vielen „Highflyern" kam. Hintergründe waren einerseits eine höhere Inflationserwartung in den USA, verbunden mit einem Renditeanstieg der richtungsweisenden 10-jährigen Staatsanleihe sowie die Hoffnung auf eine Wiedereröffnung nach dem Lockdown, inklusive der prognostizierten Rückkehr zur Normalität im weiteren Jahresverlauf. Der Fortschritt bei den Impfmaßnahmen und den Impfstoffherstellern unterstützte diese Annahmen. Auch das Vereinigte Königreich ist für das zweite Halbjahr positiv gestimmt. Dieser Mix veranlasste die Marktakteure dazu, „zurückgebliebene" Werte aus den Bereichen Tourismus und Freizeit, Banken und Versicherungen, Rohstoffe und zyklischer Industrie zu favorisieren und sich im Gegenzug von den hoch notierten und scheinbar teuren Klima-Werten zu trennen.

Das hauseigene Fondsmanagement der Ökoworld, dessen DNA die fundamentalorientierte Finanzanalyse mit dem Fokus auf die einzelnen Unternehmen (Stockpicking) ist, verfolgte die Entwicklungen sehr selektiv. Investitionen wurden in Unternehmen getätigt, bei denen die Bilanz und die strategischen Maßnahmen der Unternehmensverantwortlichen von uns mit „einwandfrei" beurteilt wurden. Die Identifikation der künftigen Ergebnistreiber – das Zustandekommen des künftigen Umsatz- und Ergebniswachstums– sind für uns der Kernpunkt der Finanzanalyse. Daneben spielt die Beurteilung der Unternehmensbewertung eine wichtige Rolle.

Bereits zu Beginn 2021 nahmen wir einen Faktencheck unserer investierten Werte aus den allseits beliebten grünen Branchen vor. Die Analyse bezog sich vor allem auf die Bewertung der jeweiligen Unternehmen im Kontext zum künftigen Wachstum. Beispielsweise reduzierten wir in unserem Fonds Ökoworld Klima den Bereich der sauberen Technologien deutlich auf unter zehn Prozent der Investitionen.

Weitere Unternehmen, die nach dem erwähnten Faktencheck veräußert wurden, waren jene, die stark von der Pandemie profitierten – hier erwarteten wir eine Rückkehr zum normalen Wachstum, was in den aktuellen Bewertungskennzahlen noch nicht ausreichend berücksichtigt ist. Die Erlöse daraus wurden nicht sofort reinvestiert, sondern erhöhten die Kassenquote.

Ein weiterer Baustein der Fondskonstruktion ist das Risikomanagement – hier ist vor allem die Diversifikation innerhalb der investierten Firmen zu nennen. Wir vermeiden Klumpenrisiken und verteilen das Risiko auf mehrere Schultern. Dies drückt sich in Investitionsgrenzen aus, sowohl bei Branchen als auch beim Maximalgewicht der Einzeltitel. Trotz dieser proaktiven Vorsichtsmaßnahmen konnte sich unsere Produktpalette den massiven Abwärtsbewegungen unserer Investmentthemen nicht entziehen und büßte die bis dato erreichte positive Wertentwicklung unterschiedlich stark wieder ein. Ein Vergleich zu Indexfonds oder indexnahen Fonds mit dem Schwerpunkt auf grüne Technologien stellt die Vorteilhaftigkeit unseres Investmentprozesses unter Rendite- und Risikoaspekten dar. Diese einseitigen Produkte verzeichneten sprunghaft deutliche Kursverluste.

Als krisenerprobter Fondsmanager mit langjähriger Expertise stecken wir infolge unseres aktiven Ansatzes den Kopf nicht in den Sand, sondern halten ihn kühl und sehen uns nach Investmentopportunitäten um, sofern diese unsere erläuterten Investitionskriterien erfüllen. Auch im Bereich der sauberen Technologien sind nach der jüngsten Konsolidierung wieder Bewertungsniveaus erreicht wie vor der „Biden-Rallye" und offerieren durchaus wieder interessante Investitionsmöglichkeiten. Darüber hinaus widmen wir uns Unternehmen, die mit ihren ansprechenden Geschäftsmodellen und hoher Unternehmensqualität im aktuellen Umfeld gut für eine Rückkehr zur Normalität gerüstet sind. Beispielsweise sind Unternehmen zu nennen aus dem Bereich des Re-Use & Recyclings, nachhaltiger Konsum und nachhaltiger Transport. Unsere großen Investitionsthemen sind unverändert intakt und die Notwendigkeit, eine klimafreundliche (Unternehmens-)Politik fest zu verankern, bedeutet nicht nur gutes Gewissen, sondern hinterlässt auch einen positiven ökologischen und ökonomischen Abdruck.

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

Mehr erfahren auf **cmcmarkets.com**

★ Trustpilot

cmc markets

73% 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.

Dürre in Deutschland

GDV fordert staatliche Zuschüsse für Dürreversicherung

Die Dürren werden für die Landwirtschaft zunehmend zu einem Problem.

Die extreme Trockenheit der vergangenen drei Jahre hat die Anbaubedingungen für Landwirte in Deutschland erheblich verschlechtert. Das zeigt ein neuer Langzeitvergleich des Deutschen Wetterdienstes (DWD) im Auftrag des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV). Demnach lag allein in den vergangenen drei Jahren die Bodenfeuchte – und damit die nutzbare Feldkapazität – bei Winterweizen um bis zu 40 Prozent unter dem langjährigen Mittel. Die Feldkapazität gibt an, wie viel Wasser die Pflanze aus dem Boden nutzen kann. Vor allem in der für den Weizenanbau so wichtigen Zeit von April bis Juni fiel viel zu wenig Regen – ein Szenario, das nach Befürchtungen des Deutschen Wetterdienstes (DWD) in Zukunft öfter auftreten dürfte. „Wir müssen uns auf die Zunahme von Wetterextremen wie längere Trockenheit und punktuelle Starkregen einstellen“, sagt Wolfgang Janssen, Leiter der Agrarmeteorologie beim DWD. Neun der zehn wärmsten Jahre seit Beginn der Messungen fallen in die Zeit nach der Jahrtausendwende. Die letzten drei Jahre gehören laut DWD zu den acht extremsten – viel zu warm und viel zu niederschlagsarm. Angesichts dieser Entwicklung fordern die Versicherer staatliche Hilfen für die Bauern, um ihnen die Absicherung von Dürreschäden zu erleichtern. „Der Staat sollte die landwirtschaftliche Mehrgefahrenversicherung bezuschussen“, schlägt GDV-Hauptgeschäftsführer Jörg Asmussen vor. Diese Policen können alle Wetterrisiken einschließen, also auch Trockenheit. Bislang ist aber nur ein sehr geringer Teil der landwirtschaftlichen Anbaufläche in Deutschland gegen Dürre versichert, was auch an den hohen Prämien und Selbstbehalten für diese Policen liegt. Staatliche Zuschüsse würden die Policen für die Bauern erschwinglicher machen. Davon profitiere auch der Staat, so Asmussen. Auf Länderebene werden derartige Modelle bereits mit Erfolg angeboten, betont der GDV-Hauptgeschäftsführer. So erhalten Winzer und Obstbauern in Bayern und Baden-Württemberg Zuschüsse, um Schäden durch Frost oder Starkregen abzusichern. Damit sei es dort gelungen, den Anteil der versicherten Anbaufläche deutlich zu steigern, so Asmussen.

Cybersicherheit

Kosten durch Cyber-Attacken explodieren

Tobias Tessartz

Die Kosten durch Cyberattacken schnellen massiv in die Höhe. Das zeigt der aktuelle Cyber-Readyness Report von Hiscox. Mussten 2019 im Schnitt nur 9.000 Euro aufgebracht werden, um die Folgen eines versuchten oder erfolgreichen Cyber-Angriffs zu beheben, hat sich dieser Wert 2020 beinahe versechsfacht: Mittlerweile liegen die finanziellen Folgen bei durchschnittlich bei 51.200 Euro. „Die Hacker professionalisieren sich zunehmend“, sagt Tobias Tessartz, Technical Underwriter bei Hiscox. Früher seien die Cyber-Attacken oft nicht-zielgerichtete Massenphänomene gewesen. „In letzter Zeit sehen wir aber immer mehr manuell orchestrierte Angriffe.“ Als Folge der massiven Zunahme der Angriffe schießen auch die Kosten zur Behebung der Folgen rapide in die Höhe. Bei deutschen Unternehmen lag dieser Wert im vergangenen Jahr im Schnitt mit 72.000 Euro nochmal deutlich über dem internationalen Durchschnittswert. Eine Steigerung von 700 Prozent zum Vorjahr. Zudem werden laut Hiscox deutsche Firmen besonders häufig angegriffen. „Diese Zahlen unterstreichen nachdrücklich, dass gerade hierzulande die Unternehmen größte Vorsicht in Bezug auf digitale Sicherheit walten lassen sollten“, so die Mahnung des Experten.

FOTOS: PICTURE ALLIANCE/DPA, HISCOX

Garantiezinssenkung

Gehen der Riester-Rente die Versicherer von der Fahne?

Der Höchstrechnungszins für Neuverträge in der Lebensversicherung sinkt zum 1. Januar 2022 auf 0,25 Prozent. Die Deutsche Aktuarvereinigung begrüßt den Schritt und mahnt in dem Zusammenhang die Reform der Riester-Rente an. „Wir appellieren eindringlich an die politischen Entscheidungsträger, zusammen mit der Senkung auch den bislang gesetzlich vorgeschriebenen Beitragserhalt in der Riesterrente und bei der Beitragszusage mit Mindestleistung (BZML) in der betrieblichen Altersversorgung zu überarbeiten“, betont der DAV-Vorstandsvorsitzende Dr. Guido Bader. Und fordert ein neues Garantieniveau unterhalb der vorgeschriebenen hundertprozentigen Beitragsgarantie. „Zum einen erfordert es die aktuarielle Kalkulation, dass für die volle Beitragsgarantie der Garantiezins über den einkalkulierten Kosten liegen muss. Ein Garantiezins von 0,25 Prozent lässt aber keine angemessenen Kosten mehr zu“, so Bader. Zum anderen müssten sich die Unternehmen teilweise schon heute bei einer hundertprozentigen Beitragsgarantie auf eine risikoarme Anlage der Kundengelder beschränken, die derzeit mitunter Negativzinsen aufweise. Sollte es keine Reform der Riesterrente und der BZML geben, werden sich nach DAV-Erwartungen viele aus diesen Geschäftsfeldern zurückziehen müssen. Banken böten bereits keine Riesterprodukte mehr an, die Fondsgesellschaften steigen zunehmend aus und laut Daten der Ratingagentur Assekurata bieten auch bereits 40 Prozent der Lebensversicherer keine Riester-Rente mehr an“, so Bader.

Guido Bader

Stuttgarter

Michael Krebbers ist neuer CIO

Michael Krebbers rückt zum 1. April 2021 als Chief Operating Officer (COO) in den Vorstand der Stuttgarter Versicherungsgruppe. Der 52-Jährige wird die Bereiche Betriebsorganisation, Controlling, IT und Kundenservices übernehmen. Krebbers, zuletzt Vorstand der HDI Systeme AG sowie verschiedener Lebensversicherer im Talanx-Konzern, wird bei der Stuttgarter die Modernisierung der digitalen System- und Prozesslandschaft vorantreiben und für damit für wichtige Impulse im weiteren Ausbau der Digitalisierung der Stuttgarter sorgen.

Krebbers ist 2009 als IT-Leiter einer Servicegesellschaft in den Talanx-Konzern eingetreten. 2011 wurde er Mitglied des Vorstands der Talanx Systeme AG (heute HDI Systeme AG), wo er unter anderem die bisherigen dezentralen IT-Bereiche mehrerer Einzelgesellschaften integriert und so die agile Transformation des Konzern-IT-Dienstleisters vorangetrieben hat.

Michael Krebbers

R+V

Neue Tarife für Beamte

Die R+V Krankenversicherung hat zum 1. April ihre Beamtentarife überarbeitet. Zu den Besonderheiten des neuen R+V-Beihilfe-Konzepts zählen die volle Leistung für Zahnersatz bereits ab Vertragsbeginn. Zudem werden Vorsorgeuntersuchungen und Schutzimpfungen gefördert, ohne dass sich diese auf eine mögliche Beitragsrückerstattung auswirken. Für Beamtinnen gibt es eine Kostenübernahme für Geburtsvorbereitungskurse sowie für Schwangerschafts- und Rückbildungsgymnastik sowie eine Geburtspauschale von 300 Euro. Zudem erkennt er Versicherer Leistungen von Heilpraktikern bis zu den Höchstsätzen an. Außerdem können versicherte Kunden Telemedizin in Anspruch nehmen und über den R+V-Partner TeleClinic online ärztlichen Rat erhalten. Das neue R+V-Beihilfe-Konzept besteht aus den drei Tarifkombinationen Classic, Comfort und Premium. Alle drei Varianten enthalten einen Grundtarif sowie einen Ergänzungstarif, der unter anderem die Erstattung der Restkosten für Heilpraktiker, Sehhilfen, zahntechnische Leistungen und die Behandlung bei Auslandsreisen regelt. In der Premium-Variante zahlt die R+V zudem Arzthonorare über den Höchstsätzen der jeweils gültigen Gebührenordnung. Zudem werden bei Comfort und Premium Wahlleistungstarife angeboten. Dabei erstattet die R+V in der Comfort-Variante Zweibettzimmer und Privatarzt bei freier Krankenhauswahl. In der Premium-Variante werden bei freier Klinikwahl die Kosten für Einbettzimmer und Privatarzt auch über die Höchstsätze der gültigen Gebührenordnung hinaus übernommen.

FOTOS: TOBIASVOLLMER.DE, DANIEL MÖLLER FOTOGRAFIE

VOM KOSTENERSTATTER ZUM GESUNDHEITSCOACH

Die private Krankenversicherung ist im Wandel. Denn die Coronapandemie treibt nicht nur die Digitalisierung von Beratung, Vertrieb und medizinischen Leistungen voran. Sie verändert auch Erwartungshaltung bei Versicherungskunden. Die PKV befindet sich in der Methamorphose – vom Kostenerstatter zum Gesundheitscoach.

Als die Debeka für den Januar 2021 Beitragserhöhungen in der Vollkostenversicherung um durchschnittlich 17,6 Prozent ankündigte, dürften viele wieder aufgehorcht haben. Auch weil es sich um Deutschlands größten privaten Krankenversicherer mit rund 2,5 Millionen Vollversicherten handelt. Gegenüber der Süddeutschen Zeitung erklärte der Debeka-Vorstand Roland Weber zwar, dass die Versicherung innerhalb der letzten vier Jahre keine Beitragserhöhung vorgenommen habe. Doch die Debeka blieb keine Ausnahme. Andere mussten ebenfalls nachziehen. Etwa die Barmenia. Der private Krankenversicherer mit rund 300.000 Vollversicherten musste in der Krankenkostenvollversicherung die Beiträge um elf Prozent anpassen. Geringer fielen die Anpassungen bei der Hallesche mit 5,5 Prozent, bei der Axa mit 3,6 Prozent und bei der Gothaer mit 3,18 Prozent aus. Nach einer Auswertung des Wissenschaftlichen Instituts der PKV (WIP) stiegen die Beitragssätze in der PKV zum Januar 2021 im Schnitt um 8,1 Prozent.

Den privaten Krankenversicherern sind derartige Anpassungssprünge in der Beitragsentwicklung ein Dorn im Auge. Längst fordern sie, aber auch die Deutsche Aktuarvereinigung, der PKV-Verband sowie Verbraucherschützer von der Politik eine Reform der Kalkulationsvorschriften mit dem Ziel, eine stetigere und

Insbesondere Jugendliche und junge Erwachsene sehen die Digitalisierung der Medizin positiv.

FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM, AXA KONZERN AG

maßvollere Beitragsentwicklung zu erreichen. Verantwortlich für die sprunghaften Erhöhungen ist die bestehende Kalkulationsverordnung. Danach dürfen die Beiträge erst angepasst werden, wenn der so genannte „Auslösende Faktor“ greift. Je nach Tarif liegt dieser zwischen fünf und zehn Prozent.

Erst wenn die Kostensteigerungen im Gesundheitswesen den Schwellenwert überschreiten, dürfen die Beiträge erhöht werden. Liegen die Kostensteigerungen unter dem Schwellenwert, bleiben die Beiträge stabil. Das Problem: Sobald aber der Schwellenwert überschritten wird, müssen alle Veränderungen der vergangenen Jahre mit eingepreist und zusammenaddiert nachgeholt werden. „Ein solcher Effekt wird in der Öffentlichkeit oftmals negativ wahrgenommen, entspricht aber den verbindlichen und bekannten Regeln für die Branche. Für die Gesamteinordnung muss man in einem solchen Fall auf den Durchschnitt der vergangenen Jahre seit der vorherigen Beitragsanpassung schauen“, sagt Miriam Michelsen, Leiterin Vorsorge und Krankenversicherung bei MLP.

Thilo Schumacher, Axa Krankenversicherung: „Bedeutung digitaler Angebote wächst.“

Schaut man auf die langfristige Beitragsentwicklung in der privaten und gesetzlichen Krankenversicherung, stellt man fest, dass beide sehr nah beieinander liegen. Nach Angaben des PKV-Verbandes lagen die Beitragseinnahmen zwischen 2010 und 2021 in der PKV je Versicherten bei durchschnittlich drei Prozent jährlich. Die Beitragsanpassungen in der gesetzlichen Krankenversicherung lagen im letzten Jahrzehnt mit 3,8 Prozent deutlich höher. Im Gegensatz zur PKV verläuft die Entwicklung hier aber gleichmäßiger. Auch weil es in der GKV gesetzliche Vorgaben gibt, wann dort eine Krankenkasse die Beiträge anpassen darf. Fakt ist, viele Erhöhungen in der GKV werden von den Versicherten gar nicht wahrgenommen.

Am 26. September 2021 ist Bundestagswahl. Vermutlich dürfte die Tariferhöhung zum Jahresbeginn, vor dem Hintergrund der Wahl, Munition für alljene Kritiker sein, die mit der Zweiteilung des Gesundheitssystems in private und gesetzliche Krankenversicherung hadern. Dabei sind die Menschen mit dem System durchaus zufrieden: „Zur Zeit weisen alle Umfragen, von Allensbach bis Forsa, von AOK bis PKV als Auftraggebern, historische Höchststände bei der Zufriedenheit der Menschen mit dem deutschen Gesundheitssystem aus“, sagt Ulrich Lamy. Die Aussage des Vorstandsmitglieds der Barmenia Versicherungsgruppe, Wuppertal, wird durch eine im Dezember 2020 veröffentlichte Continentale-Studie „Betriebliche Vorsorge – was Arbeitnehmer denken und wünschen“, unterfüttert. Im Rahmen der Befragung wollten die Macher wissen, wie zufrieden die Bevölkerung mit dem Gesundheitswesen in der Corona-Pandemie ist. Ergebnis: 78 Prozent der gesetzlich Versicherten sind mit den Leistungen des Gesundheitssystems zufrieden oder sehr zufrieden.

Lediglich 2018 sei dieser Wert schon einmal ermittelt worden, schreiben die Herausgeber der Analyse. Gegenüber der Zeit vor der Corona-Pandemie ist die Zufriedenheit sogar um sieben Prozentpunkte gestiegen. Noch positiver ist die Einstellung bei privat Versicherten. Bei ihnen sind 85 Prozent mit den Leistungen (sehr) zufrieden. Grundsätzlich bietet das aktuelle Marktumfeld große Chancen für die privaten Krankenversicherer, denn das Thema Gesundheit ist gerade in Zeiten von Corona so präsent wie noch nie. Darin sind sich die im Rahmen der Recherche für diesen Artikel befragten Gesellschaften einig.

Herausforderung und Chance bieten sich insbesondere durch den digitalen Wandel, die durch die Pandemie nochmals einen deutlichen Schub erfahren hat. Laut der Studie „Private Krankenversicherung – Die Zukunft ist digital“ der Unternehmensberatung Deloitte tun sich durch die technologischen Innovationen immer mehr Möglichkeiten in punkto Kundenausrichtung und Effizienzsteigerung auf. Die Digitalisierung hat sich, so eine der Schlussfolgerungen, als größter Veränderungstreiber im Geschäftsfeld etabliert. „Natürlich hat die Digitalisierung für alle privaten Krankenversicherer strategische Bedeutung und wird sich auch in Zukunft weiterentwickeln“, bestätigt Barmenia-Vorstand Lamy. „Was die Telemedizin betrifft, so machen wir unseren Kunden bereits seit fünf Jahren Angebote, sich ärztlichen Rat und Unterstützung auch über Videosprechstunden einzuholen“, so Lamy. Der Ansatz hat sich gerade in Corona-Zeiten bewährt. „Es hat sich gezeigt, dass das Angebot in der frühen Phase der Pandemie von vielen Urlaubern in Anspruch genommen wurde, die die Urlaubsorte pandemiebedingt nicht verlassen konnten. Aber auch Rezepte und AU-Bescheinigungen konnten kontaktarm über die videogestützte Telemedizin ausgestellt und somit der Arztbesuch vor Ort vermieden werden. Auch diese Angebote entsprechen den Kundenwünschen“, so Lamy.

„Zur Zeit weisen alle Umfragen historische Höchststände bei der Zufriedenheit mit dem deutschen Gesundheitssystem aus“

Insbesondere jugendliche und junge Erwachsene sehen die Digitalisierung der Medizin positiv. Das zeigt eine aktuelle Studie der Vivida BKK. Die Betriebskrankenkasse hatte für ihre Studie „Zukunft Gesundheit 2020 über 1.000 Jugendliche und junge Erwachsene zu ihren Einstellungen auch gegenüber der Digitalisierung der Gesundheitsdienstleistungen befragt. Demnach möchte jeder Zweite der 14- bis 34-Jährigen herkömmliche Arztbesuche durch Videosprechstunden ersetzen. „Junge Leute haben keine Lust, wochenlang auf einen Termin zu warten oder stundenlang im Wartezimmer zu sitzen“, sagt Dr. Tanja Katrin Hantke, Gesundheitsexpertin der Vivida. „Sie wollen Smartphone, Tablet oder PC auch bei der Gesundheitsvorsorge flexibel einsetzen.“ Laut Studie ist für jeden Zweiten die Videosprechstunde ein Anreiz, lange aufgeschobene Arztbesuche endlich wahrzunehmen. „Und vier von zehn Befragten würden den Arzt häufiger kontaktieren, wenn das online möglich wäre“, so Hantke.

„Durch die Corona-Pandemie ist die Relevanz der ortsunabhängigen Gesundheitsberatung gestiegen. Dabei stehen wir noch am Anfang einer Entwicklung, bei der wir von steigenden Nutzerzahlen ausgehen. Wir merken aber, dass unsere Kunden immer

selbstbestimmter und digital affiner werden. Daher werden digitale Produkte und Services in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen“, zeigt sich Hallesche Krankenversicherungsvorständin Dr. Wiltrud Pekarek überzeugt.

Laut Kassenärztlicher Bundesvereinigung explodierte beispielsweise die Zahl der von Ärzten und vor allem Psychotherapeuten durchgeführten Videosprechstunden von 3.000 im ganzen Jahr 2019 auf 1,2 Millionen allein im zweiten Quartal 2020.

„Auch wir sehen in den vergangenen zwölf Monaten eine deutliche Zunahme bei Akzeptanz und Nutzung unserer gesamten digitalen Angebote. So sehen wir beispielsweise erhöhte Zugriffszahlen bei unseren Online-Unterstützungsangeboten, unter anderem im Bereich Psyche. Und im April 2020 hatten wir mit 9.000 Neuanmeldungen die seit Start bislang höchste Nutzersteigerung in einem Monat bei unserem ePortal „Meine Gesundheit“. Ich bin mir sicher, dass die Bedeutung digitaler Angebote in den kommenden Jahren noch deutlich zunehmen wird“, zeigt sich Dr. Thilo Schumacher, Vorstand der Axa Krankenversicherung, überzeugt.

Der Kölner Versicherer will gemeinsam mit Partnern das digitale Service-Angebote ausbauen und in die so genannte „Digital Health Journey“ seiner Kunden integrieren. „Für viele Menschen ist es heute selbstverständlich, Krankheitssymptome zu googeln. Der neue Symptom-Check von Axa, den wir unseren Kunden über das ePortal „Meine Gesundheit“ anbieten, ermöglicht ihnen, ihre Krankheitssymptome zu überprüfen, eine erste Diagnoseeinschätzung sowie eine Empfehlung zu weiteren notwendigen Schritten zu erhalten – und das rund um die Uhr, kontaktlos und auf einer sicheren Plattform“, so der Vorstand.

Bei Bedarf können Versicherte direkt auf den unmittelbar angebundenen Online-Arzt zurückgreifen. Die grundsätzliche Herausforderung liegt laut Schumacher darin, möglichst individualisiert adäquate Gesundheitsservices für den Kunden verfügbar zu machen. Dazu müssen, so Schumacher, verschiedene – heute fragmentiert vorhandene – Serviceoptionen verknüpft werden, um die nächste sinnvolle Behandlung und Unterstützung bereit zu stellen. „Das ist die nächste Entwicklungsstufe echter kundenfokussierter Gesundheitsbegleitung in der digitalen Welt“, so Schumacher.

Auch der digitale Krankenversicherer Ottonova registrierte im beim Thema E-Health eine steigende Nachfrage nach digitalen Gesundheitsangeboten wie Apps zur Therapieunterstützung, elektronische Patientenakte oder Telemedizin. „Wir konnten im letzten Jahr eine klare Tendenz nach oben erkennen“, sagt Ottonova-Pressesprecherin Sina Weidner. Als digitaler Versicherer wolle man von den Kunden als Partner auf Augenhöhe angesehen werden. „Am Ende ist Digitalisierung jedoch nur eine Funktion, um Services noch schneller und reibungsloser anbieten zu können“, so Weidner. Doch was heißt schneller und reibungsloser? „Es sind beispielsweise die Abstimmungen zwischen Versicherer und Versichertem, etwa eine schnelle Rückantwort zu Fragen im Chat in Echzeit“, so Weidner. Das sei ein deutlicher Unterschied zu anderen Versicherern. Hinzu kommt, dass Ottonova alle Services in einer App gebündelt hat. „Oft bieten Versicherungen hier mehrere an, beispielsweise eine für das Hochladen der Rechnungen, eine für ein Bonusprogramm, eine weitere für die elektronische Patientenakte. Das ist dann zwar digital, aber nicht kundenfreundlich“, so Weidner. Letztlich könne man bei anderen Versicherern zwar auch „alles digital“ erledigen. Oftmals sei da dann der Chat aber eine Einbahnstraße: „Ich schicke per Chat eine Nachricht, erhalte die Antwort darauf aber per E-Mail“, so Weidner. Bei Ottonova sind alle Chats mit der Gesellschaft in der App für die Kunden auch später noch einsehbar, wie bei anderen Messaging-Tools. „Das haben wir in der Form noch nirgends anders gesehen und das macht den entscheidenden Unterschied aus.“

Ulrich Lamy, Barmenia: „AU-Bescheinigungen und Rezepte kontaktarm ausstellen.“

„Am Ende ist die Digitalisierung nur eine Funktion, um Service schneller und reibungsloser anbieten zu können.“

Mittlerweile stecken viele Gesellschaften mitten in einer strategischen Neuausrichtung. „Wir machen sehr gute Erfahrungen mit unserer neuen bereichsübergreifenden Betreuuung von Schlaganfallpatienten. Das Modell der Patientenreise möchten wir auf weitere Krankheitsbilder anwenden. Insgesamt bauen wir unser Angebot in allen Bereichen aus: bei der digitalen Therapieunterstützung, bei Hilfestellungen rund um den Arztbesuch oder bei Hilfe im Einzelfall“, erläutert Hallesche Vorständin Pekarek den Ansatz. Dabei steht das digitale Kundenportal „Hallesche4u“ im Zentrum. „Dort ist der Prozess von der Erstdiagnose durch einen Symptomchecker über die Videosprechstunde bis hin zum Rezeptversand und der Leistungserstattung komplett online möglich – Stichwort digitales Ökosystem Gesundheit“, so Pekarek.

Die Axa hatte mit dem Launch des ePortals „Meine Gesundheit“ im Jahr 2016 erstmals im Markt für eine vollständig digitale Vernetzung von Ärzten, Versicherten und Krankenversicherung gesorgt. Danach habe man das Portal kontinuierlich vom vollständig digitalen Rechnungsmanagement hin zu einem ganzheitlichen Gesundheitsportal weiterentwickelt, so Schumacher.

Heute bietet der Versicherer nach Aussage des Vorstands mit dem Gesundheitsservice 360 Grad sowie mit dem Gesundheitsportal „Meine Gesundheit von Axa“ ein ganzheitliches, verzahntes Ökosystem im Bereich Gesundheit an. „Dieses umfasst neben den Angeboten der persönlichen, individuellen Begleitung und Unterstützung wie einem Gesundheitstelefon, das beispielsweise rund um die Uhr erreichbar ist, aktuell rund 31 digitale Services entlang der gesamten Versorgungskette“, so Schumacher. Die Bandbreite reiche dabei von Prävention, Diagnose und Information, bis hin zur Behandlung und Monitoring, Verwaltung und Abrechnung.

Die Services werden entweder von dem Kölner Versicherer selbst oder gemeinsam mit Partnern aus dem Gesundheitsmarkt angeboten. Wie bei der Hallesche gehören unter anderem ein Symptom-Checker, ein bei Bedarf direkt angebundener Online-Arzt, eine Gesundheitsakte ebenso wie ein

FOTOS: WIM WOEBER, MLP

Medikamenten-Manager oder die telemedizinische Begleitung von Diabetikern, Herz- oder Bluthochdruckpatienten zum Service.

Der Wandel vom Kostenerstatter zum Gesundheitspartner wird von den Kunden goutiert. Zu den als Mehrwert beurteilten besonderen Serviceangeboten in der privaten Krankenversicherung gehören digitale Terminvereinbarungen, Online-Sprechstunden mit Rezeptverschreibung und Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung, die elektronische Gesundheitsakte sowie günstige, individuelle Tarife, die beispielsweise durch den Nachweis sportlicher Aktivität über Fitnesstracker ermöglicht werden.

Bei den Wünschen nach künftigen Verbesserungen stehen bei 52 Prozent der Befragten Bonusprogramme und die Finanzierung von Vorsorgeuntersuchungen (42 Prozent) im Vordergrund, dicht gefolgt von der digitalen Rechnungsübermittlung (40 Prozent). „Die Versicherten sehen in ihrer Krankenversicherung immer mehr einen Gesundheitspartner, der sie berät und unterstützt“, erklärt Justus Lücke, Geschäftsführer der Versicherungsforen Leipzig. „Über die reine Übernahme der Kosten von erbrachten Gesundheitsleistungen hinaus erwarten sie aktive Begleitung auf Augenhöhe.“

Miriam Michelsen, MLP: „Fokus der PKV liegt nicht mehr auf dem Preiskampf mit der GKV.“

„Prinzipiell lässt sich sagen, dass der überwiegende Teil der Versicherten die Unterstützungsangebote begrüßt.“

Eine Einschätzung, die von der Kölner Rating-Agentur Assekurata bestätigt wird. Die Rating-Agentur hatte bei der Allianz und der Süddeutschen Krankenversicherung (SDK) untersucht, wie gezielte Gesundheitsservices bei den Versicherten ankommen. „Prinzipiell lässt sich sich sagen, dass der überwiegende Teil der Versicherten die Unterstützungsangebote ihrer Krankenversicherung begrüßen. Rund 93 Prozent bezeichneten sich in unserer Befragung grundsätzlich offen gegenüber Gesundheitsservices“, sagt Lea Bell, Analystin bei Assekurata Solutions in Köln.

Neben der Online- oder Videosprechstunde interessierten sich die Befragten besonders für die elektronische Patientenakte, das elektronische Rezept und einen Zweitmeinungsservice. „Die Aussagen zeigen, dass das Thema Gesundheitsservices über die Corona-Pandemie hinaus ein großes Thema bleiben wird“, sagt Bell.

„Telemedizin und ePortale gehören mittlerweile zum Standard“, bestätigt Andreas Ludwig, Bereichsleiter Produkt und Analyse bei Morgen & Morgen, Hofheim. Wichtiger würden nun Ökosystemen, gerade auch zur Therapieunterstützung oder auch Services, die etwa die Vorsorge mit Bonusprogrammen verknüpfen. Laut Ludwig ist der Markt hier in Bewegung.

„Viele Krankenversicherer passen ihre Allgemeinen Versicherungsbedingungen derzeit an, um die Leistungen vertraglich zu regeln, so Ludwig. „In der Vermittlung wird die Veränderung vor allem im Bereich der vereinfachten Prozesse am Point of Sale liegen“, zeigt sich der Tarifexperte überzeugt. Ein großes Thema sei hierbei beispielsweise die komplexitätsreduzierte Risikoprüfung mit verständlichen Gesundheitsfragen direkt aus der Beratungssituation heraus. Vor dem Hintergrund hat das Analysehaus ein Tool entwickelt, das mit einem reduzierten Fragenkatalog den Prozess der Risikoprüfung deutlich verkürzt.

Von den 83,2 Millionen Einwohnern Deutschlands waren Ende 2019 etwa 87,8 Prozent bei gesetzlichen Krankenkassen versichert. Etwa jeder Zehnte war PKV-Vollversicherter. Zudem wurden rund 26,6 Millionen Krankenzusatzversicherungen – ambulant, stationär, dental – verkauft, zumeist an GKV-Kunden. Laut der Unternehmensberatung Deloitte hatte damit über ein Drittel der Bevölkerung eine vertragliche Beziehung zu einem der 48 privaten Krankenversicherer in Deutschland. Welche Rolle die PKV in Zukunft spielen wird, dürfte letztlich auch vom Ergebnis der Bundestagswahl im Herbst abhängen.

„Die Stärken der PKV – sehr gute, vertraglich garantierte Leistungen, Aufbau von Alterungsrückstellungen, sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, schnellerer Zugang zu Innovationen – bestehen unverändert“, sagt Hallesche Vertriebsvorstand Frank Kettnaker. Insofern sieht der Vertriebsmann in der klassischen Vollversicherung immer noch Potenzial. „Wenn sie dürften, würden sich ganz bestimmt sehr viel mehr Menschen privat krankenversichern“, zeigt er sich überzeugt. „Die Reserven des Gesundheitsfonds sind aufgebraucht, Experten erwarten starke Beitragssteigerungen. Um diese abzumildern, sind nach Jahren der Leistungsausweitung jetzt Leistungskürzungen wahrscheinlich. Zusatzversicherungen der PKV dürften somit noch wichtiger werden“, so sein Fazit.

„Hinzu kommt, dass die PKV nicht mehr den Fokus auf den klassischen Preiskampf mit der GKV legt, sondern mit Lösungen punkten will, die das Leistungsversprechen in den Mittelpunkt stellen“, sagt MLP-Vorsorgleiterin Miriam Michelsen. Die Vertriebsexpertin zeigt sich überzeugt, dass in den kommenden Jahren die Nachfrage nach Zusatzversicherungen ergänzend zur gesetzlichen Krankenversicherung weiter an Bedeutung gewinnen wird. Gerade weil diese Lücken im Versicherungsschutz schließen können.

Großes Potenzial sieht Michelsen in dem Zusammenhang auch in der betrieblichen Krankenversicherung. „Denn sie schließt nicht nur Lücken in der GKV, sondern kann zudem zu einer gesteigerten Arbeitgeberattraktivität beitragen.“ Ein Problem sieht die Expertin in der zunehmend ausdifferenzierten Tarifwelt, die die PKV-Beratung immer komplexer mache.

„Berater müssen den Überblick behalten und den Kunden eine Vielzahl an Möglichkeiten verständlich darstellen“, sagt Michelsen. Hinzu kommt, dass sich die Erwartungshaltung der Kunden durch die zunehmende Internetnutzung und Digitalsierung stark verändert. „Und das nicht erst seit der Corona-Pandemie. Der Vertrieb muss sich in diesem Umfeld neue Wege suchen, um seine Kunden gemäß deren Vorstellungen bestmöglich zu betreuen“, so das Fazit der Expertin.

Jörg Droste, Cash.

WENN DER REGEN FÄLLT...

...ist ein Schirm hilfreich. Also spannten Kreditversicherer und Bund im April 2020 einen Schutzschirm auf, damit die deutsche Wirtschaft ihre Geschäfte trotz Corona-Pandemie weiterführen konnte. Hielt er trocken?

Der Schirm sollte gewährleisten, dass Kreditversicherer die Kreditlimite für die Abnehmer ihrer Versicherungsnehmer aufrecht hielten und damit die Lieferketten sicherten. Ursprüngliches Ende war der 31. Dezember 2020, dann wurde bis zum 30. Juni 2021 verlängert. Der Bund übernimmt eine Garantie von bis zu 30 Milliarden Euro. Die Versicherer halten ihre Deckungszusagen von über 400 Milliarden Euro aufrecht, beteiligen sich mit zehn Prozent an den Schadenzahlungen im Rahmen des Schutzschirms, tragen die über die Garantie des Bundes hinausgehenden Ausfallrisiken und führen rund 60 Prozent ihrer Prämieneinnahmen an den Bund ab. „Mit der Verlängerung des Schutzschirms (...) haben wir den deutschen Unternehmen eine bestmögliche Planbarkeit verschafft“, so Ron van het Hof, CEO von Euler Hermes DACH.

Eine Krise dieses Ausmaßes war nicht vorhersehbar. Laut R+V sei ein behördlich angeordneter Lockdown als Ursache wirtschaftlicher Einbußen vor der Pandemie bestenfalls in Katastrophenszenarien des Gesundheitswesens abstrakt beschrieben worden. Versicherungsmakler Aon weist darauf hin, dass Deutschland auch davon abhängig sei, wie andere Länder die Krise meisterten.

Die Versicherer bewerten den Schutzschirm als Erfolg. „Der Schutzschirm brachte Ruhe in den Markt“, so Jochen Böhm, Regional Risk Underwriting Director der Coface. Auch über den Schutzschirm hinaus unterstütze man den Kunden. Atradius, Euler Hermes und R+V boten die Möglichkeit, Zahlungsziele mit den Abnehmern zu verlängern. Auch Melde- und Inkassofristen wurden temporär verlängert. R+V ermöglichte bei Bedarf auch eine Änderung der Vertragszahlweise und Anpassungen des Versicherungsschutzes. Atradius erhöhte die Mitarbeiterzahl, unter anderem in der Risikoprüfung. Marktführer Euler Hermes unterstützte kleine und mittelständische Unternehmen mit zeitweisem Aufschub von Prämien und Servicegebühren. Kostenfrei wurden im Kundenportal Bewertungen der versicherten Abnehmer freigeschaltet, um den Unternehmen größtmögliche Transparenz beim Risikomanagement zu verschaffen. Zahlreiche digitale Planungstools wurden zur Verfügung gestellt, wie ein Liquiditätssimulator für verschiedene Szenarien. Prävention und Leistung im Schadenfall sei gleich wichtig, daher unterstütze man mit Webinaren, volkswirtschaftlichen Prognosen und Tools bei Finanzplanung oder Mahnwesen. Auch kommuniziere Euler Hermes verschlechterte Bonitäten.

Die Versicherer hielten auch in der Krise ihre Deckungszusagen oder erweiterten sie sogar. Jedes Risiko werde individuell nach üblichen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen geprüft und bewertet. Es gebe keine pauschalen Deckungsaufhebungen auf-

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

Container-Hafen in Hamburg: Der Export ist eine der wichtigsten Säulen der deutschen Wirtschaft.

grund von Branche, Land oder Rating. Dies gelte für Vergangenheit und Zukunft. Die Versicherungsmakler Bardo und Aon dagegen sehen bei der Risikobereitschaft der Versicherer durchaus Zurückhaltung gegenüber gewissen Branchen und Ländern.

Für die Versicherungsnehmer seien laut Aon und Bardo verlässliche Kreditlimitzusagen und eine ehrliche Bonitätseinschätzung essenziell, wobei die Bonität durch die Aussetzung der Insolvenzantragspflicht, finanzielle Unterstützung kriselnder Unternehmen und Schutzschirm schwer einzuschätzen sei. Indikatoren wie Zahlungserfahrung seien nicht mehr einsetzbar, verlässliche Informationen schwer zu bekommen. Unternehmen müssten daher noch mehr Zeit und Sorgfalt auf Kredit- und Debitorenmanagement verwenden. Pauschale Limitstreichungen, unklare Kommunikation oder Bedingungswerke sowie plötzliche Veränderungen in der Geschäftsbeziehung seien für Unternehmen sehr herausfordernd. Die Kreditversicherung sichere nicht nur die Absatzfinanzierung, sondern sei häufig auch Teil des Finanzkonzepts.

Der Schutzschirm gilt nur für Unternehmen, die durch Corona in Schwierigkeiten gerieten. Wie prüfen Versicherer das? Der Ausbruch von Corona sei zeitlich sehr gut eingrenzbar, so Euler Hermes und R+V. „In der Regel stellen wir (...) auf einen Vergleich (...) zum 31. Dezember 2019 ab. Gerät das Unternehmen nach diesem Zeitpunkt in Schwierigkeiten müssen wir davon ausgehen, dass diese (...) im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie stehen“, sagt die R+V. Euler Hermes überwacht und bewertet mit eigener Datenbank die Bonität von weltweit 40 Millionen Unternehmen, davon mehr als drei Millionen in Deutschland. Coface bewertet seit Pandemiebeginn die Lage in wöchentlichen Krisensitzungen neu und nutzt dabei auch neue KI-Algorithmen zur Datenauswertung. Die Risiken werden einzelnen Branchen zugeordnet, die Experten dann überprüfen. Weiterhin hat der Versicherer die „Information Line“, die viele Kontakte unterhält und immer wieder aktuelle Informationen einholt. Hier wurde Personal aufgestockt, um durch mehr Informationen noch individueller prüfen zu können. So habe Coface einen sehr großen Datenschatz und hilfreiche, zeitnahe Informationen von Kunden und deren Abnehmern. Atradius identifizierte zunächst die von den Lockdown-Maßnahmen besonders betroffenen Branchen. Deren Abnehmer wurden separat kontaktiert und Informationen abgefragt, unter anderem zur Liquidität und dem Stand der staatlichen Hilfen, wie den KfW-Darlehen. Die Geschäftsmodelle wurden nach mehreren Kriterien auf Zukunftsfähigkeit nach den staatlichen Hilfsmaßnahmen geprüft. Beispielsweise hätten Textilunternehmen Zukunft, wenn sie jetzt oder kurzfristig einen Online-Vertrieb hätten. Sei ein Baumarkt im vergangenen Jahr in Liquiditätsnot geraten, dürfte das an falschen Geschäftsentscheidungen liegen und Atradius würde den Kunden von diesem Abnehmer abraten.

Unternehmen können sich durch Ablösung von Bürgschaftslinien und Factoring-Programme von Banken unabhängig machen

Was sollen Unternehmen tun, um zukunftsfähig zu sein? Bardo rät zu kurzen Zahlungszielen – sofern durchsetzbar. Aon nennt neben den üblichen betriebswirtschaftlichen Faktoren vor allem die Finanzierung. Unternehmen könnten sich durch kreative Ansätze – auch und gerade im Zusammenhang mit der Kreditversicherung – von Banken unabhängiger machen, zum Beispiel durch geeignete Factoring Programme oder die Ablösung von Bürgschaftslinien durch Kautionsversicherungen. Auch die Vorfinanzierung in den Lieferketten könne Unternehmen durch die Unterstützung ihrer Lieferanten helfen, die eigene Beschaffung zu sichern. Auch hier könnten Versicherer unterstützen.

Coface stellt fest, dass sich vor allem mittelständische Unternehmen nach der Finanzkrise 2008/2009 tatsächlich unabhängiger von Banken gemacht hätten, mit mehr Eigenkapital und neuen Geschäftsmodellen wie Leiharbeit, Outsourcing oder Online-Channels. Atradius hebt hervor, dass eine solide, langfristige Liquiditätsplanung in der Krise wichtiger sei denn je.

Man müsse die Zahlungsfähigkeit der eigenen Abnehmer kennen, da eine nicht einbringbare Forderung die eigene Liquidität und Zukunftsfähigkeit massiv beeinflussen könne. „Eine aktive Finanzkommunikation an die Kreditversicherer ist derzeit besonders wichtig angesichts der aktuellen Unsicherheiten", unterstreicht Thomas Langen, Senior Regional Director Deutschland, Mittel- und Osteuropa von Atradius. Risiken könnten nicht mit Zahlen aus dem Jahr 2019 bewertet werden. Spätestens Mitte des zweiten Quartals sollten dem Versicherer die aktuellsten verfügbaren Finanzinfos zu den Abnehmern vorliegen, um damit entsprechende Limitentscheidungen zu treffen. Die R+V rät den Unternehmen, neue Vertriebsmöglichkeiten zu finden und begleitet ihre Kunden dabei. Soweit möglich, seien die Unternehmen hier auch kreativ. Für Euler Hermes birgt jede Krise auch Chancen, die Unternehmen unbedingt nutzen sollten, was sie aber auch täten. Corona habe gezeigt, dass man auch unverschuldet sehr plötzlich in Schwierigkeiten geraten könne.

Firmen, die sich frühzeitig vorbereiten, haben in der Krise Handlungsspielraum. Es gilt, verschiedene Szenarien durchzuspielen

Jedes Unternehmen müsse selbst feststellen, welche Maßnahmen zu treffen seien. Beispielsweise seien mit Ausbruch der Pandemie bei nahezu allen Unternehmen Lieferketten unterbrochen gewesen, bei jedem fünften sogar schwerwiegend. Die Unternehmen mussten herausfinden, wo ihre Lieferketten anfällig waren und wie sie diese kurz- und langfristig absichern konnten: durch eine Versicherung der eigenen Lieferkette, eine Produktionsverlagerung, zum Beispiel in die Eurozone, oder auch neue Lieferanten. Risiken seien genau zu identifizieren. Wer sich frühzeitig vorbereite, habe in der Krise Handlungsspielraum. Für alle Unternehmensbereiche seien unterschiedliche Szenarien durchzuspielen. Man müsse wissen, wo Geld verdient werde und wo nicht. Ein stringentes Mahnwesen und die Absicherung von Forderungen gehörten ebenfalls dazu. Ganz wichtig sei es zudem, Signale wie verspätete Zahlungen, Zahlungsausfälle oder Umsatzeinbrüche früh zu erkennen, Ursachen zu finden und gegenzusteuern. In einer Notsituation helfe vor allem die offene und transparente Kommunikation mit Kreditgebern und Partnern, um dann gemeinsam Restrukturierungsmaßnahmen zu implementieren. Je nach Situation könnten schon kleine Stellschrauben helfen.

Trotz aller Kreativität der Unternehmen wird die Situation nach dem Schutzschirm eine andere sein. Droht eine Insolvenzwelle? Paradox klingt, dass im Jahr 2020 die Zahl der Unternehmensinsolvenzen um 13,4 Prozent auf 16.300 Fälle abnahm (2019: 18.830) und den niedrigsten Stand seit Einführung der Insolvenzordnung im Jahr 1999 erreichte. Aber: Unterstützungsmaßnahmen und Aussetzung der Insolvenzantragspflicht verzerren das Bild. Entsprechend sind die Prognosen der Versicherer unter Vorbehalt, weil noch unklar ist, wie es mit den Maßnahmen und dem Lockdown weitergeht. Atradius und Coface betonen die Branchenunterschiede. Große Sorge gilt bekanntlich den Unternehmen aus den Bereichen Gastronomie, Tourismus, Event, Messe und Textil. Schon jetzt gäbe es Probleme und die Lage dürfte sich ab Sommer verschärfen. Coface erwartet viele Insolvenzen im stationären Handel. Andere Unternehmen hätten noch Liquidität, tasteten aber bereits die eisernen Reserven an. Viele Klein- und Kleinstunternehmen gäben auf, größere Unternehmen profitierten noch von den vielfachen Unterstützungen wie beispielsweise den KfW-Darlehen. Als Boom-Branchen nennt Atradius den IT-Bereich, Baumärkte und Anbieter von Verpackungsmaterialen aufgrund zunehmenden Onlinehandels und „to-go"-Geschäften. Atradius erwartet einen moderaten Anstieg der Insolvenzen ab Sommer und einen mittel- bis langfristig höheren Insolvenzbasiswert. Coface und Euler Hermes gehen ebenfalls nicht von einem umgehenden oder sprunghaften Anstieg der Insolvenzen aus. Euler Hermes betont, dass die großen Insolvenzen in den ersten neun Monaten 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich angestiegen seien, von 27 auf 43 Fälle. Das Ende der Unterstützungsmaßnahmen dürfte dann zu einem sukzessiven, verzögerten globalen Insolvenzanstieg führen. Unter den aktuellen Rahmenbedingungen geht Euler Hermes für 2021 ab dem 2. Halbjahr in Deutschland von einem Anstieg von 5 Prozent aus und 2022 von einem deutlicheren Anstieg um 15 Prozent, jeweils von niedrigem Niveau aus. Dies wären etwa 19.500 Insolvenzen im Jahr 2022, was etwa dem Niveau von 2017 entspräche und unter den Spitzenwerten von 2009 und 2013 läge. Albrecht Vater, Vorstandsvorsitzender von Bardo, unterstreicht: „Es scheinen momentan eher die Großinsolvenzen zu sein, die Sorge bereiten". Auch Aon sieht bei vielen Unternehmen massive Liquiditätsschwierigkeiten, was sich aber erst im Jahr 2022 zeigen könnte. Insgesamt sehen die Versicherer die Pandemie als Brandbeschleuniger: ohnehin gefährdete Unternehmen in schwächelnden Branchen müssten aufgeben, zukunftsträchtige Themen profitierten.

Die Versicherer gehen davon aus, dass ab Juli wieder die Regeln der Marktwirtschaft gelten werden und befürworten dies

Und wie geht's jetzt weiter? Die Versicherer gehen davon aus, dass ab Juli wieder die marktwirtschaftlichen Regeln gelten und befürworten dies ausdrücklich. Im Dialog mit dem Kunden würden schon jetzt Lösungen für einen fließenden Übergang gesucht. Dennoch klingt bereits an, dass sich die Deckungspolitik nach dieser Erfahrung ändern wird. Laut Euler Hermes werde es Fälle geben, in denen die Deckung nicht vollständig aufrechterhalten werden könne. So sieht es auch Makler Aon. Die Versicherer müssten ihre Politik prüfen und anpassen, wenn die Risiken wieder in den eigenen Büchern stünden. Für die Kunden könne es dann deutlich schwieriger werden, die benötigten Limite zu erhalten. Die Versicherer müssten nämlich einerseits auf die eigenen Bilanzen achten, andererseits jedoch dem Kapazitätsbedarf des Marktes gerecht werden. „Kritisch zu sehen ist, (...) dass die Risikobereitschaft der Versicherer sowohl bei der Einschätzung des Ausfallrisikos generell als auch bei der Höhe der gezeichneten Kreditlimite zunehmend nicht mehr mit dem Bedarf der Unternehmen Schritt hält , so Kai Engelsberg, Mitglied der Geschäftsführung von Aon. Seien die Versicherer zu sehr auf Sicherheit bedacht, deckten sie den Kundenbedarf nicht mehr. Die Versicherer jedenfalls sehen sich gut gerüstet. Es gebe auch Anzeichen für eine langsame Erholung der Konjunktur, so Atradius und Euler Hermes.

Autorin Silvia Fischer ist Diplom-Betriebswirtin und Journalistin (FJS).

Zurich

Nachhaltigkeit im Fokus

Carsten Schildknecht

Die Zurich Gruppe Deutschland will zu einem der nachhaltigsten Unternehmen der Welt werden. Das kündigte der Vorstandsvorsitzende Carsten Schildknecht auf der digitalen Bilanzpressekonferenz an. „Wir haben ein klares Ziel: Wir wollen, dass Zurich zu einem der verantwortungsbewusstesten und wirkungsvollsten Unternehmen der Welt wird", erklärte Schildknecht. Die Ambition sei kühn. Aber sie passe zum Unternehmen und zur Zeit. „Wir nehmen das Thema sehr ernst. Und das müssen wir auch tun: Die Warnungen vor Pandemien hat so mancher auch nicht hören wollen – und dann kam Corona", so Schildknecht.
Im Zuge der Ausrichtung seien unterschiedliche Nachhaltigkeitsinitiativen fest in der Unternehmensstrategie verankert worden. Dass der Konzern im Dow Jones Sustainability Index nun branchenweit auf Platz 1 rangiere, ist laut Schildknecht eine großartige Anerkennung der umfangreichen Bemühungen. Als Unternehmen und Arbeitgeber sei die Zurich Gruppe Deutschland heute schon operativ klimaneutral. „Derzeit benötigen wir jedoch zur Klimaneutralität noch kompensierende Zertifikate, auf die wir mittelfristig verzichten werden." Die Fahrzeugflotte will der Versicherer bis 2029 zu 100-Prozent auf Elektrofahrzeuge umstellen. „Zudem investieren wir mit der Pflanzung von einer Million Bäume im Zurich Forest in Brasilien und mit der Renaturierung von Mooren in Deutschland in die natürliche und effiziente Speicherung von Kohlendioxid", so Schildknecht. Als Investor und Berater in Anlage- und Vermögensfragen hat Zurich konzernweit bereits Impact-Investments in Höhe von rund fünf Milliarden Euro getätigt, davon 1,5 Milliarden Euro auf der deutschen Bilanz. Ziel sei es, einen Beitrag zur Vermeidung von fünf Millionen Tonnen CO2 pro Jahr zu erreichen – dies entspricht der Emission von rund einer Million Kraftfahrzeugen. Eine Reduzierung von rund drei Millionen Tonnen CO2 wurde bereits erreicht. Für das Bilanzvermögen wird Zurich als Mitglied der Net Zero Asset Owner Allianz bis 2050 das Net-Zero-Emissionsziel erreichen.

Prisma Life

52 ESG-konforme Fonds im Angebot

Der Liechtensteiner Lebensversicherer Prisma Life hat für Bestandskunden das Angebot an Nachhaltigkeitsfonds auf 52 ausgebaut. Neu sind unter anderem Green Bonds ebenso wie Investmentfonds in den Bereichen Wasser, nachhaltige Energieerzeugung sowie nachhaltige Wachstumsstrategien. „Unser Ziel ist es, möglichst viele Kunden bei der Auswahl der Investments zu ihrer Police für nachhaltige Fonds zu gewinnen", sagt Holger Beitz, CEO der PrismaLife. Die Fokussierung auf das Thema und die nachhaltige Geschäftsstrategie zahlen sich laut Angabe des CEO aus. Nach den vorläufigen Zahlen hat Prisma Life 2020 die Prämien um 1,4 Prozent auf 134,4 Millionen Euro und das Neugeschäft um 5,7 Millionen Euro auf 17,9 Millionen Euro gesteigert. Ein Plus von 47 Prozent. Laut Beitz verändert sich das Angebot nachhaltiger Investmentfonds sehr dynamisch. «Neben neu aufgelegten Fonds passen viele Fondsanbieter auch bestehende Fonds so an, dass sie Nachhaltigkeitskriterien erfüllen», erklärt Beitz. „Es wird spannend zu sehen, welchen Einfluss die EU-Taxonomie auf diese Einordnung haben wird", sagt Beitz.

Holger Beitz

Die Bayerische

Neue Hausrat-Versicherung mit Nachhaltigkeits-Baustein

Die Bayerische gestaltet ihre Hausrat-Tarife kundenindividueller. Statt drei gibt es künftig sechs Tariflinien. Zu den Highlights über alle Tariflinien hinweg zählen unter anderem eine Beitragsbefreiung bei unverschuldeter Arbeitslosigkeit oder Kurzarbeit, Zuschuss zum Lieferdienst, wenn die Küche aufgrund eines Schadens nicht benutzbar ist oder eine Innovationsklausel, bei der Bayerischen das so genannte „Bedingungsupdate". Zudem kann der Kunde seinen Hausratschutz mit einer Fahrrad-Kasko auf sein privatgenutztes E-Bike oder Pedelec ausdehnen . Auch Schäden durch Phishing oder Datenrettungskosten sind durch den Cyberschutz abgedeckt, das Arbeitszimmer und Arbeitsgeräte mit abgesichert. Neu ist eine Nachhaltigkeitskomponente, der Pangaea Life Baustein. Kunden erhalten unter anderem nach einem Schaden 20 Prozent Mehrleistungen für nachhaltig produzierte Ersatzprodukte wie Bodenbeläge, Farbe, Möbel und Kleidung oder Haushaltsgeräte der höchsten Energieeffizienzklasse. Im Falle eines Brandes wird das durch das Feuer freigesetzte CO2 klimaneutral gestellt. Hierfür werden als Ausgleich zertifizierte Klimaschutzprojekte unterstützt. Außerdem besteht die Möglichkeit, Wandladestationen für Elektroautos mitzuversichern. Für jeden Pangaea Life Baustein pflanzt die Bayerische mit WeForest einen Baum in einem von extremer Abholzung bedrohten Gebiet in Afrika.

FOTOS: JOERG SAENGER, PRISMA LIFE

Patrick Dahmen: „ Die HDI-Berufe-Studie hatte Einfluss auf die Produktgestaltung“

„DER JUNGE KUNDENKREIS WILL DIE BERATUNG“

Die private Altersvorsorge ohne Garantien setzt sich im Markt durch. In der jüngeren Bevölkerung wächst die Bereitschaft, für die private Altersvorsorge auf Sicherheit zu verzichten. Im zweiten Teil des Cash.-Interviews mit Dr. Patrick Dahmen, dem Vorstandsvorsitzenden der HDI Lebensversicherung AG, sprachen wir über die HDI Berufe-Studie, das Finanzwissen der Generation Y und die Zukunft der Altersvorsorge.

Sie haben im vergangenen Jahr eine große Berufe-Studie durchgeführt. Was waren für Sie die überraschendsten Erkenntnisse hieraus?

Dahmen: Deutschland lebt von seinem Unternehmertum. Der Mittelstand und eine hohe Zahl an Neugründungen bringen Innovationen, Fortschritt und langfristig Arbeitsplätze. Wenn viele Menschen nun Angst vor der Selbständigkeit haben, ist das eine ernste Gefahr für die wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands. Denn im „New Normal“ nach der Corona-Zeit ist besonders viel neuer wirtschaftlicher Schwung nötig, um die Folgen der Pandemie abzufedern. Dabei senden insbesondere neue Unternehmensgründungen wichtige Impulse. Aber mehr als ein Drittel aller Angestellten, die vor der Corona-Zeit Pläne für eine berufliche Selbständigkeit hatten, will sie jetzt nicht mehr verfolgen. Fast zwei Drittel der Selbständigen sagen voraus, dass es durch die Corona-Zeit zu einer Pleitewelle in Deutschland kommen wird und die Selbständigen sehen die große Gefahr, dass es zu einem Verlust an Unternehmertum in Deutschland kommen wird. Das ist alarmierend. Ein Studienergebnis hat mich persönlich bestärkt: Wir haben die Frage gestellt, auf welche Formen für die Altersvorsorge, die Befragten setzen. Auf Platz eins der Top-Nennungen kam die Immobilie mit 51 Prozent. Top-Nennung Nummer zwei waren die private wie betriebliche Altersvorsorge mit 24 Prozent. Erst an dritter Stelle kommt die gesetzliche Rentenversicherung. Die private und betriebliche Altersvorsorge überholt die gesetzliche, das ist eine erstaunliche, aber erfreuliche Entwicklung, die das Vertrauen in die private und betriebliche Altersvorsorge unterstreicht.

Ich würde hier gerne noch einmal einhaken. Ich stimme Ihnen zu, dass das Interesse steigt. Allerdings zeigte eine Studie der Generali, die sich mit der von Ihnen erwähnten Zielgruppe beschäftigt hat, dass die Zielgruppe kein ausgeprägtes Finanzwissen hat. Wie begleitet man Menschen am Kapitalmarkt, wenn kein umfassendes Wissen vorhanden ist?

Dahmen: Die Studie zeigt, dass eine große Mehrheit der jungen Menschen die private Altersvorsorge für wichtig erachtet. Darauf lässt sich aufbauen. Vertriebspartner, wie zum Beispiel Tecis aus der Swiss-Life-Gruppe, setzen stark auf junge Vermittler und Berater, die zudem die zielgruppengerechte, digitale Ansprache beherrschen. Hier sprechen junge Berater mit jungen Kunden und sie eint die Erwartung nach volldigitalen Prozessen – von der Beratung, über den Abschluss bis hin zur Verwaltung. Dass wir die Erwartungen erfüllen, zeigt das erfreuliche Neugeschäft, das wir aus dieser Verbindung verzeichnen. Wichtig: Wir müssen junge Leute dort abholen, wo sie unterwegs sind. Wer allerdings glaubt, dass junge Leute immer eine rein digitale Altersvorsorge wünschen, der irrt. Das Gegenteil ist eher der Fall. Der junge Kundenkreis braucht die Beratung, weil die Kompetenz in Finanzfragen noch nicht ausgeprägt ist. Ich bin überzeugt, dass vielmehr bei Älteren, die über Finanzwissen verfügen, die Affinität größer ist, digital abzuschließen.

Sie haben vor wenigen Wochen ein neues Vorsorgekonzept vorgestellt. Sind Erkenntnisse aus der Studie, in ihr neues Vorsorgekonzept Cleverinvest eingeflossen?

Dahmen: Die HDI Berufe-Studie hatte Einfluss auf die Produktgestaltung. Der Lebensentwurf junger Menschen ist heute bunter und weniger planbar. Die beruflichen Realitäten junger Leute haben keine Ähnlichkeit mehr mit denen der Elterngeneration, die mit 20 Jahren in einem Unternehmen angefangen haben und mit 65 dort in den Ruhestand gegangen sind. Die Jungen wollen folglich ein Produkt, das sie flexibel auf ihre jeweilige Lebens- und Berufssituation abstellen können. Cleverinvest bietet diese Flexibilität in einem bislang nicht gekannten Ausmaß. Deshalb spreche ich auch gerne bei Cleverinvest von einem Rentenkonto. Die Kunden wollen neben Flexibilität kostengünstige Produkte, das untermauern viele Befragungen. Mit Cleverinvest bieten wir neben einer innovativen Fondsselektion auch günstige ETF-Lösungen. Die Renditeminderung, die sogenannte Reduction-in-Yield – also die Effektivkosten eines Produktes, liegt je nach Vertragskonstellation sogar unter

FOTO: JOHN M. JOHN / HDI

einem Prozent. Das ist eine transparente und faire Kostenstruktur und ein ganz zentraler Vorteil. Ein weiterer Punkt – und der kommt mit aller Wucht und Macht daher – ist das Thema Nachhaltigkeit und nachhaltige Kapitalanlage. Aktuell haben wir 25 Nachhaltigkeitsfonds im Angebot. Ich gehe davon aus, dass wir das Angebot sicherlich ausbauen werden. Unsere Fondspolice bedient also die komplette Klaviatur, wenn es um Flexibilität, kostengünstige Strukturen, Kostentransparenz und Nachhaltigkeit geht.

Sie sprechen bei Cleverinvest von innovativer Fondsselektion: Was genau ist das Innovative bei der Fondsauswahl?

Dahmen: Die Fondsauswahl trägt den unterschiedlichen Kundenbedürfnissen Rechnung. Die einen wollen fondsgebundene Komplettlösungen, bei der das Anlagemanagement allein beim Versicherer liegt. Die anderen Kunden wiederum wollen die Fondsanlage aktiv mitgestalten. Für diese Kunden bedarf es einer konsequenten Beratung mit Hilfe eines kompetenten Beraters. Dabei bildet das Risiko-Rendite-Profil des Kunden die Basis für die Beratung. Dazu haben wir mit dem „Fonds-Guide“ ein Tool entwickelt, das einzigartig ist am deutschen Markt und dafür erhalten wir von unseren Vertriebspartnern sehr positives Feedback. Mit Hilfe des Tools werden die Präferenzen des Kunden abgefragt: Etwa nach der Schwankungsbreite, die der Kunde hinnehmen würde? Fünf Prozent? Zehn Prozent? Welche Renditeerwartungen hat der Kunden und hat er eine Präferenz für kostengünstige ETFs? Nach der Abfrage erhalten Vermittler und Kunde ein maßgeschneidertes Portfolio, welches dem Risiko-Rendite-Profil des Kunden entspricht – inklusive einer Übersicht der Wertentwicklung der letzten Jahre. Zudem gibt es noch viele weitere Analysemöglichkeiten, die dieses Tool einzigartig machen.

Und wie schaut es mit dem Digitalisierungsgrad bei dem neuen Produkt aus?

Dahmen: Die Cleverinvest-Police gibt es auf Knopfdruck. Die Antragsstrecke haben wir vollständig digital angelegt. Unsere Vertriebspartner können den Antrag für Cleverinvest komplett elektronisch abwickeln – inklusive einer digitalen Unterschrift. Das wirkt sich natürlich auch positiv auf die Kostenstruktur aus.

Sie bieten den Kunden eine Auswahl aus rund 100 Fonds, darunter 25 Nachhaltigkeitsfonds und 24 ETFs an. Nach welchen Kriterien werden die ausgewählt?

Dahmen: Bei der klassischen Fondsauswahl setzen wir unter anderem auf die Expertise von Rating-Agenturen wie Morningstar. Zudem prüfen wir neben den Management-Fees auch die weiteren Kosten. Ein weiteres sehr wichtiges Themenfeld sind ESG-Kriterien. Dort gibt es spezialisierte Rating-Agenturen, die mit ihren Nachhaltigkeits-Ratings genau definieren, welche Fonds die ESG- und SRI-Kriterien erfüllen. Auf Basis dieser und weiterer Kriterien wählen wir die Fonds aus.

„Die aktive und konsequente Einbindung unserer Vertriebspartner bei der Entwicklung ist einzigartig und das Feeback aus dem Maklermarkt bestärkt uns enorm.“

Sie sprachen gerade die Kostenstruktur an. Wie hoch sind die Kosten? Wie transparent ist das Pricing geregelt?

Dahmen: Die Kostenstruktur ist auch abhängig von den Fonds, die gewählt werden. Wenn Sie einen renommierten Fonds nehmen, der aktiv gemanagt wird, wird es teurer. Die sogenannte Reduction-in-Yield, also die Effektivkosten, die alle Kosten des Produkts enthält, liegt je nach Vertragskonstellation bei unter einem Prozent. Das betrifft die Ansparphase. In der Rentenphase sind die Kosten sogar deutlich geringer. In einem Beispielfall liegt die Reduction-in-Yield bei 0,18 Prozent, was vielen Kunden und Vertriebspartnern so nicht bewusst ist, da im Gegensatz zur Ansparphase in der Rentenphase die Reduction-in-Yield leider nicht so gebräuchlich ist. Wenn man Anspar- und Rentenphase insgesamt betrachtet, ergibt sich beispielhaft eine Reduction-in-Yield von circa 0,7 Prozent. Das ist sehr günstig und wir müssen daher auch nicht den Vergleich mit Fondssparplänen scheuen.

FOTO: JOHN M. JOHN / HDI

Sie betonen zudem die Bedeutung der Komponente Flexibilität. Was hat HDI als Versicherer dort im Vergleich zu älteren Angeboten verbessert?

Dahmen: Der Kunde hat die Möglichkeit, zwischen den Fonds in allen Varianten zu shiften und zu switchen. Damit lässt sich jederzeit auch die Anlagestrategie verändern. Zudem besteht die Möglichkeit, jederzeit Ein- und Auszahlungen in der dritten Schicht im bestehenden Vertrag vorzunehmen. Was wir zusätzlich anbieten, ist eine Berufsunfähigkeits-Zusatzversicherung (BUZ), die die Altersvorsorgezahlungen absichert. Cleverinvest Gold eignet sich für Menschen, die im Fall einer Berufsunfähigkeit die Beiträge für ihre Altersvorsorge absichern wollen. In diesem Fall springt dann die BUZ ein. Wir verzichten hier auf Gesundheitsfragen, dafür haben wir eine Wartezeit von drei Jahren. Der Monatsbeitrag bei Einschluss der BUZ, ist nach oben hin auf 350 Euro gedeckelt.

Welche Rolle spielte ihre neue Vertriebspartner-Plattform „Youkunft" bei der Entwicklung von Cleverinvest?

Dahmen: Die Plattform ist aus unserer Digitalisierungsoffensive #handschlag hervorgegangen. Mit unserer Initiative #Youkunft für das Leben- und Vorsorgegeschäft haben wir eine Zukunftsplattform geschaffen, in der unsere Vertriebspartner im Rahmen des Top-Partner-Dialogs aktiv eingebunden sind. Denn als Multiplikator zwischen Kunde und Versicherer kennen sie Ansprüche und Bedürfnisse am besten. CleverInvest ist das erste Altersvorsorge-Produkt, das wir im Rahmen von #Youkunft entwickelt haben. In Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern haben wir auch den vorhin erwähnten „HDI FondsGuide" entwickelt und damit den Grundstein für ein Beratungstool gelegt, das einzigartig ist am deutschen Markt. Mit dem FondsGuide geben wir unseren Vertriebspartnern die perfekte digitale Unterstützung zur Ermittlung der passgenauen Fondsauswahl für ihre Kunden an die Hand.

Darüber hinaus bieten wir im Rahmen von #Youkunft verschiedenste digitale Formate an. So zeigen wir unseren Maklern Growth-Hacking-Ansätze. Also eine spezielle Marketing-Technik, um das Wachstum eines Unternehmens durch bestimmte digitale Ansprachen zu steigern. Oder wie sich erfolgreich Kundenakquise digital betreiben lässt. Last but not least wollen wir den intensiven Dialog mit unseren Vertriebspartner - insbesondere zum Thema Digitalisierung. Vieles was ich zum Thema Digitalisierung an der Vertriebsschnittstelle (siehe dazu Cash. 4/2021) gesagt hatte, stammt aus dieser Dialogplattform. #Youkunft ist somit eine Qualifizierungs- und Dialogplattform. Die aktive und konsequente Einbindung unserer Vertriebspartner bei der Entwicklung ist einzigartig und das Feedback aus dem Maklermarkt bestärkt uns enorm.

Das Interview führte Jörg Droste, Cash.

SCHADENMANAGEMENT 2.0: WO IST DER DIGITAL LEADER?

Das Schadenmanagement rückt in den Fokus der Digitalisierungsbestrebungen von deutschen Versicherern. Dennoch müssen die Unternehmen bei der End-to-End-Digitalisierung des Schadenprozesses und einzelnen Prozessschritten noch deutlich nachlegen. Ansonsten bleiben Chancen auf Wettbewerbsvorteile durch Kundenzentrierung und Prozesseffizienz ungenutzt. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Digitalisierungsexperten Eucon und der Managementberatung zeb, an der knapp die Hälfte der deutschen Schadenversicherer teilnahm.

Mit digitalen Kundenerwartungen, pandemiebedingten Kontaktbeschränkungen und steigendem Kostendruck haben deutsche Versicherer reichlich Gründe, die digitale Transformation ihres Schadenmanagements voranzutreiben. Trotz einer Vielzahl von Digitalisierungsinitiativen und Pilotprojekten bleibt der Handlungsbedarf bei vielen Unternehmen groß. Einen „Digital Leader", einen Versicherer mit einem durchgehend digitalisierten Schadenmanagement, konnten Eucon und zeb unter den Studienteilnehmern nicht finden.

Digitalisierungsstrategien ohne tragfähige Budgets

Die Befragung zeigt, dass die Mehrheit der deutschen Schadenversicherer bereits eine Digitalstrategie für das Schadenmanagement aufgestellt und mit ihrer Geschäftsstrategie abgestimmt hat. Doch für eine entschlossene digitale Transformation fehlt vielfach das notwendige finanzielle Commitment: Nur jeder zehnte Versicherer gab an, dass er für die Umsetzung der Digitalstrategie einen tragfähigen Etat hat. Das zeigt den Kostendruck, unter dem die Versicherungsbranche steht, und dass sich die Digitalisierung des Schadenmanagements noch in einer frühen Phase befindet. Fast 60 Prozent der Versicherer geben darüber hinaus an, dass ihre eigenen IT-Ressourcen ein Flaschenhals sind – obwohl vielfach innovative Ideen für einen digitalen Schadenprozess vorliegen. In der Folge sind auch die vorhandenen Digitalisierungsvorhaben der befragten Versicherer bis dato eher operativ angelegt und in viele einzelne digitale Initiativen fragmentiert.

Erfolgsfaktor zentrales Providermanagement

Das Bild einer fragmentierten Digitalisierung des Schadenmanagements bei deutschen Versicherern setzt sich bei der Steuerung von IT-Dienstleistern fort. Durch begrenzte Budgets werden im Zuge von Make-or-Buy-Entscheidungen vielfach externe Spezialisten gewählt. Mit solchen arbeiten mehr als 90 Prozent der befragten Schadenversicherer bei der digitalen Transformation zusammen. Die effiziente Steuerung aller beteiligten Dienstleister im Schadenmanagement gewinnt dadurch eine strategische Bedeutung. In diesem Bereich offenbart die Studie noch umfassenden Handlungsbedarf: Erst 58 Prozent der befragten Versicherer gaben an, durch ein digitales Providermanagement das Zusammenspiel ihres Ökosystems zu koordinieren.

Dabei ergeben sich aus innovativen, digitalen Lösungen zur Dienstleistersteuerung nicht nur Zugewinne bei der Prozesseffizienz im Schadenmanagement, sondern auch wertvolle neue Datenquellen. Sie erleichtern die Koordination bei der Partnerbeauftragung und Terminvereinbarung, können aber auch vielfältige Analyse- und Monitoringfunktionalitäten bieten. Möglich wird zum Beispiel Service-Level-Agreement-Tracking, ein standardisiertes Dokumentenmanagement und die Echtzeitprüfung der

Die Transformation ist bei mehr als der Hälfte der befragten Schadenversicherer zwar in vollem Gange, dennoch zählt noch kein Studienteilnehmer zu den Digital Leaders

Verteilung des digitalen Reifegrades auf Teilnehmerebene

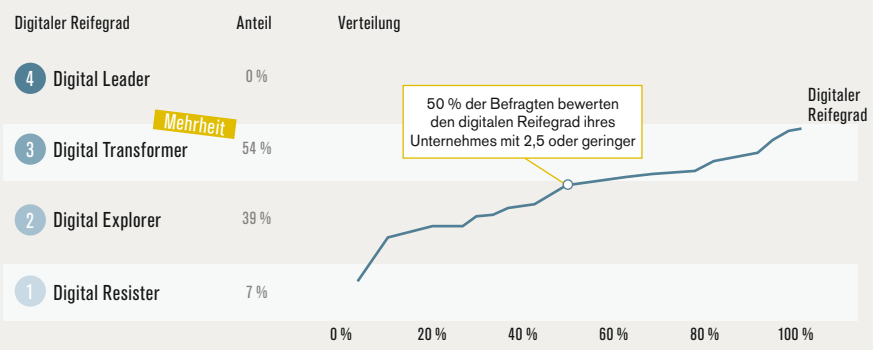


FOTO: KAIPOHLKAMP.COM

Michael Rodenberg, Eucon Digital

Verfügbarkeit von Partnern. Durch zentrale digitale Anwendungen könnten Versicherer folglich erheblichen manuellen Abstimmungsaufwand und damit Kosten sparen.

Optimierungspotenzial für Schadenmanagement

Vi ele Versicherer verfügen schon heute über einen umfangreichen Pool von Daten. Deren intelligente Nutzung ist bei vielen von ihnen allerdings noch ausbaufähig: Erst ca. 40 Prozent der befragten Versicherer nutzen ihre Daten systematisch für die Optimierung ihres Schadenmanagements. Das liegt vielfach an der fehlenden Datengrundlage: Bei jedem zweiten Versicherer liegen selbst aktuelle Schadendaten nur in Teilen strukturiert vor.

Das ist besonders für den Schadenfall, in dem der Versicherer auf dem Prüfstand steht, eine vergebene Chance, zumal die erforderlichen Tools und Services am Markt längst verfügbar sind. Aus strukturierten Daten können Versicherer erheblich mehr Nutzen ziehen – etwa um Prozesse im Schadenmanagement zu beschleunigen oder ihre Kunden individualisiert anzusprechen.

Digitale Tools kommen zu kurz

Digitale Technologien ermöglichen Versicherern auch den Einsatz neuer Werkzeuge, mit denen sie ihre Kunden ins Zentrum rücken können. Dadurch können sie ihren Versicherten die Bequemlichkeit und Geschwindigkeit bieten, die Verbraucher zum Beispiel vom Online-Handel kennen und seit Corona noch stärker schätzen. Dieser hohe Stellenwert digitaler Tools bei der Kundenzentrierung ist den Versicherern bewusst: 84 Prozent der befragten Versicherer bieten ihren Kunden deshalb die digitale Übermittlung von Schadenmeldungen mittels Apps oder Webservices an. Bei knapp einem Fünftel von ihnen ist die Schadenübermittlung sogar vollständig digital möglich.

An anderer Stelle bleiben Versicherer bei der Digitalisierung der Kundenschnittstelle aber noch weit hinter ihrem Potenzial zurück. Im Bereich der digitalen Services und Kanäle zur transparenten Kommunikation des Bearbeitungsstatus von Schadenfällen ist der digitale Reifegrad der befragten Unternehmen noch niedrig. Schadenstatus-Tracking – ähnlich der Sendungsverfolgung von Paketdienstleistern – oder Chatbots bietet hier kaum ein Versicherer an. Außerdem unterbreitet erst die Hälfte der Versicherer ihren Kunden mittels Smart Home, Telematik oder Gesundheits-Apps Präventionsangebote. An den Touchpoints mit ihren Kunden bieten digitale Tools den Versicherern folglich noch immer riesige ungenutzte Chancen für die Stärkung von Kundenbindung und Effizienz.

Pilotprojekte für KI und Data-Analytics laufen

Auch mithilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) und Data-Analytics-Anwendungen könnten Versicherer durch die Beschleunigung ihres Schadenprozesses Kundenzufriedenheit erhöhen und Prüfkosten reduzieren. Rund 70 Prozent der befragten Anbieter haben deshalb bereits erste Pilotprojekte gestartet. Erprobt und angewandt werden die datengetriebenen Methoden insbesondere in der Betrugserkennung sowie der Datenaufbereitung und Schaden- beziehungsweise Belegprüfung. Für die Vorhersage von Prüfbedarfen auf der Grundlage historischer Daten kommt KI bis dato kaum zum Einsatz – obwohl entsprechende Anwendungen bereits von externen Datenspezialisten angeboten werden. Interne und externe Prüfaufwände könnten dadurch minimiert werden.

Auch in der Schadenaufnahme fehlt es vielen Versicherern noch an Ideen für tragfähige Use-Cases. Die Befragten schätzen den Nutzen von KI und Data-Analytics in diesem Gebiet als eher gering ein, obwohl beispielsweise der Einsatz von KI zur automatischen Bildanalyse in Zukunft großes Potenzial entfalten kann. Das größte Hemmnis für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz und Data-Analytics-Anwendungen ist für die befragten Versicherer auch hier die Schaffung einer verwertbaren, strukturierten Datengrundlage.

Insgesamt zeigt die Studie von Eucon und zeb, dass die deutschen Versicherer ihr Schadenmanagement stärker in den Fokus ihrer Digitalisierungsbemühungen nehmen. Ihre volle Power entfaltet die Digitalisierung für Anbieter und Versicherte aber nicht durch Insellösungen, sondern mit einer ganzheitlichen End-to-End-Digitalisierungsstrategie. Sie umfasst alle Prozessschritte des Schadenmanagements – die an der Kundenschnittstelle genauso wie die im Backoffice. Im Wettbewerb haben diejenigen Anbieter die Nase vorn, die durch effektive digitale Dienstleistersteuerung und ein integriertes Datenmanagement Fragmentierung auflösen und ein reibungsloses digitales Ökosystem aufbauen. Viele der Befragten stehen auf dem Weg dorthin noch am Anfang und können davon profitieren, auf die Erfahrung externer Digitalisierungspartner zurückzugreifen.

Autor: Michael Rodenberg, Eucon Digital GmbH

Digitalisierung im Schadenmanagement

Für die Studie „Digital Claims – Die Zeit ist reif!“ haben der Digitalisierungsexperte für automatisierte Prozesse Eucon und die Strategie- und Managementberatung für die Finanz- und Versicherungsbranche zeb im Herbst 2020 knapp die Hälfte der deutschen Schadenversicherer befragt und aus den Antworten Rückschlüsse über den Reifegrad der Digitalisierung des Schadenbereichs gewonnen. Im Kern ging es darum, den aktuellen Stand der Bemühungen der Versicherer zwischen Kundenanforderungen, technischem Fortschritt und anhaltendem Kostendruck genauer zu untersuchen.

TRANSPARENZ ALS EUROPÄISCHER WEG ZU MEHR NACHHALTIGKEIT

Zum 10. März ist die Transparenzverordnung in Kraft getreten, die die Offenlegungspflichten für nachhaltige Finanzprodukte noch einmal erweitert. Dies soll die Integrität für nachhaltige Produkte steigern und Greenwashing vermindern. Was bedeuten die neuen Vorschriften für Vermittlerinnen und Vermittler – und wie können sie davon profitieren?

Die Versicherungswirtschaft wird grüner. Nachdem das Thema Nachhaltigkeit in den vergangenen Jahren gesellschaftlich kontinuierlich an Relevanz gewonnen hat, richten sich auch die Versicherer vermehrt danach aus. Dies zeigt sich nicht nur am Umfang der nicht-finanziellen Berichterstattung, der in den vergangenen Jahren kontinuierlich zunahm, sondern auch am steigenden Angebot „nachhaltiger Versicherungsprodukte".

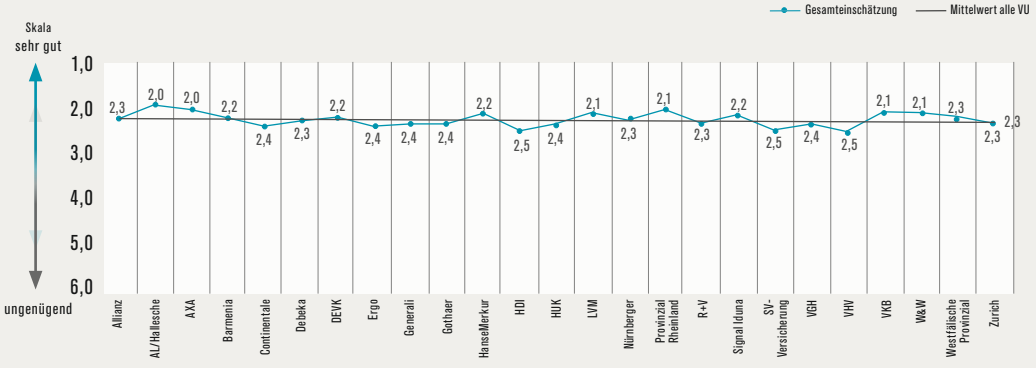
Es mangelt an Transparenz

Damit reagiert die Branche auf eine steigende Nachfrage von Versicherungskundinnen und -kunden nach solchen Produkten. In einer Befragung, die wir im Dezember 2020 unter 972 Verbrauchern durchgeführt haben, gaben rund 55 Prozent an, dass ihnen das Thema Nachhaltigkeit bei Versicherungen „wichtig" oder „eher wichtig" sei. Dabei lassen sich zwischen den Sparten nur sehr geringe Unterschiede feststellen, wobei die Relevanz bei den Personenversicherern leicht höher ist als in der Sachversicherung. Dies überrascht insofern, als dass Nachhaltigkeit am Markt vorrangig als Thema für die Lebensversicherung gesehen wird. Mehr als 53 Prozent der Befragten erklärten darüber hinaus, dass ihnen künftig beim Abschluss einer Versicherung Aspekte der Nachhaltigkeit wichtig seien. Ähnlich viele sind zudem bereit, bei gleichen Konditionen zu einem nachhaltigeren Anbieter zu wechseln.

Es besteht somit durchaus Bedarf an nachhaltigen Versicherungen. Doch können Kunden auch auf Anhieb nachhaltige Anbieter am Markt identifizieren? In der Befragung haben wir die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gebeten, eine Einschätzung zur Nachhaltigkeit einzelner Anbieter zu geben. Im Ergebnis bewegen sich alle untersuchten Versicherer in etwa auf demselben Niveau, sodass sich kein Unternehmen klar nach oben oder unten absetzt (vgl. Abbildung). Interessant ist zudem, dass bei den Fragen hinsichtlich der Aspekte „Klimaschutz", „Ressourcenschonung" oder „Mitarbeiterorientierung" rund 40 Prozent der Antworten auf die Option „weiß nicht/kann ich nicht beantworten" entfielen. Dies zeigt, dass es an Transparenz fehlt und die Kunden auf Basis ihrer aktuellen Informationslage nur schwer einordnen können, welche Versicherer wirklich nachhaltig agieren. Mangelnde Transparenz birgt auch die Gefahren von sogenanntem Greenwashing. Einerseits besteht das Risiko für die Kunden, eine nur vermeintlich nachhaltige „Mogelpackung" abzuschließen. Andererseits laufen auch Versicherungsunternehmen Gefahr, durch Intransparenz am Markt zu Unrecht in die

Wie schätzen Sie die (Versicherung) hinsichtlich der Nachhaltigkeit alles in allem ein?

Angaben ohne „weiß nicht/kann ich nicht beurteilen", n=31-74



Beim Thema Nachhaltigkeit bewegen sich alle Versicherer auf dem gleichen Niveau. Auch weil den Kunden die Transparenz fehlt und sie nicht wissen, welcher Versicherer nachhaltig agiert.

Greenwashing-Ecke gestellt zu werden, also dem Verdacht ausgesetzt zu sein, sich das Thema Nachhaltigkeit primär aus Marketinggesichtspunkten auf die Fahnen zu schreiben. Dies unterstreichen unsere Befragungsdaten: Bei fast allen Versicherungsunternehmen hatten 30 Prozent oder mehr der Befragten den Eindruck, dass es sich nur ein nachhaltiges Image verleihen wolle.

Transparenzverordnung als Teil eines Aktionsplans

Die EU hat sich dieses Problems mit der „Verordnung (EU) 2019/2088 über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor“ angenommen. Sie soll für eine höhere Transparenz beim Vertrieb von Finanzprodukten sorgen und erlangte daher unter dem Namen „Transparenzverordnung“ Bekanntheit. Um die Verordnung jedoch richtig einzuordnen, muss man sie im Kontext der jüngeren internationalen Nachhaltigkeitsinitiativen betrachten. Wichtige Meilensteine sind hierbei das Pariser Klimaabkommen von 2015 und die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung („Sustainable Development Goals“; SDGs) aus dem Jahr 2016. Um diese Initiativen zu realisieren und das europäische Wirtschaftssystem einer dafür notwendigen Transformation zu unterziehen, sind gewaltige Geldflüsse von öffentlicher und privater Hand in nachhaltige Investitionen nötig. Zur Mobilisierung dieser Investitionen hat die EU-Kommission 2018 den Aktionsplan zur Finanzierung nachhaltigen Wachstums verabschiedet. Dort werden zehn konkrete Aktionen festgehalten, mit welchen die Kommission nachhaltige Investitionen fördern möchte. Aus diesen Aktionen sind im weiteren Verlauf konkrete Gesetzesvorlagen entstanden – worunter auch die Transparenzverordnung fällt. Weitere Resultate aus dem Aktionsplan sind beispielsweise die EU-Taxonomie, die ein Klassifikationswerk für nachhaltige Wirtschaftstätigkeiten darstellt, sowie eine Novellierung der IDD, wonach Finanzberater zukünftig Nachhaltigkeitsaspekte in die Beratung mit aufnehmen müssen.

Erweiterte Offenlegungspflichten für Beratung

Zum 10. März 2021 ist die Transparenzverordnung in Kraft getreten und verpflichtet die Anbieter und Vermittler von Finanzprodukten zur erweiterten Offenlegung nicht-finanzieller Informationen. Ausgenommen sind jedoch Vermittler, die weniger als drei Personen beschäftigen. Unter den Versicherungsprodukten sind zudem lediglich Versicherungsanlageprodukte – und somit Lebensversicherungsprodukte mit Sparcharakter – betroffen. Dabei müssen Vermittler solcher Produkte nun konkret auf ihren Internetseiten darlegen, welche Strategien zur Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken sie in ihrer Beratung verfolgen, zum Beispiel inwieweit sie ihre Kunden systematisch nach deren Nachhaltigkeitspräferenzen befragen. Dazu muss dargelegt werden, wie die Vermittlung der Produkte mit der Vergütungspolitik im Einklang steht – werden nachhaltige Produkte beispielsweise anders provisioniert als konventionelle? Zudem sollen Vermittler beschreiben, ob und wie sie die nachteiligen Auswirkungen der Finanzprodukte auf Umwelt und Gesellschaft in ihrem Beratungsprozess berücksichtigen. Als Beispiel könnten Investitionen des Versicherungsproduktes in Kohleenergie genannt werden, welche den Klimawandel befeuern. Weitere Angaben müssen Vermittler in den vorvertraglichen Produktinformationen vornehmen: An dieser Stelle erfolgt eine Erklärung, wie Nachhaltigkeitsrisiken in die Beratung einbezogen werden und welche Auswirkungen diese auf die Rendite der Finanzprodukte haben können. Sollten Beraterinnen und Berater Nachhaltigkeitsrisiken nicht als relevant erachten, müssen sie dies entsprechend begründen.

Oliver Bentz: „Zusätzliche Produktinformationen sind Mehrwert für Berater.“

Als Anbieter von Produkten, die unter die Transparenzverordnung fallen, sind Versicherungsunternehmen auf Produktebene zu weiterführenden Angaben verpflichtet. So herrschen für Versicherungsprodukte, die als nachhaltig beworben werden, erweiterte Offenlegungspflichten. Dabei unterscheidet die Verordnung zwischen zwei Kategorien: Finanzprodukte mit ökologischen oder sozialen Merkmalen („light green“) sowie Finanzprodukte mit einem nachhaltigen Investitionsziel („dark green“). In beiden Fällen muss beschrieben werden, wie das Produkt konkret die nachhaltigen Merkmale bzw. Investitionsziele umsetzt.

Konkrete Hilfestellungen für Vermittler zur Umsetzung der neuen Anforderungen bietet der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK). Gemeinsam mit Prof. Matthias Beenken von der Fachhochschule Dortmund hat der Verband eine Checkliste entwickelt, die durch die einzelnen Offenlegungspflichten hindurchführt. Sie steht auf der Website des BVK zum Download bereit. Zudem finden Vermittler auf den Internetseiten der Branchenverbände AfW und Votum ein Dokument mit konkreten Textempfehlungen für Website und vorvertragliche Informationen.

Zukunftsthema Nachhaltigkeit: Chancen für Beratung

Vermittler sollten in der neuen Verordnung nicht nur eine weitere regulatorische Bürde sehen. Die neuen offenzulegenden Informationen bieten einen potenziell leichteren Zugang zu einem wachsenden Marktsegment. Die Ergebnisse unserer Verbraucherbefragung zeigen, dass Nachhaltigkeitsaspekte mittlerweile auch in der Breite bei Versicherungskunden eine immer größere Rolle spielen. Aus dem einstigen Nischenthema könnte somit zukünftig ein echtes Differenzierungsmerkmal werden. Für Berater kann es sich durchaus lohnen, sich diesem Thema zu widmen und eine Expertise aufzubauen. Die – teils freiwilligen – Angaben der Transparenzverordnung bieten daher eine Chance, die eigenen Strategien und Beratungsprozesse zu reflektieren und zu überprüfen, ob das Thema Nachhaltigkeit in angemessener Form berücksichtigt wird. Auch die Produktinformationen, die die Versicherer nun liefern müssen, bieten einen Mehrwert für Vermittler. Die Beschreibung der nachhaltigen Merkmale und Investitionsziele der Produkte sowie die Kategorisierung derer schafft mehr Transparenz für Berater und ein besseres Fundament für Beratungsgespräche zu diesen Produkten.

Autor Oliver Bentz ist Analyst bei der Kölner Analysehaus Assekurata Assekuranz Rating

FOTO: NICOLE MUELLER

DEN KUNDEN ZUM KÖNIG MACHEN

The better way to fly – dieses Angebot gibt es heute auch seitens von Versicherungen. Schließlich war es für Kunden noch nie so entspannt, eine Police abzuschließen. Von der Suche nach dem richtigen Produkt bis zum Vertragsabschluss – das funktioniert inzwischen mit ein paar Klicks. Vorausgesetzt, die Kundenreise ist eine angenehme. Wenn der User intuitiv geführt und mit seinen individuellen Ansprüchen adressiert wird, schwebt er in wenigen Minuten beinahe wie auf Wolken: First Class, versteht sich. Und mit dem richtigen Versicherungsschutz hat er danach ein gutes Gefühl im Gepäck.

René Schoenauer: Wenn der User intuitiv geführt wird, schwebt er beinahe wie auf Wolken

Die Bedeutung der virtuellen Customer Journey hat während der COVID-19-Krise durch die wachsende Fokussierung auf digitale Kanäle noch weiter zugenommen. Dort wird nicht nur recherchiert, sondern auch gekauft. Daher hat sich auch der Trend zum Online-Abschluss von Policen nochmals deutlich verstärkt. Auf dem Weg bis dorthin kommt es allerdings auf jeden einzelnen Kontaktpunkt zwischen Kunde und Anbieter an – schon ein einzelner negativer Touch Point kann einen negativen Einfluss auf den Abschluss haben. Somit gewinnt die Kundenerfahrung einen immensen Stellenwert im Hinblick auf sämtliche Prozesse im Versicherungslebenszyklus: ob es um Erstabschluss, Cross-Selling-Potenziale oder um Weiterempfehlungen geht.

Eine ausgereifte Omnichannel-Strategie – die nahtlose Kommunikation über alle Kundenkanäle hinweg – wird zu einem zentralen Erfolgsfaktor für die Kundengewinnung und -bindung – sowie unter dem Strich für das Wachstum des Gesamtgeschäfts. Doch zeigt die McKinsey-Studie "Moving to a user-first, omnichannel approach", dass die Versicherer in Deutschland bei der erforderlichen Omnichannel-Strategie noch hinterherhinken. Das betrifft auch das Produktangebot: So bietet kein Einziger der Top-10-Anbieter hierzulande sämtliche Policen online an – noch nicht einmal die Direktversicherer. Also erstmal keine gute Botschaft. Doch die Reise hat gerade erst begonnen.

Bitkom-Studie: Ein Abgesang auf die Assekuranz?

Eine Bitkom-Studie aus dem Jahr 2020 zeichnet ein durchaus düsteres Szenario der traditionellen Versicherungsbranche in Deutschland: Über die Hälfte (52%) der befragten Bürger glaubt, dass zahlreiche klassische Versicherungsanbieter bis 2030 vom Markt verschwinden werden. Gleichzeitig sehen die Studienteilnehmer große Plattform-Riesen wie Apple, Google oder Amazon als sehr benutzerfreundlich an. Jeder Dritte würde dort eine Police abschließen. Eine mittelfristige Folge könnte sein, dass Versicherer zwar weiter ihre Produkte anbieten, aber als Marke nicht mehr präsent sind. Vor allem dann, wenn es in Richtung Plattform-Ökonomie und -Ökosystem geht.

Amazon als Benchmark für die Customer Journey

Um Höhenflüge zu ermöglichen gilt es für die Assekuranz, die Kundenkommunikation zu analysieren, zu optimieren und zu modernisieren. Gefragt sind Lösungen, die personalisierten Austausch über alle Kanäle hinweg ermöglichen. Die große Herausforderung: Mit dem Kunden so interagieren, wie es Amazon oder Google tun. Schnell, schnörkellos, bedürfniszentriert und intuitiv. Doch dafür gibt es in der regulierten Umgebung, in der sich Finanzdienstleister bewegen, keine einfachen Lösungen.

Wichtig ist, zunächst im Fokus zu haben, dass Omnichannel-Kommunikation nicht beim Output anfängt. Es ist allerdings notwendig, vom Ende her zu denken – und die strukturellen Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass die Ergebnisse im Sinne des Kunden stimmen. Damit das gelingt, bedarf es eines holistischen Digitalisierungsansatzes, im Zuge dessen am besten sämtliche IT-Prozesse auf den Prüfstand kommen. Dies beginnt bereits in den Kernsystemen.

Omnichannel bedeutet, Informationen aus verschiedenen

FOTO: JAY KELLY - STUDIO J PHOTO PROSTUDIOJ.COM ALL RIGHTS RESERVED

Quellen in neue Kommunikationen zu überführen, die den Präferenzen der einzelnen Kunden entsprechen. Im Hinblick darauf ist der Zugriff auf Kundendaten und -inhalte von überall aus ebenso wichtig wie deren Transformation: Somit werden alle Datenquellen im System konsolidiert und es entsteht eine Gesamtsicht auf den einzelnen Kunden – stets unter Wahrung von Datenschutzrichtlinien, versteht sich. Auf der Grundlage dessen wird es möglich, für jeden einzelnen User die entsprechenden Inhalte und Informationen auszuliefern – und zwar unabhängig davon, welches Gerät dieser gerade nutzt. Auch der persönliche Berater muss im Telefonat auf einen Blick über alle Daten verfügen. Auf diese Weise können Versicherer schließlich ein einheitliches Kundenerlebnis ermöglichen – ob es um Abschlüsse, Schadenmeldungen, Vertragsgestaltung oder Marketing-Kommunikation geht. Mit Analytics-Tools und -Lösungen gelingt es, Kundendaten aus allen Kanälen zu aggregieren und zu analysieren. In der Folge setzt sich dies konsequent fort: Die Datenanalyse unterstützt sowohl die Risikomodellierung als auch die Entwicklung neuer, innovativer Produkte.

Künstliche Intelligenz wird Teil der Strategie

Mit der Integration von Chatbots in die Kommunikation und deren Rolle als Ansprechpartner gewinnt die Omnichannel-Strategie eine neue Dimension: Künstliche Intelligenz (KI) wird nun zwingend einer ihrer Bestandteile. Bots vermitteln Informationen auf Grundlage von Schlagwortanalysen, die in Echtzeit erfolgen.

Doch KI ist nicht nur in diesem Zusammenhang von Bedeutung. Vielmehr unterstützt sie grundlegend die rapide wachsende Zahl an Touch Points zwischen Kunden und Anbietern. Mittels künstlicher Intelligenz lassen sich Anfragen durch entsprechende Algorithmen so kanalisieren, dass sie korrekt zugeordnet werden: Reaktionen erfolgen dann automatisiert. Falls im Sinne der Customer Journey die Einschaltung eines persönlichen Beraters sinnvoll ist, erkennt die Software auch dies eigenständig. Und übergibt die Verantwortung in dessen Hände, wo schließlich im Gespräch offene Fragen geklärt werden. Doch KI kann noch mehr: Etwa hilft sie, relevante Dokumente innerhalb kürzester Zeit verfügbar zu machen.

Oder leitet die Schadenregulierung sogar direkt in die Wege, ohne dass manuelle Eingriffe durch einen Mitarbeiter vonnöten wären. Der Kunde bekommt von all dem, was hier im Hintergrund vor sich geht, überhaupt nichts mit. Doch was er sehr wohl registriert, ist die Art und Weise, wie seine Kundenreise verläuft: positiv, intuitiv, bedarfsgerecht. Mit der Digitalisierung wird der Kunde also endlich wieder zum König.

Bestandteile einer nahtlosen Omnichannel-Strategie

- Online-Vertrieb: Nach Möglichkeit sind alle Produkte online verfügbar und Policen mit minimaler Dateneingabe auch per App abschließbar.
- Innovative digitale Plattformen: Alle Aktionen sind online möglich – am besten via Self-Service.
- Benutzerfreundliche Online Customer Journey: Sämtliche Arten von Kundenkontakten laufen im System zusammen und ermöglichen es, geräteübergreifend auf diese zuzugreifen. Hat der Kunde in der Straßenbahn am Smartphone begonnen, einen Antrag auszufüllen, kann er diesen später am heimischen Desktop fertigstellen. Schadenmanagement in Echtzeit garantiert schnelle Abwicklung.
- Integration der Online- und Offline-Kanäle: Eine Verknüpfung aller Systeme und Tools garantiert positive Touch Points und hilft dabei, Silobrüche zu vermeiden. Dafür sind Schnittstellen etwa zu CRM und ERP notwendig.

Verlagerung in die Cloud

Um die mit Omnichannel verbundenen komplexen Anforderungen auf simple Weise zu lösen, bleibt Versicherern nur ein Weg: Sie stehen vor der Aufgabe, ihre IT-Systeme deutlich zu verschlanken und zu vereinfachen. Doch gleichzeitig müssen diese weithin skalierbar sein. On-Premise-Lösungen sind dabei längst nicht mehr erste Wahl. Vielmehr entdeckt die Assekuranz zunehmend die Vorteile cloudbasierter Lösungen: Durch die Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Partner können sämtliche Verantwortlichkeiten in dessen Hand gelegt werden.

Nach dem Muster von SaaS-Lösungen kümmert sich der externe Partner sowohl um den Betrieb des Systems und um nötige Updates wie auch um die Compliance und die Datensicherheit. Somit erlaubt die Auslagerung der Versicherungssysteme in die Cloud eine Fokussierung auf das Kerngeschäft: Optimale Customer Journeys für die Kunden zu entwickeln. Außerdem wird die Implementierung von Analytics-Anwendungen und KI aus der Cloud heraus vereinfacht.

Was Omnichannel für Mitarbeiter bedeutet

Omnichannel-Strategien haben nicht nur Auswirkungen auf die Kundenreise, sondern auch auf die Employee Journey: Die Mitarbeiter im Versicherungsunternehmen profitieren im Zusammenhang mit Data Analytics und KI in erster Linie von immensen Entlastungen. Durch automatisierte Prozesse wird ihnen der Druck genommen, alle Interaktionen mit dem Kunden selbst abzuwickeln oder zumindest die Entscheidung zu treffen, ob Mensch oder Maschine übernimmt. Diese wird nun von der Technologie getroffen – präzise und fehlerfrei.

Doch der Wert der Mitarbeiter sinkt damit keineswegs, im Gegenteil. Sie haben wieder mehr Zeit für anspruchsvolle Aufgaben: Die kreative Entwicklung neuer Lösungen etwa. Oder ganz profan: Wirklich gute Kundenberatung. Trotz all dieser Vorteile werden die Beschäftigten davon erst einmal zu überzeugen sein. Denn Neuerungen bedeuten eingangs einen Mehraufwand. Deshalb ist es ratsam, Anreize für Mitarbeiter zu schaffen, um die Omnikanal-Strategie zu etablieren.

Unter dem Strich

Eine 24/7-Kommunikation über alle Kanäle hinweg ist die Zukunft, um Versicherungsnehmer wieder auf den Thron zu heben. Und nur wenn das gelingt, bleiben Anbieter auch in der hochdigitalen Zukunft wettbewerbsfähig. Die Basis dafür legen flexibel skalierbare Kernsysteme, die aus der Cloud heraus operieren und KI integrieren. Das danken dem Versicherer am Ende nicht nur die Kunden, sondern auch die eigenen Mitarbeiter.

Autor René Schoenauer ist Director Product Marketing EMEA bei Guidewire Software

RISIKEN VERMEIDEN, UM POTENZIALE ZU NUTZEN

Datengetriebene Geschäftsmodelle und Produkte sind die Verheißung der Stunde. Die weltweite Datenmenge könnte sich von 45 Zettabyte in 2019 auf 175 Zettabyte in 2025 fast vervierfachen. Finanzdienstleister liegen auf Platz 3 der weltweit größten Datenproduzenten. Die Nutzung dieser enormen Datenmengen hat bereits heute eine hohe praktische Relevanz – auch und gerade für Banken und Versicherungen mit ihrem weitgehend datenbasierten Geschäftsmodell.

Tiefgehende Datenanalysen bieten handfesten wirtschaftlichen Nutzen in mehreren Dimensionen. Beispielsweise können die Kosten für den Geschäftsbetrieb durch die automatisierte Analyse und Verarbeitung von Kundenschreiben oder die Nutzung von Bots und Sprachassistenten verringert werden. Der Produktabsatz wird durch passgenaue Leads und Kampagnen erhöht und die Aufwände für Versicherungsschäden sinken durch automatisierte Hinweise auf mögliche Betrugsfälle. Ebenso kann die Konkurrenzfähigkeit der Produktangebote durch eine kundenspezifische Risikokalkulation mit adäquaten Risikoprämien für Versicherungen oder Kredite verbessert werden. Folgerichtig geben 70 Prozent der Banken und 61 Prozent der Versicherungen in einer gemeinsamen Studie von Lünendonk und Q_PERIOR an, dem Thema Datenanalyse in den nächsten 3 Jahren hohe Priorität einzuräumen.

Schätzungen von Datenexperten gehen jedoch davon aus, dass 60 bis 80 Prozent aller Datenprojekte scheitern. Auch Versicherungen und Banken stehen vor dieser Herausforderung und müssen die Risiken von Datenprojekten zielgerichtet managen. Voraussetzung dafür ist unter anderem, die typischen Fehler zu kennen und zu vermeiden. Dabei mag es vielleicht überraschen, dass Datenprojekte vielfach nicht aus(daten-)technischen, sondern aus menschlichen Gründen fehlschlagen. Die folgenden Risiken sind die fünf häufigsten Gründe für das Scheitern von Datenprojekten.

Risiko 1: Zu hohe Erwartungen

Daten und Algorithmen sind nicht die magische Lösung aller Probleme. Beispielsweise ermöglichen es Datenanalysen, Muster im Kaufverhalten zu erkennen, dem Kunden daraufhin Angebote mit einer höheren Erfolgswahrscheinlichkeit zu machen (Next Best Offer) und so den Absatz zu steigern. Die beste Datenanalyse nutzt jedoch wenig, wenn die dafür genutzten Daten aufgrund der geringen Kontaktfrequenz der Kunden mit dem Unternehmen hoffnungslos veraltet sind.

Risiko 2: Der Ergebnisbeitrag ist unklar

Wird nicht klar definiert, welchen Ergebnisbeitrag das Datenproduktleisten soll, stiftet es nur geringen oder sogar keinen Nutzen. Ein Beispiel: Entscheider möchten auch das trendy Gadget der Konkurrenz nutzen – einen Next-Best-Offer-Algorithmus. Schneidet das Unternehmen im Verkauf allerdings bereits gut ab, die Risikoselektion ist jedoch schlecht, kann das Datenprodukt dieses Problem nicht lösen und wirkt in diesem Fall sogar gegebenenfalls kontraproduktiv.

Risiko 3: Mangelnde Akzeptanz bei den betroffenen Einheiten

Dass viele Jobs durch Algorithmen ersetzt werden ist eine weitverbreitete, jedoch in der Regel unberechtigte Angst. Darum sollten Entscheider in Datenprojekten von Anfang an alle Stakeholder einbinden, um diese Ängste zu nehmen und die Mitarbeiter zu begeistern.

Risiko 4: Schlechte Datenverfügbarkeit und -qualität

Für zwei Drittel der Versicherungen stellen die Datenqualität und -verfügbarkeit einen zentralen Knackpunkt dar. Bevor Datenanalysen ausgeführt werden können, müssen die Daten aus verschiedenen Systemen extrahiert und hinsichtlich Qualität und Formaten bereinigt werden.

Entsprechend verwundert es nicht, dass Umfragen unter Datenexperten ergaben, dass sie bis zu 80 Prozent ihrer Zeit mit der Datenvorbereitung statt mit der Datenanalyse verbringen. Gerade für die häufig als wenig wertschöpfend wahrgenommene Vor- und Aufbereitung der Daten müssen Entscheider also sehr viel Zeit und Budget einkalkulieren.

Risiko 5: Geringe Datenexpertise

Datenexperten sind Mangelware. Auch die Assekuranz und die Bankenbranche spüren diesen Fachkräftemangel, da sie häufig noch nicht als attraktive IT-Arbeitgeber wahrgenommen werden. 65 Prozent der Banken und sogar 72 Prozent der Versicherungen nennen den Mangel an qualifizierten Fachkräften für die digitale Transformation als eine der zentralen Herausforderungen für die nächsten Jahre.

Wie können die Risiken für das Scheitern von Datenprojekten verringert werden?

Annika Bergbauer: „Es bestehen erhebliche Budgethebel."

Alexander Horn: „Es können sich klare First Mover-Vor- und Nachteile ergeben."

Bei den Risiken 1 bis 3 ist schon viel gewonnen, wenn die verantwortlichen Projektleiter vorausschauendes Erwartungs- und Change-Management betreiben beziehungsweise sich klassischer Methoden der Business Analyse bedienen. Es kommt also vor allem darauf an, die Risiken zu kennen und bewusst zu managen. Um den Risiken 4 und 5 zu begegnen, sind hingegen tiefergehende Veränderungen beziehungsweise strategische Weichenstellungen in den Unternehmen notwendig, die im Folgenden kurz skizziert werden.

Um den Status quo hinsichtlich der Datenqualität und -verfügbarkeit zu verbessern (Risiko 4), sollten Finanzdienstleister, wo noch nicht erfolgt, neue Rollen in der strategischen und operativen Organisation verankern, die dieses Thema ganz oben auf die Agenda setzen. Teilweise sind bereits heute in der Unternehmensspitze von Banken und Versicherungen Chief Data Officers zu finden, deren Aufgaben unter anderem darin bestehen, zentrale datenrelevante Strategien zu formulieren sowie Standards und Organisationsformen für das Enterprise Information Management vorzugeben.

Während der Chief Data Officer strategisch wirkt, kümmern sich Datenarchitekten um die fachlichen und operativen Anforderungen der Geschäftsbereiche. Der Datenarchitekt legt unter anderem fest, für welche fachlichen Geschäftssysteme welche Daten in welcher Granularität und mit welcher Aktualität vorliegen müssen, um die fachlichen Services – und im Ergebnis die fachlichen Prozesse – redundanzfrei mit qualitativ hochwertigen Daten zu versorgen.

Datenarchitekten stellen darüber hinaus in einer Matrix aus internen und externen Datenquellen sowie strukturierten und unstrukturierten Daten ein für das Unternehmen zentrales Datenportfolio zusammen. Diese, hier nur kurz skizzierten, Investitionen in eine Datenstrategie und ein sauberes, strukturiertes Datenportfolio zahlen sich vor allem in der operativen Projektarbeit aus, da in der Folge die Aufwände für die an sich nicht wertschöpfende Datenvorbereitung verringert werden können. Bei bis zu 80 Prozent Aufwand für Datenvorbereitung je Datenprodukt bestehen hier erhebliche Budget- und Ressourcenhebel. Aber wie können die notwendigen Talente für Datenprojekte in der Finanzdienstleistungsbranche gewonnen werden, die noch nicht als attraktiver Arbeitgeber in diesem Themengebiet wahrgenommenen wird (Risiko 5)?

Um die wenigen Köpfe mit ausgeprägten Datenanalyse-Skills tobt der „War for Talents" besonders heftig. Da bei den meisten Unternehmen das entsprechende Know-how im Recruiting und der Personalentwicklung offenbar noch ein Nebenthema ist, können sich klare „First Mover"-Vorteile oder -Nachteile ergeben. Die Talente wollen Methoden und Technologie mit Gleichgesinnten in einem strukturierten Ansatz zu spannenden Use Cases entwickeln. Wenn Datenanalyse nur „hier und da" eingesetzt wird und dezentral organisiert ist, steht für die Finanzdienstleister zu befürchten, dass sie Experten und Enthusiasten nur selten für sich gewinnen können.

Um die besten Talente für sich zu gewinnen, ist es für die Unternehmen – unabhängig vom aktuellen Reifegrad – sehr sinnvoll, eine überzeugende Vision zum Einsatz von datenanalytischen Methoden und Technologien zu formulieren. Für Talente kann es sogar ein sehr ansprechender Faktor sein, wenn sie früh mitgestalten können, falls die Datenstrategie noch nicht ausgestaltet ist. Entscheidend ist in diesem Fall jedoch, dass sie sich in der Vision des Unternehmens wiedererkennen und das Unternehmen bereits in einem frühen Stadium glaubhaft machen kann, dass es Investitionen in Datenprodukte und datengetriebene Geschäftsmodelle ganz oben auf seine Agenda setzt. Dies kann sich beispielsweise in der Etablierung bereits vielfach anzufindender „Innovation-Hubs" ausdrücken, in denen es Talenten erlaubt ist, sich auszuprobieren. Ein überzeugendes agiles Mindset und ein Start-up-Spirit bei der Entwicklung der eigenen datenanalytischen Fähigkeiten kann potenzielle Mitarbeiter mit den gesuchten Skills gegebenenfalls sogar mehr überzeugen als ein hoher Reifegrad.

Autorin Dr. Annika Bergbauer ist Consultant bei der Business- und IT-Beratung Q_PERIOR. Autor Alexander Horn ist Associate Partner bei Q_PERIOR und leitet dort den Bereich Process Intelligence & Architecture.

FOTOS: MELANIE KREUZPAINTNER (1)

VERSICHERER-ÖKOSYSTEME: ZEIT ZUM HANDELN

Eine konsequente Kundenorientierung wird immer wichtiger. Verbraucher erwarten ganzheitliche Angebote, passend zu ihren Lebenswelten. Hier erwachsen immense Chancen – innerhalb und außerhalb des klassischen Produktportfolios. Ökosystemen kommt dabei eine zentrale Bedeutung zu und der Druck auf die Unternehmen, sich in solchen zu positionieren, wächst.

Der Begriff Ökosystem floriert auch in der Versicherungswirtschaft. Unternehmen schließen Partnerschaften oder organisieren sich in kollaborativen Netzwerken, um gezielt ihre Stärken zu kombinieren. Dadurch schaffen sie ein Werteversprechen, das im Idealfall größer ist als die Summe der Einzelstärken. Kunden können so Leistungsangebote in Anspruch nehmen, die ihre Bedürfnisse holistisch befriedigen. Flexibilität und Reaktionsgeschwindigkeit sind weitere zentrale Stärken, die erklären, warum Ökosysteme zunehmend an Relevanz gewinnen. Unternehmen, die sich nicht bald in diese Richtung bewegen, riskieren kurzfristig ihre Wettbewerbsposition und langfristig den Spielraum, sich innerhalb von Ökosystemen zu positionieren. Für Nachzüglern bleiben im besten Fall unbesetzte Nischen übrig.

Einstieg in Ökosysteme: Darauf kommt es an

In einem Ökosystem arbeiten mehrere, unabhängige Unternehmen koordiniert zusammen, um Kundenbedürfnisse zu einem bestimmten Themenfeld zu erfüllen. In der Versicherungsbranche sind das u.a. Gesundheit, Mobilität, Wohnen und Vermögensverwaltung. Dabei verschwimmen klassische Branchengrenzen und es werden netzwerkartige Kooperationen geschaffen, in denen sich Akteure auf Augenhöhe begegnen. So genannte Orchestratoren betreiben das Ökosystem und koordinieren die einzelnen Teilnehmer. Sie definieren das gemeinsame Nutzenversprechen und schaffen Regeln für das Zusammenwirken. Damit nehmen sie die zentrale Rolle im Ökosystem ein. Durch die Zusammenführung verschiedener Leistungsangebote aus einer Hand kann unter anderem die Zahlungsbereitschaft positiv beeinflusst werden.

Häufig genannte Ökosysteme wie das des Autobauers Tesla oder das des chinesischen Versicherungsunternehmens Ping An haben eine große Strahlkraft, sind aber aufgrund ihrer Komplexität keine Blaupause für den Einstieg. Die Komposition der zahlreichen Facetten wie Geschäfts-, Daten- und Produkt-Strategie, sowie die Vielzahl der involvierten Parteien sorgen dafür, dass Ökosysteme zunächst eine weitentfernte Vision darstellen.

Zu Unrecht, denn Versicherungen bringen wesentliche Voraussetzungen mit. Sie haben jahrelange Erfahrung in der partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit Unternehmen aus verschiedenen Branchen gesammelt. Dadurch haben sie neue Produktangebote geschaffen und nutzen neue Vertriebskanäle – und das in „fremden" Branchen. Im Kfz-Versicherungsmarkt hat beispielsweise die Allianz eine Partnerschaft mit dem ADAC sowie Axa und Generali eine mit BMW. Sie stellen erste Schritte in Richtung Ökosystem dar und unterstreichen die Kollaborationskompetenz von Versicherungen.

Mehr Mut zum Ökosystem

Oft fehlt der Mut, weiterzugehen und die Partnerschaften zu einem echten Ökosystem auszubauen. Noch handelt es sich um bilaterale Partnerschaften, die Kundenbedürfnisse noch nicht umfassend adressieren. Diese sollten erweitert werden, um mittels breitem, verknüpftem Leistungsangebot mehr Wertschöpfungsanteile abzudecken und den Kunden in seiner gesamten Situation abzuholen. In diesem Sinne gründeten Daimler und Swiss Re das Joint Venture Movinx, das den Fokus auf die Versicherungsvermittlung und -dienstleistung legt.

Gemeinsames Ziel ist es, die Automobil- und Mobilitätsversicherungsbranche mit einem vollständig digitalen Geschäftsmodell, sowie flexiblen und kundenorientierten Produkten weiterzuentwickeln. Wie von Daimler bekanntgegebenen, ist das Joint-Venture für Kooperationen mit weiteren Akteuren wie Autobauern und Mobilitätsdienstleistern offen.

Neben der Ausweitung von Partnerschaften braucht es aber auch Orchestratoren, die das Ökosystem aktiv betreiben. Im digitalen Umfeld bedeutet das, eine technische Basis aufzubauen, auf der einzelne Services der Teilnehmer zu einem integrierten Leistungsangebot zusammengefügt werden. Unternehmen, die diese Rolle einnehmen, profitieren einerseits von ihrer aktiven Gestaltung des Geschäftsmodells, aber auch vom Zugang zu Transaktionsdaten, die sie für die zielgerichtete Plat-

zierung eigener Angebote im Ökosystem nutzen können. Versicherungsunternehmen müssen sich jetzt ihrer Rolle bewusstwerden. Dazu sollten sie den eigenen Kosmos verlassen und ein geschäftsübergreifendes Bewusstsein schaffen.

Grundlagen schaffen

Ökosysteme „denken" ist in Unternehmen häufig nur ein frommer Wunsch, denn entscheidend ist, dass auch in diesem Kontext zunächst die Grundlagen geschaffen werden. So müssen Leitplanken aus den Ökosystem-Überlegungen mit in die Geschäftsstrategie Einzug halten und auf diese Weise für die weitere Ausrichtung verankert werden. Weitere entscheidende Elemente für moderne Ökosysteme und deren Bebauung sind eine grundlegende Datenstrategie, sowie eine das Ökosystem insgesamt berücksichtigende Produktstrategie.

Übergeordnete Geschäftsstrategie

Sobald das Bewusstsein für Ökosysteme geweckt ist, sollte sich dieses auch in der Ausrichtung der Geschäftsstrategie wiederfinden. So müssen in der Definition der Leitplanken für die zukünftige Geschäftsausrichtung auch eine Partner- und Produktstrategie Berücksichtigung finden. Weiter sollten Versicherungsnehmende im Zentrum der Überlegungen stehen. Nur bei holistischer Betrachtung entstehen neuartige Konzepte, die Kundenbedürfnisse auf neue Weise befriedigen. Ein Beispiel hierfür ist die Allianz. Sie betreibt mit dem „Handwerker Reparatur Dienst" eine Plattform, die Kunde, Versicherer und Handwerker verbindet und so den Aufwand einer Schadensbehebung für alle Teilnehmer reduziert.

Daten als Basis

Daten bilden eine entscheidende Grundlage für die erfolgreiche Entwicklung eines Ökosystems. Ziel ist es, Daten zu verwenden, zu teilen oder gemeinsam im Ökosystem zu nutzen. Eine große Herausforderung bei der Bildung der Datenbasis ist die dezentrale Verteilung der Daten in unterschiedlichen Geschäftsfeldern. Dabei sind in der Vergangenheit Datensilos entstanden, die aufgebrochen werden müssen.

Für die Operationalisierung der Datenstrategie muss ein Daten-Management aufgesetzt werden, das nachhaltig die Strategie im Unternehmen implementiert. Datendomänen können beispielsweise ein geeignetes Werkzeug sein, um diese Bemühungen zu unterstützen und verschiedene Datenquellen in einen kundenzentrierten Kontext zu setzen. Ein weiteres Fokusthema ist dabei auch die Wertgenerierung, die so ermöglicht wird.

Produkte völlig neu denken

Ökosysteme sind prädestiniert für die Erweiterung und das Neudenken der Produktstrategie. Durch die verteilte Wertschöpfungskette innerhalb eines Ökosystems sind es häufig die Daten, die eine Weiterveredelung der Produkte ermöglichen. Dabei ist darauf zu achten, dass innerhalb eines Ökosystems die Teilung der Daten mit Dritten und andere Rahmenbedingungen wie rechtliche und datenschutztechnische Aspekte berücksichtigt werden. Mit datengetriebenen Produkten kann einerseits dezentrale Wertschöpfung im Ökosystem verstärkt werden und können andererseits auch gänzlich neue Angebote entstehen, zum Beispiel Telematik-Versicherung oder Scoring Data Produkte.

Ein Paradebeispiel für die Ausrichtung der Geschäftsstrategie in Richtung Ökosystem ist Ping An. Der Konzern hat für seine Konsumenten ein dichtes Netz an verfügbaren Diensten gebaut, das u.a. aus der Fahrzeug-Plattform „Auto Home", der Medizin-Plattform „Good Doctor" und der Allfinanz-Website „One" besteht. Damit sichern sie sich Wertschöpfungsanteile und eine breite Nutzerbasis mit Potential für Cross-Selling.

Bodo Forstmann: „Neben der Ausweitung von Partnerschaften braucht es Orchestratoren, die das Ökosystem aktiv betreiben."

Ausblick

Die Definition und Bebauung von Ökosystemen schreitet aufgrund der sehr guten Ausgangsvoraussetzungen in der Versicherungsbranche voran. Entsprechend haben Innovatoren schon erste eigene Ökosysteme aufgebaut. Aufgrund der steigenden Marktdynamik sind ein erhöhter Druck für alle Versicherungsunternehmen zu erwarten, sich in Ökosystemen zu positionieren und so neue Versicherungsprodukte und Vertriebskanäle zu ermöglichen sowie die Grenzen der Wertschöpfung zu erweitern. Egal, wo Unternehmen in der Versicherungsbranche heute in Bezug auf Ökosysteme stehen, es ist jetzt Zeit zu handeln. Dabei sollten stets der Kunde und dessen Lebenswelten und Bedürfnisse konsequent im Fokus stehen.

Autor: Bodo Forstmann,
Ginkgo Management Consulting

FOTO: GINKGO MANAGEMEBT CONSULTING

„DER TARIFVERTRAG IST EIN EISBRECHER IM GESAMTEN MARKT“

Lange wurde über Betriebsrentenstärkungsgesetz und Sozialpartnermodell gesprochen. Nun hat die „Deutsche Betriebsrente“ – eine Kooperation der Versicherer Talanx und Zurich – das erste Sozialpartnermodell in Deutschland vorgestellt. Weil die Unternehmen nach wie vor zögern, sind Talanx und ver.di die Eisbrecher. Cash. sprach mit Lars Golatka, Bereichsvorstand für die betriebliche Altersversorgung bei Zurich Deutschland, und Fabian von Löbbecke, Vorstand für betriebliche Altersvorsorge bei Talanx.

Das Betriebsrentenstärkungsgesetz ist seit Januar 2018 in Kraft. Ebenso lange mussten wir auf das erste Sozialpartnermodell warten. Nun gibt es den ersten Vertrag. Und das zwischen einem Versicherer und ver.di. Warum hat das so lange gedauert?

Golatka: Für uns war klar, dass der Tarifvertrag ein Eisbrecher im gesamten Markt ist, den wir unbedingt brauchen. Das Ziel, dass wir mit ver.di verfolgt haben, ist aber deutlich weiter gesteckt. Wir wollten eine Grundlage schaffen, um das Sozialpartnermodell in allen Branchen zu etablieren. Die Verhandlungspartner wollten das System und die Sicherungsmechanismen verstehen und mitgestalten. Das war wichtig. Nun stehen Basis und Rahmen. Und andere Branchen haben die Chance, auf einem sehr vereinfachten Weg dort auch teilnehmen zu können. Und da stehen einige bereits in den Startlöchern. Für mich ist das eine der großen Botschaften: Talanx und ver.di treten in Vorleistung und spielen die Eisbrecher im Markt.

Hat Corona zu weiteren Verzögerungen geführt?

Golatka: Sicherlich. Es hat aber vorher schon sehr lange gedauert. Weil über jeden Punkt, jede Sicherungsmaßnahme detailliert gesprochen wurde. Dazu gab es parallele Gespräche mit der BaFin. Und am Ende muss der Tarifvertrag zum Pensionsplan passen. Das dauert, bis alle es nicht nur verstanden haben, sondern auch überzeugt waren. Jetzt steht ver.di dahinter und möchte, dass andere Branchen dazu kommen. Und nicht nur die Versicherungsbranche. Es war gut, sich die Zeit zu nehmen, auch wenn es allen unter den Fingern gebrannt hat.

Wie lange und wie schmerzhaft war der Prozess?

von Löbbecke: Es war ehrlicherweise nie schmerzhaft, sondern konstruktiv partnerschaftlich. Da muss man ver.di ein großes Kompliment machen. Am Ende war die größte Hürde die Frage, ob eine Gewerkschaft mit einer Altersvorsorge ohne Garantien leben kann. Als die echten belastbaren Zahlen für die Talanx-Beschäftigten auf dem Tisch lagen und zeigten, dass das neue Modell eine 200 Prozent höhere Rente in Aussicht stellt, als eine klassische Garantie-Rente, und das verbunden mit stochastischen Aussagen, war das Eis gebrochen. Aber dort mussten wir erst einmal hinkommen.

Golatka: Der Punkt hat immer wieder für Sorgenfalten gesorgt. Funktioniert die Kapitalmarktorientierung ohne Garantien? Funktioniert das Sicherheitsnetz? Corona hat für Verzögerung gesorgt. Auf der anderen Seite hat uns das tatsächlich auch ein Stück weit geholfen, weil wir ja die massivsten Verwerfungen in allen Asset-Klassen an den Kapitalmärkten gesehen haben. Das Modell hatten wir bereits 2018 aufgelegt und mit 100 Millionen Euro gefunded. Der Sicherheitsmechanismus, den wir auch bei ver.di genutzt hatten – mit den verschiedenen Schwankungsbreiten, der Verbindung zur Kapitalanlage, der Volatilitätssteuerung – genau das alles konnten wir letztlich in einem Echttest beobachten. Und das hat bei den Fachleuten von ver.di zu Vertrauen geführt. Weil sie anhand der echten Zahlen gesehen haben, dass die Mechanismen in der Realität funktionieren.

Wie funktioniert der Sicherungsmechanismus? Gibt es da Anlehnungen an das aus dem angelsächsischen bekannten Smoothing? Man glättet, indem man in guten Phasen Teile des Ertrags kappt, um für schlechtere Phasen dann einen Ausgleich zu haben?

Golatka: Im Prinzip kann man das so umschreiben. Im Hintergrund ist es aber noch ein Stück mehr. Was wir tatsächlich machen ist, dass wir aus jedem Beitrag einen Teil herausnehmen. Als Beispiel: Von 115 Euro – 100 Euro Eigenbeitrag und

FOTOS: ZURICH GRUPPE, CHRISTIAN DAITCHE WWW.FOTOBONN.DE

Lars Golatka

Fabian von Löbbecke

15 Euro Arbeitgeberanteil – nehmen wir 15 Euro heraus und packen die in einen kollektiven Puffer. Dieser Puffer baut sich mit jeder Zahlung entsprechend auf. Wir haben die Gesamtanlage und aus dieser Gesamtanlage erzielen wir die Rendite am Kapitalmarkt. Hieraus nehmen wir 0,3 Prozent – über das Jahr 3,6 Prozent – für die Glättung heraus. Ich leihe in gewisser Weise dem Kollektiv, der kollektiven Kapitalanlage, einen gewissen Puffer. In einer Phase, in der ich ihn nicht benötige. Er wird dem Betreffenden zugerechnet und weiter verzinst. Das Kapital wird am Ende wieder zurückgeführt. Im Prinzip das smoothing, das sie gerade angesprochen hatten. Mit dem Ansatz lassen sich Timing- und Schwankungsrisiken wunderbar herausnehmen. Die Kunst dabei ist, dem Begünstigten das Geld zum Zeitpunkt des Rentenübergangs wiederzugeben. Das ist ein sehr intelligentes Modell um eine hohe Sicherheit zu schaffen, ohne Garantiekosten zu haben und ohne Beschränkungen in der Kapitalanlage. Durch den kollektiven Puffer bringen wir ein zusätzliches Sicherheitselement mit hinein. Das ist genau der Faktor, um starke Schwankungen abzufedern.

von Löbbecke: Der Arbeitgeber Talanx wird das Modell mit fünf Prozent Sicherheitsbeitrag zusätzlich unterfüttern. Das heißt, es gibt einen signifikanten Topf an Kapitalanlagen, der für etwaige Schwankungen zur Verfügung steht. Der Sicherheitspuffer ist keine Verpflichtung, sondern eine Empfehlung, die im Gesetz verankert ist. Im Rahmen von Verhandlungen mit ver.di war es beiderseitig die richtige Größe, die wir dort festgelegt haben.

Golatka: Eine Ergänzung: Es ist absolut wichtig, dass die Modelle gerade in der Anfangsphase, wo noch keine ausreichenden Puffer aufgebaut sind, mit einer zusätzlichen Sicherheit versehen sind. Häufig wird die Frage nach dem Verhältnis von alter zu neuer bAV gestellt. Was bei mir bei der Betrachtung der gesamten aktuariellen Berechnungen hängen geblieben ist: Wir liegen mit dem Ansatz mit 99-prozentiger Wahrscheinlichkeit über der Garantierente. Wir wollen aber nicht über der Garantie liegen, sondern über der Gesamtversorgung einer Garantierente. Ohne Sicherungspuffer liegen wir bei einer 95-prozentigen Wahrscheinlichkeit, mit der Zielrente dauerhaft über der Gesamtrente einer klassischen bAV herauszukommen. Wenn wir den Sicherungsbeitrag mit einziehen, liegen wir bei 97 Prozent. Der Sicherheitsbeitrag von fünf Prozent hat einen echten Effekt. Den man auch Arbeitgebern erklären kann, die keine Versicherungsunternehmen sind.

Sie hatten eingangs das Bild des Eisbrechers gewählt. Talanx hat das Eis gebrochen. Die Deutsche Betriebsrente ist ja ihrer beider Kind. Wann zieht Zurich Deutschland nach?

Golatka: Im Rahmen der Kooperation hatten wir uns geeinigt, dass es einen Eisbrecher braucht. Das haben wir mit ver.di auch so beschlossen. Wir verhandeln erst einmal den einen Haustarifvertrag zu Ende, implementieren ihn und gehen dann in die weiteren Verhandlungen. Natürlich ist Zurich ein Thema. Gleichwohl ist es uns wichtig, andere Branchen zu gewinnen.

DieTalanx-Mitarbeiter sind vom Fach und ver.di auch, denn die Gewerkschaftsmitglieder sind ja Mitarbeiter von Talanx. Die Dienstleistungsgewerkschaft hat das System verstanden und wird es anderen Unternehmen, die ver.di im Haus haben, durchaus empfehlen. Aber wie sieht es mit einem Facharbeiter von Ford oder einem Stahlarbeiter aus? Wie wollen Sie die von einem Garantieverzicht überzeugen. Denn gerade diese Menschen setzen in der privaten Altersvorsorge immer noch auf

Garantiekomponenten, selbst in modernen fondsbasierten Varianten wie der Neuen Klassik oder bei Indexpolicen.

von Löbbecke: Das war der größte Diskussionspunkt. Hat die Garantie einen Mehrwert und kann man Sicherheit ohne Garantien haben. Ver.di hat intern intensive Diskussionen geführt, weil es dort Befürworter und Skeptiker gibt. Die Garantie braucht es am Ende des Tages nicht. Was man haben möchte, ist Sicherheit. Ich möchte nicht, wie bei der Deutschlandrente, eine individuelle Kapitalanlage mit einem individuellen Timing-Risiko. Wenn es dort zwei Jahre vor der Rente zu einem Absturz kommt, hat der Betreffende das Nachsehen. Es geht darum, Sicherheiten zu schaffen ohne das Garantiekosten anfallen. Das ist ein echter Prozess. Auch beim Thema Obligatorium zucken hierzulande viele zusammen. Wenn man das aber geschickt konstruiert, ist das kein Problem. Wenn ich mit internationalen Kollegen darüber spreche, verstehen die uns nicht. Da werden wir noch viel Aufklärungsarbeit leisten müssen. Bei aller Ungeduld bin ich froh, dass wir das erste Modell einer Tarifbindung haben. Die Gewerkschaften genießen ein hohes Vertrauen, sind tief eingestiegen und haben das Modell verstanden. Es ist das richtige Modell gerade für Menschen, die nicht in den Tarifstrukturen der Versicherungswirtschaft arbeiten. Das ist die Message. Ver.di steht mit seiner Reputation dafür und ich hoffe, dass es hilft, die nächsten Gespräche weniger emotional zu führen.

Das Betriebsrentenstärkungsgesetz ist gelobt worden. Laut einer brandaktuellen Studie der Continentale haben von dem Gesetz aber nur ganze 15 Prozent der Befragten gehört. 84 Prozent kennen es nicht. Und damit auch nicht das Sozialpartnermodell. Bei den jüngeren zwischen 25 und 39 Jahren und der Hauptzielgruppe sind es sogar 90 Prozent. Wie wollen Sie diese Menschen erreichen und überzeugen, denen das Wissen fehlt. Und was ist, wenn ver.di oder andere Gewerkschaften nicht an Bord sind?

Golatka: Da sind Sie genau an dem Punkt, der für mich ein echtes Politikum ist. Es ist wichtig, dass eine Gewerkschaft das mit verhandelt. Das kann ein Betriebsrat häufig nicht. Wir brauchen eine Lösung für die Zielgruppe, die das BRSG erreichen wollte, die Klein- und mittelständischen Unternehmen. Die keine gute Durchdringung in der bAV haben oder noch gar kein bAV-Angebot. Über ein Opting-Out unterbreite ich ein bAV-Angebot und jeder der nicht will, lockt sich aus. Das ist sehr einfach zu gestalten. Und da sind Gewerkschaften und Gesetzgeber gefragt. Wenn die Gewerkschaft Flächentarifverträge öffnen würde, würden sich andere sicherlich daran anlehnen. Aber die gibt es noch nicht. Denn wir sind in der Startphase. Wir müssen darauf achten, dass die bAV nicht nur ein Bonbon großer Unternehmen ist. Das kann durch den Gesetzgeber passieren, der die Rahmenbedingungen so verändert, dass die Unternehmen teilnehmen können. Die andere Option ist, dass die Gewerkschaften Flächentarifverträge abschließen und diese dann öffnen. Irgendwo dazwischen wird die Wahrheit liegen. Wenn man diesen Push, den wir jetzt haben, nicht nutzen, führt das dazu, dass wir diejenigen, die wir erreichen wollen, nicht erreichen werden.

Wie erfolgt der Vertrieb? Über größere Special-Units oder auch spezialisierte Vermittler, die die Beratung übernehmen?

von Löbbecke: Sowohl als auch. Aktuell läuft das Modell noch auf Arbeitgeberverbands- oder Gewerkschaftsebene. Somit sind es die hochspezialisierten Einheiten in meinen Bereich. Wenn wir einen geöffneten Flächentarifvertrag haben sollten, sind die Rahmenbedingungen gesetzt. Dann geht es nur darum, die Unternehmen von der Alternative für die Mitarbeiter zu überzeugen. Das ist eine Beratung, die man sehr strukturiert aufbauen kann. Und die können gut ausgebildete Makler, die es ja genug gibt oder auch bAV-affine Agenturen in der Stammorganisation übernehmen und begleiten. Alternativ haben wir geplant, den ersten Implementierungsprozess beim Arbeitgeber mit bAV-Spezialisten durchzuführen. Die eigentliche Beratung soll dann digital erfolgen. Weil sich dadurch Synergien und Kosteneinsparungen erreichen lassen.

Am 10. März ist die EU-Offenlegungsverordnung in Kraft getreten. Inwieweit spielt sie in dem Sozialpartnermodell eine Rolle? Und macht es Beratung nicht ein Stück weit komplexer?

Golatka: Das wird sehr spannend. Hier haben wir einen Tarifvertrag. Und die Tarifvertragsparteien haben sich in unserem Fall auf eine nachhaltige Kapitalanlage geeinigt.. Deswegen werden wir im Zuge der Transparenzverordnung auch entsprechende Informationen kundtun müssen und wollen. Das ist nicht die Problematik. Die Präferenzen zu erfragen, das wird in der Praxis eine Fragestellung sein. Und ob man das tun muss, wenn es gar keine Alternativen gibt? In diesem Fall gibt es eine einheitliche Kapitalanlage. Weil es klare Vorstellungen gibt, wie die Kriterien der Sicherheit und Nachhaltigkeit aussehen und die sind tarifvertraglich festgelegt. Die Arbeitshypothese ist, dass ein Tarifvertrag ein sehr hochrangiges Recht ist und man aus dem Grund den Arbeitnehmer nicht mehr fragen, sondern nur informieren muss.

Was glauben Sie, wie sind die Perspektiven für dem SPM-Markt in den kommenden drei bis fünf Jahren?

Golatka: Ich gehe davon aus, dass wir in den nächsten zwei bis drei Jahren einige größere Haustarifverträge in unterschiedlichen Branchen sehen werden. Zudem glaube ich, dass es in naher Zukunft Verhandlungen über kleinere und mittlere Flächentarifverträge – bis zu 100.000 bis 200.000 Personen – geben wird. Ich sehe drei bis fünf Anbieter am Markt. Das wird für einen gewissen Push und eine gewisse Dynamik im Markt sorgen. Die Modelle, die am Markt sind, haben alle ihre Berechtigung. Ich bin aber davon überzeugt, dass wir mit dem Sozialpartnermodell ein sehr effizientes Angebot haben, das sich am Markt durchsetzen wird. Nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Garantiediskussion. Ist eine 80-Prozent-Garantie wirklich werthaltig? Die wird bei dem ein oder anderen einen Denkanstoß geben. Auch die Presse spielt bei der Entwicklung sicher eine Rolle. Wird sie es im Keim ersticken oder positiv begleiteten. Und dann haben wir noch den Gesetzgeber, der jetzt die Stabilität und Sicherheit geben sollte, anstatt immer neue Ideen und Modelle zu diskutieren. .

Wie wird sich das Verhältnis alte und neue bAV künftig darstellen?

von Löbbecke: Ich erwarte einen steigenden Marktanteil in Richtung garantiefreier Angebote, der bis zu 50 Prozent erreichen kann. Allerdings wird es bei uns in Deutschland immer die garantiebasierten Angebote geben. Die sind auch berechtigt. Es gibt Menschen, die fühlen sich damit besser und wohler. Aber ich denke schon, dass wir in solchen Größenordnungen landen können. Aber nicht in drei bis fünf Jahren, eher in zehn Jahren.

Das Interview führte Jörg Droste, Cash.

DATENNUTZUNG FÜR MEHR KUNDENKOMFORT

Dank der PSD2-Richtlinie dürften Versicherer und Insurtechs Kontoinformationen von Kunden nutzen, wenn dieser sie dazu autorisiert hat. Für die Unternehmen bieten sich damit völlig neue Möglichkeiten für persönliche Ansprache und zielgenaue Beratung.

Versicherungsunternehmen brauchen Daten, um Risiken abschätzen und ihren Kunden optimale Versicherungslösungen anbieten zu können. Bisher standen ihnen nur begrenzt Daten zur Verfügung. Dank der EU-Richtlinie PSD2 dürfen Versicherer und Insurtechs jetzt die Kontoinformationen von Versicherungskunden nutzen, wenn der Kunde sie dazu autorisiert. Abgerufen werden dürfen die Informationen dabei ausschließlich durch Kontoinformationsdienste, die eine Erlaubnis der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) haben und die strengen Datenschutzbestimmungen erfüllen. Nach dem Prinzip der Datensparsamkeit sind Zugriff und Verarbeitung personenbezogener Daten auf diejenigen Inhalte beschränkt, die für die Zwecke benötigt werden, für die der Kunde seine Zustimmung gegeben hat. So werden im Versicherungskontext nur versicherungsrelevante Daten verwendet.

Erteilt der Kunde nun seine Einwilligung, so können im Rahmen einer digitalen Bankkontoanalyse mit Hilfe intelligenter Algorithmen Erkenntnisse aus den Kontobewegungen gewonnen werden. Auf der Grundlage dieser Daten können Versicherer ihren Kunden einfacher passende Versicherungslösungen anbieten und so ihre Customer Experience entscheidend verbessern.

Zeitersparnis für Versicherungsvermittler

Darüber hinaus vereinfacht die Nutzung von Bankdaten auch den Onboarding-Prozess für den Kunden und seinen Berater. Durch die automatische Erkennung von Versicherungsverträgen aus den Kontodaten und das automatische Einpflegen in den digitalen Versicherungsordner wird die Bestandsaufnahme extrem vereinfacht. Die Kunden brauchen ihre Versicherungsdokumente nicht mehr parat halten, um Formulare auszufüllen. Stattdessen werden versicherungsrelevante Informationen wie die Versicherungsscheinnummer automatisch aus den Kontobuchungen übernommen und in einer digitalen Versicherungsübersicht dargestellt. Zudem profitieren Berater von der automatischen Erkennung von Lebensereignissen, durch die zusätzliche Gesprächsanlässe identifiziert werden können. Das steigert die Kontaktfrequenz mit den Kunden.

Nach einer repräsentativen YouGov-Umfrage möchte die Mehrheit der Deutschen (52 Prozent), ihre Versicherungsverträge direkt in ihrem Online-Banking einsehen, verwalten und optimieren. Ähnlich bequem wie sie Bankkonten digital verwalten, möchten sie es mit Versicherungs- und Vorsorgeverträgen auch tun. Und die PSD2-Richtlinie macht genau das möglich: Über digitale Bancassurance-Lösungen lassen sich Versicherungen in das Online-Angebot von Banken integrieren, so dass die Kunden ihre Finanz- und Versicherungsangelegenheiten schnell, einfach und effizient an einem zentralen Ort erledigen können.

Auf Basis der Kontoinformationen können Versicherungskunden von ihren Versicherern Versicherungslösungen angeboten bekommen, die auf ihren individuellen Bedarf zugeschnitten sowie zeitlich auf ihre jeweilige Lebensphase abgestimmt sind und die oftmals sogar kostengünstiger sind als ihr bisheriger Schutz. So können zum Beispiel wichtige Lebensereignisse erkannt und sinnvolle Anpassungen des Versicherungsschutzes vorgeschlagen werden. Geht neuerdings Kindergeld auf dem Bankkonto ein, kann der Versicherer beziehugsweise Berater beim Kunden nachfragen, ob es Familienzuwachs gegeben hat und gegebenenfalls den Versicherungsschutz auf Familientauglichkeit überprüfen. Hat sich die Miete verändert, ist der Kunde vielleicht umgezogen und die Deckung der Hausratversicherung muss überprüft werden.

Außerdem können aus den Kontoinformationen überteuerte Alt-Verträge identifiziert werden und dem Kunden Alternativen mit besserem Preis-Leistungs-Verhältnis angeboten werden.

Je stärker der Nutzen, desto größer die Bereitschaft

Deutsche sind in Bezug auf die Nutzung persönlicher Daten wie Gesundheits- oder Finanzdaten im Vergleich zu digitalen Vorreitern wie in Dänemark, Estland oder Schweden zurückhaltend. Doch der Anteil derjenigen, die sich nicht vorstellen können ihre Kontodaten zu teilen, nimmt ab – so das Ergebnis einer im September 2020 veröffentlichten Studie von PwC Strategy&. Bereits jeder fünfte Deutsche (20 Prozent) ist heute bereit, Einblicke in seine Kontoinformationen zu gewähren, wenn es im Gegenzug Vergünstigungen gibt. Laut einer Studie des Marktforschungsinstituts Heute und Morgen vom November 2018 ist die Bereitschaft bei Versicherungsunternehmen, bei denen die Befragten bereits Kunde sind, mit am höchsten (23 Prozent). Es ist davon auszugehen, dass die Bereitschaft weiter steigen wird je bekannter die Vorteile sind, die der Kunde im Gegenzug bekommt.

FOTO: FRIENDSURANCE

Autor Tim Kundeist Geschäftsführer und Mitgründer von Friendsurance

Spacs: Lohnt ein Investment?

Andrey Wolfsbein

Auf der Suche nach Investitionsmöglichkeiten suchen Anleger neue Optionen, Kapital zu realisieren. SPAC IPOs erfreuten sich in den letzten Monaten vor allem in den USA äußerster Beliebtheit. Insgesamt wurden 2020 mehr als 200 SPAC-Transaktionen mit einem Volumen von über 64 Milliarden US-Dollar abgewickelt. Dazu wird ein Unternehmen, das erstmal kein Geschäft oder Produkt hat, als sogenannter SPAC-Mantel gegründet. Ziel ist es, dieses Unternehmen an die Börse zu bringen und mit dem dort eingesammelten Geld ein bereits bestehendes Unternehmen zu übernehmen. „Mit Hilfe eines SPAC Börsenganges können Unternehmen leichter an Kapital kommen, ohne dabei den langwierigen Prozess eines traditionellen IPOs durchmachen zu müssen", erklärt Andrey Wolfsbein, Börsenexperte bei Freedom Finance Germany.
Kunden von Freedom Finance bekommen sofortigen Zugang zu vielen verfügbaren SPACs und werden durch die eigenentwickelte Handelsplattform Freedom24 betreut. SPACs sind grundsätzlich nicht neu, doch wurden sie in der Vergangenheit eher mit Vorsicht betrachtet. „Wer sein Geld in ein SPAC investiert, muss sich des hohen Risikos durchaus bewusst sein", so Wolfsbein weiter. Man kaufe immerhin einen Börsenmantel, ohne dabei zu wissen, welche Firma am Ende integriert wird und müsse sich dabei auf die oft namhaften SPAC-Gründer verlassen. Auch die niedrigen Zinsen und die von den meisten Zentralbanken angewandte quantitative Lockerungspolitik haben das Geschäft mit den Firmenhüllen so lukrativ gemacht. Zudem bieten SPACs eine Möglichkeit, um während der erhöhten Marktvolatilität einer Pandemie an die Börse zu gehen. Im Vergleich zum traditionellen Börsengang besteht mehr Sicherheit hinsichtlich der Transparenz, denn Unternehmen, die in die Firmenmäntel übernommen werden, geben meist mehr Informationen preis, als üblicherweise in IPO-Prospekten zu finden sind. Wer außerdem mit der Firmenübernahme letztlich nicht einverstanden ist, kann seine Aktie zurückgeben und bekommt das investierte Geld zurück.

Markt schlägt Gros der Fondsmanager

75,27 Prozent der Profi-Fondsmanager haben es in den vergangenen 5 Jahren nicht geschafft, eine bessere Rendite als der Marktdurchschnitt (S&P 500) zu erzielen. Dies geht aus einer neuen Untersuchung von Block-Builders.de hervor. In der Erhebung werden weitere interessante Fakten rund um die Themen Börsenerfolg und Market-Timing beleuchtet. Auch bei einem kürzer gefassten Zeitraum schnitten die Fondsmanager nicht besser ab, als der S&P 500. Binnen der letzten 365 Tage können lediglich 39,67 Prozent der Profi-Investoren eine Outperformance gegenüber besagtem Index vorweisen.
Indes zeigt sich, dass sich allen Volatilitäten zum Trotz Investitionen in Indizes wie den Dax auf lange Sicht überaus ausbezahlt haben. Bei einem Anlagehorizont von zehn Jahren beläuft sich die jährliche Durchschnittsrendite auf 9,2 Prozent. Häufig stehen Anleger vor der Frage, ob sie ihr Kapital auf einen Schlag in den Aktienmarkt investieren, oder lieber in Tranchen einsteigen sollen. Auswertungen von Daten zwischen 1926 bis Ende Mai 2020 zeigen auf, dass es bei den vergangenen 1.133 Monaten in 73 Prozent der Monate zu einer höheren Rendite geführt hätte, wenn man den kompletten derzeit verfügbaren Investitionsbetrag auf einen Schlag investiert hätte.

Gleichwohl erfreuen sich Sparpläne in Deutschland großer Beliebtheit. Im vergangenen Dezember 2020 gab es in der Bundesrepublik 2,03 Millionen aktive Sparpläne (Aktien/ETFs), 5 Jahre zuvor waren es lediglich 0,25 Millionen. Die Zahl der Aktionäre und Aktienfonds-Besitzer erreicht ein historisches Hoch. „Bei einer historischen Betrachtung zeigt sich, dass es durchaus sinnvoll ist, mit einem großen Einmalbetrag zu investieren, anstatt das verfügbare Kapital über einen längeren Zeitraum hinweg regelmäßig zu investieren", so Block-Builders-Analyst Raphael Lulay.

Nachhaltigkeit boomt bei ETFs

ESG-ETFs haben im Februar in Europa vom beispiellosen Nachfragetrend profitiert und beeindruckende 12,6 Milliarden Euro eingesammelt. Das geht aus den jüngsten Daten des Lyxor ETF Money Monitors hervor. Der Zuwachs stellt einen neuen Rekord dar – zugleich machten ESG-ETFs rund 70 Prozent der gesamten ETF-Zuflüsse im Februar aus. Gefragt waren auch Smart-Beta-ETFs – sie verzeichneten Mittelzuflüsse in Höhe von 1,2 Milliarden Euro, wobei insbesondere Value- und gleichgewichtete Strategien auf das Interesse der Anleger stießen.
Insgesamt sammelten ETFs im Februar 18 Milliarden Euro ein, der damit ein starker Monat für Risikoanlagen war, in dem sowohl Aktien als auch Fixed-Income-Papiere solide Zuflüsse verzeichneten. Allerdings trübten die Sorgen über eine höhere Inflation und steigende Renditen die Marktstimmung. Die Anleger suchten verstärkt nach Engagements in inflationsgebundenen Anleihen. Zudem schichteten sie in Deep-Value-Segmente wie den Finanz- und Energiesektor um.

FOTOS: PAVEL.SEPI@GMAIL.COM, SHUTTERSTOCK.COM

Brexit: UK verliert als Handelspartner immer mehr an Gewicht

Seit Jahresbeginn ist das Brexit-Freihandelsabkommen zwischen der Europäischen Union und dem Vereinigten Königreich in Kraft. Eine erste Zwischenbilanz des LBBW Research zeigt: Die deutsche Wirtschaft hat sich auf den zunehmenden Bedeutungsverlust Großbritanniens gut vorbereitet. Unter dem Brexit litten vor allem die Wirtschaft des Vereinigten Königreichs, auch wenn die Corona-Pandemie die Brexit-Auswirkungen derzeit noch überdeckten. Im Januar 2021 schrumpfte das britische Bruttoinlandsprodukt im Vergleich zum Vormonat um 3 Prozent, die Exporte in die EU brachen im ersten Monat dieses Jahres sogar um 40,7 Prozent ein. Nach aktuellen Berechnungen der EU-Kommission führt der Austritt der Briten beim Bruttoinlandsprodukt der EU bis Ende 2022 zu einem Minus von gerade einmal 0,5 Prozent. Im Vereinigten Königreich sinkt die Wirtschaftskraft dagegen um 2,25 Prozent. Das Vereinigte Königreich exportierte 2019 noch Waren im Wert von 170 Milliarden Pfund (GBP) in die Europäische Union. Das sind 46 Prozent der UK Exporte.
Umgekehrt bezog das Vereinigte Königreich 53 Prozent seiner Importe aus der EU. Das sind Waren im Wert von 270 Milliarden Pfund. Der Austritt der Briten aus der EU sorgt nun für neue Zollverfahren im Handel und damit für einen gewaltigen Bremsklotz. Das macht den Warenhandel komplizierter – in erster Linie für britische Exporteure, urteilten die Autoren der Studie. Britische Exporteure müssen beim Export beispielsweise nachweisen, dass eingeführte Produkte EU-Standards erfüllen und tatsächlich aus dem Vereinigten Königreich stammen. Das bedeutet einen beträchtlichen Mehraufwand.

UK versus EU: Der Handel zwischen beiden Zollgebieten wird nach dem Brexit immer problematischer.

Steuerliche Ungereimtheiten

Der Bund der Steuerzahler (BdSt) unterstützt die Klage eines Kapitalanlegers, die sich gegen eine Übergangsregel im Investmentsteuergesetz richtet. Betroffen sind zahlreiche Anleger, die vor der Investmentsteuerreform 2018 Fondsanteile erworben hatten und ab 2018 verkauft haben. Im Fall des Klägers werden danach Fondsgewinne besteuert, die er tatsächlich gar nicht erzielte. Nach dem Gesetz ist es sogar möglich, dass die Steuerlast den Gewinn übersteigt und damit die Vermögenssubstanz verzehrt.
Konkret: Im Streitfall hatte sich der Kläger in den Jahren 2009 bis 2017 über seine Sparkasse an ausländischen Aktienfonds beteiligt. Ende 2018 verkaufte er die Anteile. Tatsächlich erzielte er einen Veräußerungsgewinn von knapp 600 Euro (Differenz zwischen Anschaffungs- und Veräußerungspreis). Besteuert wurde jedoch ein Gewinn von knapp 2.250 Euro. Denn nach den Regeln der Investmentsteuerreform gelten alle Fondsanteile zum 31. Dezember 2017 als fiktiv verkauft und am Neujahrstag 2018 als neu angeschafft. Zu diesem Zeitpunkt war der Kurswert des Aktienfonds hoch, fiel jedoch bis zum Verkauf deutlich. Der fiktive Gewinn wurde voll berücksichtigt, doch der sich im Jahr 2018 ergebende Verlust nur zu 70 Prozent anerkannt. Dies hatte zur Folge, dass der Gewinn durch die Steuerlast von knapp 600 Euro Steuern vollständig aufgezehrt wurde.
Mit seiner Musterklage lässt der BdSt prüfen, ob die Übergangsregel rechtmäßig ist. Die Klage ist beim Finanzgericht Köln unter dem Aktenzeichen 15 K 2594/20 anhängig. Ebenfalls betroffene Anleger können sich auf diese Musterklage berufen und Einspruch gegen Ihren Steuerbescheid beim Finanzamt einlegen sowie das Ruhen des Verfahrens aus Zweckmäßigkeitsgründen beantragen. Kommt das Finanzamt dem Antrag nach, bleibt der eigene Steuerfall bis zu einem Urteil in der Musterklage offen.

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

Durchblick bei ESG-Anlagen fehlt

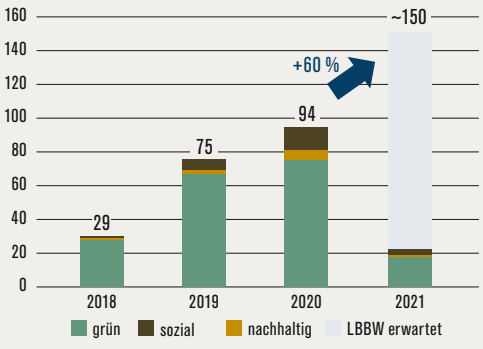
Anja Bauermeister

Nachhaltige Geldanlagen werden bei Anlegerinnen und Anlegern in Deutschland über alle Altersklassen hinweg immer beliebter. Dabei geht es ihnen darum, etwas Positives zu bewirken sowie Unternehmen und Staaten auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit zu unterstützen. Im Fokus haben sie dabei sowohl ökologische als auch ethisch-soziale Aspekte. Dies sind die Ergebnisse aus dem aktuellen Anlegerbarometer von Union Investment. Sechs von zehn Anlegern in Deutschland finden nachhaltige Geldanlagen attraktiv. Das sind neun Prozentpunkte mehr als noch vor einem Jahr und ein neuer Höchststand seit 2010 als diese Frage im Anlegerbarometer zum ersten Mal gestellt wurde (Q1 2010: 32 Prozent).
Es zeigt sich außerdem, dass das Thema auch für andere Altersgruppen interessant ist: Jeweils 62 Prozent der Befragten zwischen 50 und 59 Jahren sowie 30 und 39 Jahren finden nachhaltige Geldanlagen attraktiv, unter den 20- bis 29-Jährigen sind es 52 Prozent. Auch die Zahl der Befragten, die bereits nachhaltige Geldanlagen besitzen, steigt im Vergleich zum Vorjahr an: Derzeit sind es 23 Prozent (Q1 2020: 14 Prozent).
„Die nachhaltige Geldanlage ist ein Wachstumsthema, dennoch stehen wir erst am Anfang eines langfristigen Trends. Zwar haben Privatkunden das Thema für sich bereits entdeckt. Aber Bankberater werden voraussichtlich ab dem kommenden Jahr dazu verpflichtet sein, Kunden zu ihrer Nachhaltigkeitspräferenz zu befragen. Dies wird der nachhaltigen Geldanlage weiteren Rückenwind geben“, kommentiert Anja Bauermeister, Abteilungsleiterin Publikumsfonds bei Union Investment, die Studienergebnisse. Allerdings scheint mit der Bekanntheit des Themas auch der Informationsbedarf zu steigen, denn der Anteil derer, die investieren würden, wenn sie wüssten wie, ist auf 60 Prozent gestiegen (Q1 2020: 50 Prozent).
Ein Drittel der Befragten (34 Prozent), die nicht in nachhaltige Geldanlagen investiert sind, hält das Angebot an nachhaltigen Geldanlagen für zu kompliziert. „Positiv ist, dass das Thema im Bewusstsein der Anlegerinnen und Anleger angekommen ist und sie es als Zukunftsthema betrachten. Um sich einen Überblick über Angebote zu verschaffen, hilft eine qualifizierte Beratung. Sie unterstützt dabei, das kundenindividuell passende Maß an Nachhaltigkeit, Ertrag und Risiko herauszuarbeiten“, erklärt Anja Bauermeister.

Volumen von ESG-Bonds wächst dramatisch

In den kommenden Jahren wird die europäische Wirtschaft ihren Finanzbedarf zunehmend durch nachhaltige Unternehmensanleihen decken. Allein im laufenden Jahr wird deshalb das Emissionsvolumen nachhaltiger Unternehmensanleihen (ESG) um 60 Prozent nach oben schießen, sagt Alexandra Schadow, Abteilungsleiterin im LBBW Research unter Hinweis auf das unerwartet lebhafte Emissionsgeschäft im ersten Quartal voraus.
Die Unternehmen decken auf diesem Weg einen Teil ihres erhöhten Kapitalbedarfs, verursacht durch die Entwicklung neuer Geschäftsfelder und durch gesetzliche Auflagen. In einer Studie heben die Analysten des LBBW Research deshalb ihre Prognose für die Neuemissionen von Corporate ESG (Environmental, Social, Governance) Bonds im Jahr 2021 deutlich von bislang 130 Milliarden Euro auf 150 Milliarden Euro. Die neue Markteinschätzung basiert auf der starken Entwicklung zum Jahresauftakt. „2020 ist der ESG-Markt um fast ein Viertel gewachsen. Diese Dynamik hat sich Anfang 2021 noch beschleunigt“, sagt Schadow. Das Neuemissionsvolumen übertraf im Februar 2021 den Vorjahresmonat um das Dreifache und erreichte knapp 14 Milliarden Euro. Bereits der Januar war deutlich stärker als der Vorjahreszeitraum: Hier stehen 8,6 Milliarden Euro in diesem Jahr 5,8 Milliarden Euro 2020 gegenüber. „Im Januar ist das emittierte Emissionsvolumen um fast 50 Prozent gestiegen, im Februar um nahezu 300 Prozent. Ein derart kräftiges Wachstum gab es noch nie. Wir erwarten, dass sich der Trend fortsetzt“, sagt Schadow.
Zwar überwiegt der Anteil grüner Anleihen – in 2020 waren es 80 Prozent des Gesamtmarktes – immer noch deutlich, aber der Anteil der Sustainable Bonds am Gesamtvolumen steigt stetig. Das sind Anleihen, deren Emissionserlöse ausschließlich zur (Re-)Finanzierung von Umwelt- und Sozialprojekten dienen. Sie entsprechen sowohl den Kriterien von Green als auch von Social Bonds. Hatten Sustainable Bonds in 2018 noch einen Anteil von zwei Prozent an allen nachhaltigen Anleihen, so waren es 2020 bereits 14 Prozent. Sustainable Bonds sind damit ein Motor dieses Wachstumsmarktes.

Zuwachs ESG-Bonds nach Zielsetzung



Quelle: LBBW

Dynamisches Wachstum bei ESG-Bonds im ersten Quartal 2021. LBBW Research schätzt, dass der Markt um 60 Prozent zulegen wird.

FOTO: FRITZ PHILIPP

VERTRAUENS-BROKER ALS NEUES GESCHÄFTSMODELL

Die Corona-Krise bringt auch für Banken und Sparkassen eine tiefe Zäsur. Doch dabei verstärkt sich nicht nur der Wettbewerbs-, Digitalisierungs- und Kostendruck. Finanzinstituten droht ein Ergebniseinbruch, denn Ertragsmisere und Innovationsrückstand bestehen nach der Pandemie fort. Finanzprodukte bieten kaum Spielraum zur Differenzierung. Auf der Suche nach neuen Erlösquellen sollten sich Banken und Sparkassen vom „financial advisor" zum „life coach" wandeln.

Ausgangsbeschränkungen, Kontaktreduktionen und Abstandsregeln – spätestens im Frühjahr 2020 wurde deutlich, dass die Pandemie die Digitalisierung beschleunigen würde. Banken und Sparkassen haben frühzeitig erkannt, dass sie mehr denn je im Wettbewerb mit FinTechs stehen und treiben ambitionierte Projekte zur Digitalisierung mit Höchstgeschwindigkeit voran: Videoberatung, Banking-Apps und digitale Filialen werden zu Standards. Das Geschäftsmodell wird digitaler, intuitiver und kundenfreundlicher; wirkliche Innovationen im Produktangebot sucht man indes meist vergebens.

Banken und Sparkassen sind primär Partner für Finanzfragen: Zahlungsverkehr, Liquidität, Absicherung, Altersvorsorge und Vermögensbildung stehen im Mittelpunkt der Kundenbeziehung. Finanzprodukte bieten jedoch nur geringen Spielraum zur Differenzierung. Gleichzeitig drängen FinTechs mit schnellen und günstigen Lösungen in den Markt. Um den Anschluss nicht zu verlieren, kooperieren Finanzinstitute häufig mit Startups, akquirieren oder kopieren sie. Doch mit welchen Angeboten können sich Banken im Wettbewerb positionieren, um zukünftig relevant zu bleiben?

Im Kern bieten Banken und Sparkassen Vertrauen, Verlässlichkeit und Reputation – sie sind Vertrauens-Broker. Diese Eigenschaft unterscheidet etablierte Branchenvertreter maßgeblich von neuen Wettbewerbern. Gerade Regionalbanken genießen durch starke Flächenpräsenz und lokales Engagement einen Vertrauensvorschuss. Auf der Suche nach neuen Erlösquellen sollten Banken und Sparkassen daher neue Wege beschreiten. Gerade mit Blick auf die Betreuung von Privatkunden erwarten progressive Branchenvertreter einen grundsätzlichen Wandel vom financial advisor zum life coach. In dieser Rolle helfen Berater ihren Kunden, die berufliche Entwicklung zu planen, Ausgaben durch Wettbewerbsvergleiche und Wechselservices zu steuern oder für das Alter vorzusorgen – über Kapitalanlagen hinaus.

Finanzinstitute sind zunehmend in der Lage, Kundendaten datenschutzkonform auszuwerten und intelligent zu vernetzen. So könnten Peer-Group-Vergleiche zu Energie- und Mietkosten, Versicherungsaufwänden oder Internet- und Mobilfunktarifen in Empfehlungen an Kunden übersetzt werden. Die Vermittlung des next best offer, ein zugehöriger Wechselservice und ein begleitendes Vertragsmanagement liegen dann nicht mehr fern.

Banken und Sparkassen beraten ihre Kunden verlässlich zu Fragen der Altersvorsorge, um die finanzielle Absicherung zu gewährleisten. Doch Kundenbedarfe variieren nach Alter, Lebens- und Vermögenslage. Mit Vollmachten, Patientenverfügungen und (digitalem) Nachlass könnten Vorsorgeangebote auf Grundlage der bestehenden Vertrauensposition neu gedacht werden. Einzelne Institute haben begonnen, erste Schritte hin zu einer ganzheitlichen Beratung zu gehen, um generationenübergreifend neue Chancen zu eröffnen – insbesondere bei der Betreuung vermögender Kunden mit langjähriger Vertrauensbeziehung.

Banken und Sparkassen betreuen ein umfangreiches Portfolio von Privat- und Firmenkunden. Kundenberater kennen die Lebenssituation ihrer Privatkunden und gestalten Produktangebote nach privaten und beruflichen Zukunftsplänen. Andererseits wissen sie um den Fachkräftemangel und die Nachwuchsprobleme gewerblicher Kunden. Institute könnten diesen Informationsvorsprung nutzen, um Privat- und Firmenkunden beispielsweise bei der Suche nach beruflichen Perspektiven oder Fragen der Nachfolgeregelung zusammenzubringen.

Weitere matchmaking-Services könnten darauf abzielen, Baufinanzierungskunden an regionale Handwerksbetriebe zu vermitteln oder Kontakte zwischen Steuerberatern und Firmenkunden herzustellen. Dienstleistungen aus einer Hand erweitern das eigene Produktangebot, reduzieren Komplexität und Aufwand für Kunden und bieten so ein echtes Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb.

Die Corona-Pandemie stellt auch das Geschäftsmodell von Finanzinstituten in Frage. Banken und Sparkassen haben die Chance, ihre Rolle als Vertrauens-Broker aktiv zu gestalten und sich vom financial advisor zum life coach zu wandeln. Mit innovativen Angeboten würden sie nicht nur neue Ertragsquellen zu erschließen. Sie könnten ihre Vertrauensposition nutzen, um für Kunden über Finanzdienstleistungen hinaus langfristig relevant zu bleiben.

FOTO: BERG LUND & COMPANY

Autor Florian Pestel ist Manager bei Berg Lund & Company (BLC). Seine Schwerpunkte liegen in der strategischen Neuausrichtung, agilen Geschäftsmodellentwicklung und digitalen Transformation von Bankenverbänden, Groß- und Regionalbanken.

GLÄNZENDE INVESTMENTS

Edelmetalle gelten als krisenfeste Anlage. Experten attestieren ihnen Potenzial, doch Anleger sollten sich auf überdurchschnittliche Schwankungen einstellen. Breit streuende Anlagepools mindern das Risiko.

Faszination Gold: Das Edelmetall war während der Hochphase der Pandemie besonders gefragt.

Der Start ins neue Jahr gelang perfekt. Binnen zweier Handelstage verteuerte sich die 31,1 Gramm schwere Feinunze Gold um knapp drei Prozent. Doch dann begann der Glanz zu bröckeln. Im Februar folgte der der größte Monatsverlust seit November 2016 – und im März kürte der Finanzdienstleister Bloomberg das erste Quartal als Schwächstes seit fast 40 Jahren.

Manche Anleger befürchten daher, dass das gelbe Edelmetall seinen Status als sicherer Hafen verlieren könnte. Hat es seinen Nimbus als Krisenwährung verloren, dem es im vergangenen Jahr in beeindruckender Weise gerecht wurde? „Keinesfalls“, meint Alfred Grusch, Senior Portfoliomanager bei Amundi Deutschland, „Gold war im Vorjahr eine der ersten Assetklassen, die die durch Covid-19 ausgelösten Kursverluste rasch wieder aufgeholt hatte. Damit hat es eindrucksvoll seine Funktion als Krisenwährung unter Beweis gestellt.“ Grusch betrachtet Gold als robuste Krisenwährung und als „Liquidity of last Resort“ – gleichsam als „goldene Reserve“ eines Vermögens, auf das man in Krisenzeiten zurückgreifen kann. „Gold scheint fundamental betrachtet auf jeden Fall recht gut nach unten abgesichert zu sein“, so der Manager des Amundi Gold Stock-Fonds, der bereits seit Mai 1985 am Markt ist.

Dass Gold trotz dieser Vorzüge nicht zwangsläufig an Wert gewinnen muss, zeigen die zurückliegenden Monate. Als Haupttreiber für den Weg des Goldpreises gen Süden nennen Experten in erster Linie die steigenden Kapitalmarktzinsen, die seit Beginn dieses Jahres insbesondere in den USA deutlich nach oben tendierten. Dort stieg die Rendite der zehnjährigen US-Staatsanleihen von 0,9 auf 1,70 Prozent. Der damit verbundene Anstieg der realen Renditen – also nach Abzug der Inflation – veranlasste viele Marktteilnehmer dazu, sich von ihren Goldinvestments zu trennen. Dies ist sehr deutlich an den Beständen der mit Gold hinterlegten Exchange Traded Funds zu erkennen, die seit Anfang dieses Jahres um etwa 155 Tonnen auf rund 3600 Tonnen zurückgingen.

Gold als Gewinner der Inflation

Dr. Jens Ehrhardt, Gründer und Vorstandschef der DJE Kapital AG, bringt die US-Währung als Grund für die Goldpreisschwäche ins Spiel: „Die Entwicklung der Edelmetalle hängt auch vom Dollarkurs ab. Im Allgemeinen steigen sie bei einem fallenden Dollar, daher wurden sie zuletzt durch die bessere Verfassung der US-Währung gebremst.“ Langfristig hält Ehrhardt den Greenback indes kaufkraftmäßig für bis zu 20 Prozent überbewertet, so dass der Gegenwind aus dieser Richtung abflauen sollte.

Ihren Tribut in Form eines schwachbrüstigen Goldpreises fordert zudem die Rotation von Technologie- in Substanztitel. „Zyklische Werte machen das Rennen, da tut Gold sich schwer, dagegen anzukämpfen“, unterstreicht DWS-Chefökonom Johannes Müller. Gleichwohl ortet er gerade darin den richtigen Zeitpunkt für Anleger, mit Goldzukäufen ihr Portfolio abzusichern. Auch Evy Hambro, Manager des Blackrock World Gold Fund, sieht gute Gründe dafür, dass Investoren ihr Gold-Engagement zur Diversifizierung zu einem Zeitpunkt erhöhen, „an dem sich die Aktienmärkte auf Allzeithochs befinden und eine erhebliche Covid-19-bedingte Unsicherheit bezüglich des globalen Wirtschaftswachstums besteht.“

Martin Siegel, Stabilitas, kennt die Edelmetallmärkte aus dem Effeff.

Motivierend für Goldkäufe wirkt darüber hinaus die Aussicht auf eine steigende Teuerung. Nach Jahren mit extrem niedrigen Inflationsraten sehen Experten nun eine Trendwende – nicht nur in den USA, sondern ebenfalls in der Eurozone. Der Hintergrund: Die Impfungen gegen das Virus gewinnen weltweit an Fahrt und bringen ein Ende der Corona-Krise zumindest in Sichtweite. Dies beflügelt die Konjunktur – und mit ihr die Inflation. Besonders eindrucksvoll manifestiert sich dieses Szenario bereits an den Rohstoffmärkten.

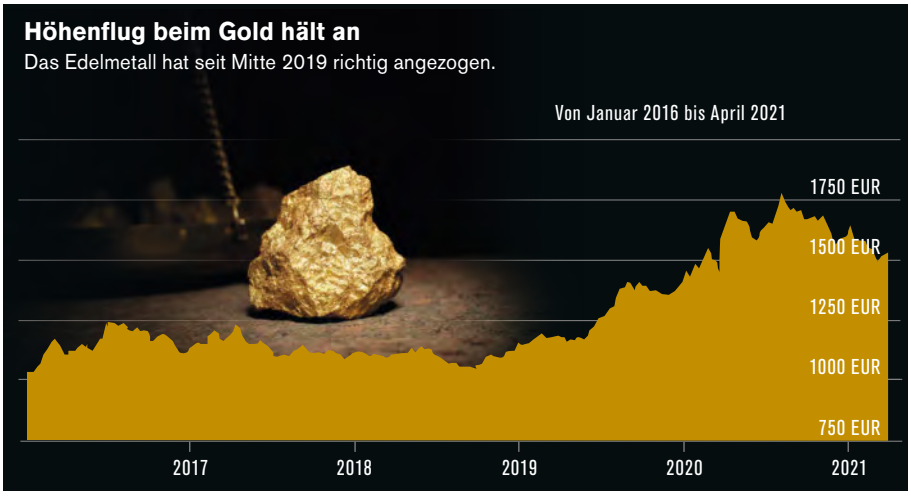
Kupfer etwa, dem die Fähigkeit zugeschrieben wird, Wendepunkte der Weltwirtschaft durch seine Preisentwicklung vorherzusagen, hat seit seinem Tief im März vergangenen Jahres um fast 90 Prozent auf knapp 8800 US-Dollar pro Tonne zugelegt – der höchste Stand seit 2012. Rohöl der Sorte Brent kostet heute gar über doppelt so viel wie vor Jahresfrist.

Platin mit Potenzial

Steigen die Preise, fallen im Gegenzug die realen Renditen sicherer Zinskonten und Anleihen. Und Zinsen, die abzüglich der Inflation real negativ bleiben, sind ein klassisches Kaufargument für Gold. „Gold ist ein traditioneller Inflationsschutz“, bringt es DWS-Chefvolkswirt Johannes Müller auf den Punkt.

Höhenflug beim Gold hält an

Das Edelmetall hat seit Mitte 2019 richtig angezogen.



Quelle: Degussa

FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM, STABILITAS

„Die Inflation könnte höher steigen als zurzeit vom Markt erwartet und damit den Goldpreis nach oben treiben“, glaubt Benjamin Louvet, Fondsmanager des Precious Metals Fund bei OFI Asset Management. Er hält vor diesem Hintergrund für möglich, dass das gelbe Edelmetall noch in diesem Jahr die Marke von 2.400 US-Dollar pro Unze erreicht.

Eine höhere Inflation könnte indes nicht nur Gold beflügeln, sondern auch andere edle Metalle. Die Schweizer Großbank UBS erwartet, dass Silber, Platin und Palladium dieses Jahr besser abschneiden als das gelbe Edelmetall. Unterstützend wirken dürfte vor allem die kräftige Nachfrage der Industrie. DWS-Edelmetallexperte Müller zieht die Edelmetalle wie Platin, Palladium und Rhodium dem Gold vor, da neben anderen strukturellen Faktoren vor allem ihre zyklischen Eigenschaften für sie sprächen: „Sie laufen mit der Konjunktur“, so Müller.

Platin etwa profitiert von einem Nachfrageüberhang und dem Trend zu einer grünen Industrie. Sein Preis wird aber nicht nur von der Brennstoffzellenfantasie getrieben, sondern von der realen Nachfrage, beispielsweise aus der Autobranche. Schärfere Abgasgrenzwerte in Europa, China und den USA gelten als wichtiger Einflussfaktor. Platin birgt zudem Aufholpotenzial als günstigeres Ersatzmetall in Auto- und LKW-Katalysatoren. Preistreibend wirkt darüber hinaus die robuste Nachfrage von Finanzinvestoren sowie die kurzzeitige Angebotsknappheit als Folge der Pandemie. Und schließlich wird aktuell weniger Platin produziert als gekauft – was tendenziell für höhere Notierungen spricht.

Minenbetreiber mit Hebelwirkung

Anleger, die von steigenden Edelmetall-Preise partizipieren wollen, können aus einer breiten Angebotspalette wählen. Hierzulande baut die Mehrheit der Goldkäufer auf physisches Edelmetall, mehr als 90 Prozent der Nachfrage entfällt auf Barren und Münzen. Dabei gilt die Faustregel: Je größer das Gewicht, desto geringer ist der Aufschlag auf den Materialwert. Münzen sind daher für Investments wenig geeignet.

Bedeutend günstigster sind börsengehandelte Indexprodukte, so genannte Exchange Traded Commodities (ETCs), die den Goldpreis eins zu eins nachbilden. Anleger sollten darauf achten, dass diese physisch gedeckt sind, denn dann hinterlegt der Anbieter für jeden Kauf eine bestimmte Menge Gold in einem Tresor. Besonders beliebt ist Xetra-Gold, das von der Deutschen Börse Commodities emittiert und wurde und in Gramm notiert. Anleger können sich das in Deutschland gelagerte Edelmetall sogar ausliefern lassen.

Wird Gold teurer, werden Minenbetreiber interessant, deren Aktienkurse stärker im Kurs schwanken als der Goldpreis selbst, da sich ein steigender Preis bei gleichbleibenden Förderkosten überproportional auf das Gewinnwachstum dieser Unternehmen auswirkt. Im DJE Gold & Ressourcen bündelt Fondsmanager Stefan Breintner 50 bis 70 Branchenvertreter, die sich vorrangig mit der Gewinnung, Verarbeitung und Vermarktung von Gold beschäftigen. Um das Portfolio zu diversifizieren, kann Breintner auch Titel aus einem breiter gefasstem Rohstoffuniversum beimischen, darunter diversifizierte Minenkonzerne, Buntmetall, Öl und Gas. Dabei kann der Anteil an Goldminenaktien dynamisch zwischen 30 und 100 Prozent variieren. Unter den größten Positionen finden sich neben den beiden Minenriesen Anglo American und Newmont Gold auch der britisch-australische Bergbau-Gigant Rio Tinto.

Der Jupiter Gold & Silver Fund setzt Im Gegensatz zum Amundi-Anlagepool auf eine Kombination von physischem Gold und Silber in Form von Barren sowie Aktien von Gold- und Silberminenbetreibern. Portfoliomanager Ned Naylor-Leyland geht davon aus, dass sich die operative Performance von Gold- und Silberminengesellschaften von Quartal zu Quartal verbessert hat. Höhere Free Cashflows, steigende Dividenden, Explorationserfolge und verstärkte Fusions- und Übernahmeaktivitäten deuten für ihn auf einen positiven Ausblick für fehlbewertete Gold- und Silberminenunternehmen hin. Seiner Ansicht nach fehlt Gold, Silber und Minenwerten jetzt nur noch, dass sich der Wind dreht und eine breitere Marktdynamik einsetzt.

Seinen Vergleichsindex mit einem Plus von 28,4 Prozent deutlich hinter sich lassen konnte im vergangenen Jahr der Blackrock World Gold Fund. Fondsmanager Evy Hambro blickt zuversichtlich in die Zukunft: „Die Kürzung der Investitionen seitens der Produzenten in den letzten Jahren, wenige bedeutende neue Goldfunde und Covid-19-bedingte Betriebsstörungen im letzten Jahr, schränken das neue physische Angebot ein und stützen den Preis.“ Zudem attestiert er den Goldproduzenten ein gesundes Gewinnwachstum und einen deutlich höheren freien Cashflow als noch vor gut einem Jahr.

Goldförderer in „der besten Verfassung seit mehr als 20 Jahren“

Anleger, die die Kursentwicklung von Firmen im Gold- und Silberbergbau mit einem börsengehandelten Indexfonds abbilden wollen, finden im VanEck Vectors Gold Miners ETF ein probates Vehikel. Er bildet die Wertentwicklung des NYSE Arca Gold Miners Index nach, der 52 Gesellschaften bündelt. Das Pendant

Viel Glanz

Edelmetall-Fonds verbreiten bei Anlegern gute Laune und sorgen für renditeträchtige Depots.

Fonds	ISIN	Perf. 1 Jahr	Perf. 3 Jahre	Perf. 5 Jahre
Amundi Gold Stock	AT0000857040	30,22	48,60	47,07
Blackrock Gold World Fund	LU0055631609	33,66	52,88	45,53
DJE Gold & Ressourcen	LU0159550077	48,85	28,61	52,52
Franklin Gold & Precious Metals	LU0496367417	67,73	83,83	61,38
Jupiter Gold & Silver	IE00BYVJR809	68,87	58,55	70.94
Ninty One Global Gold	LU0345780521	28,30	57,41	62,00
Stabilitas Pacific Gold+Metals	LU0290140358	33,38	61,28	96,19
Stabilitas Gold+Resourcen Special Situat.	LU0308790152	115,63	127,40	153,83
Vaneck Vectors Gold Miners	IE00BQQP9F84	30,36	62,64	66,31
Vaneck Global Gold	IE00BYXQSC06	44,78	53,88	64,93

Quelle: Fondsweb; *Stand: 6.4.2021

Silber zuletzt mit starker Performance

Nach Gold ist Silber bei Investoren derzeit sehr gefragt.

Quelle: Degussa

Jens Ehrhardt, DJE: „Die Entwicklung der Edelmetalle hängt auch vom Dollarkurs ab."

für globale Small- und Mid-Cap-Branchenvertreter ist der VanEck Vectors Junior Gold Miners, der sich am MVIS Global Junior Gold Miners Index mit seinen derzeit 85 Firmen misst. Die Top 3 dieses Marktbarometers bildeten zuletzt Northern Star Resources, Pan American Silver und Gold Fields.

Im Stabilitas Pacific Gold + Metals-Fonds liegt der Anlageschwerpunkt auf Australien. Der Investmentansatz von Fondsverwalter Martin Siegel basiert auf aktivem Stock-Picking fundamental unterbewerteter Rohstoffwerte mit einem überdurchschnittlichen Chance-Risiko-Profil in politisch stabilen Regionen. Eine gänzlich andere Strategie verfolgt Stabilitas-Geschäftsführer Siegel im Stabilitas Special Situations. Hier liegt sein Fokus auf Explorationsgesellschaften, die nach Einschätzung Siegels vor dem großen Durchbruch stehen könnten.

Das Portfolio ist breit gestreut und umfasst neben Unternehmen aus dem Bereich Edel- und Basismetalle auch Firmen aus dem Kohle- sowie dem Öl- und Gassektor. Abgerundet wird es durch Chancen, die sich durch neue Anwendungen in der Industrie ergeben, etwa Lithium im Bereich des Batteriebaus oder seltene Erden. Allenfalls Spezialisten bekannte Titel wie Benz Mining, Aeris Resources und Auteco Minerals spiegeln die individuelle Herangehensweise Siegels wider, die in den vergangenen zwölf Monaten mit einer Wertsteigerung von 110 Prozent belohnt wurde.

George Cheveley, Portfoliomanager des Global Gold Fund bei Ninety One, hält die Bewertungen aktuell für nicht allzu anspruchsvoll. Zudem hätten sich die Dividendenzahlungen der fünf größten Goldunternehmen seit 2015 verdoppelt und dürften künftig weiter steigen. Geht es nach Cheveley, befinden sich Goldförderer „in der besten Verfassung seit mehr als 20 Jahren. Sie erzielen sehr hohe Margen und weisen in den meisten Fällen einen bemerkenswert hohen freien Mittelfluss auf." Im Global Gold Fund setzt er vornehmlich auf Kanada, Australien und Südafrika – mit dem US-Minenunternehmen Newmont als üblichem Verdächtigen an erster Stelle.

Mit Blick auf mögliche künftige Risiken gibt DWS-Chefökonom Johannes Müller zu bedenken, dass sich Anleger nie vollständig auf die Historie verlassen, sondern vorab klären sollten, ob sie auf einen kurzfristigen oder langfristigen Trend setzen wollen. „Der Zusammenhang des Goldpreises mit den Realzinsen etwa sei eher kurzfristiger Natur, während die bei Rohstoffen typischen Investitionszyklen, welche das Angebot über Jahre bestimmen, langfristiger Natur seien. Stabilitas-Goldexperte Martin Siegel sieht die größte Gefahr für die Edelmetallmärkte in der Rückkehr der Zentralbanken zu einer soliden Geldpolitik. „In einem Umfeld steigender Zinsen und dauerhaft fallender Aktien- und Immobilienmärkte würden die Notierungen stark unter Druck geraten", glaubt Siegel. Doch darauf deute derzeit wenig hin.

Autor Christian Euler ist Buchautor und Wirtschaftsjournalist.

FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM, DJE

E-COMMERCE IN KRISENZEITEN

Bei unerfreulichen Dingen gibt es zwei Möglichkeiten: Man ignoriert sie – oder man stellt sich ihnen. Im Fall von E-Commerce in der Coronakrise ist die zweite Option eindeutig die bessere Wahl. Wer im digitalen Marketing weiterhin Erfolg haben möchte, muss auf dem Laufenden bleiben.

Das Virus hat uns alle erwischt. Kaum jemand nahm die Gefahr ernst, als erstmals von dieser unsichtbaren Bedrohung aus China die Rede war – und nun trifft sie uns mit voller Wucht. Stellen Sie sich für die Herausforderungen im E-Commerce einen Eisberg vor, dessen Spitze aus dem Wasser ragt. Unter der Wasseroberfläche lauern zahlreiche Gefahren, wenn der Kapitän nur die Spitze wahrnimmt und nah an dieser vorbeischippert. Diese Gefahren sieht man nicht, weil sie verborgen sind. Oder man will sie nicht sehen, weil sie unangenehm, umständlich und lästig sein können. Verdrängen bringt allerdings nichts, da uns diese Themen unter der Oberfläche nicht nur Monate, sondern noch Jahre beschäftigen werden.

Auswirkungen des Lockdowns

Werfen wir zunächst einen Blick auf die aktuelle Lage: Welche Branche erwischt das Virus besonders hart? Zuallererst die Reisebranche: Hotels sind aktuell noch geschlossen, Flugzeuge bleiben auf dem Boden, Kreuzfahrtschiffe verwandeln sich in gigantische Virenschleudern. Menschen dürfen sich nur im kleinen Rahmen treffen – und an Fernreisen ist nicht zu denken.

Auch der E-Commerce leidet unter Corona, wenn auch nicht so dramatisch wie die Reisebranche. Gegenüber dem Vorjahr sind laut BEVH im März 2020 die Umsätze um 18,1 Prozent eingebrochen. Die zuvor hohen Zuwächse aus dem Januar und Februar (plus 8,8 Prozent) sind deshalb in der Quartalsbilanz von Q1 kaum mehr sichtbar. Insgesamt legten die Umsätze im Onlinehandel im 1. Quartal 2020 leicht um 1,5 Prozent auf 16,482 Milliarden Euro zu, obwohl das Bekleidungssegment (minus 35 Prozent), die Unterhaltungselektronik (minus 20,9 Prozent) sowie Computer und Zubehör (minus 22,7 Prozent) im März abstürzten. Zu den Gewinnern zählten im März 2020 hingegen Lebensmittel und Medikamente sowie Spezialartikel wie etwa Masken, Gummihandschuhe, Klopapier oder Computerspiele. Da die Ladengeschäfte geschlossen waren, hat sich viel in den Onlinebereich verlagert.

Studie aus Frankreich

Eine Studie von Commanders Act verglich zum Beispiel die Daten in Frankreich eine Woche vor dem Lockdown und in der Woche danach. Ergebnis: Viele Marketer dort waren verunsichert, Budgets wurden gekürzt, Kampagnen eingeschränkt. Die Klickraten von Ads und die Anzahl der Conversions sanken dadurch im Durchschnitt um über 30 Prozent. Gleichzeitig blieb aber die Konversionsrate nahezu gleich, während die durchschnittlichen Warenkorbwerte sogar leicht zulegten. Viele treue Kunden bestellten online mehr als sonst.

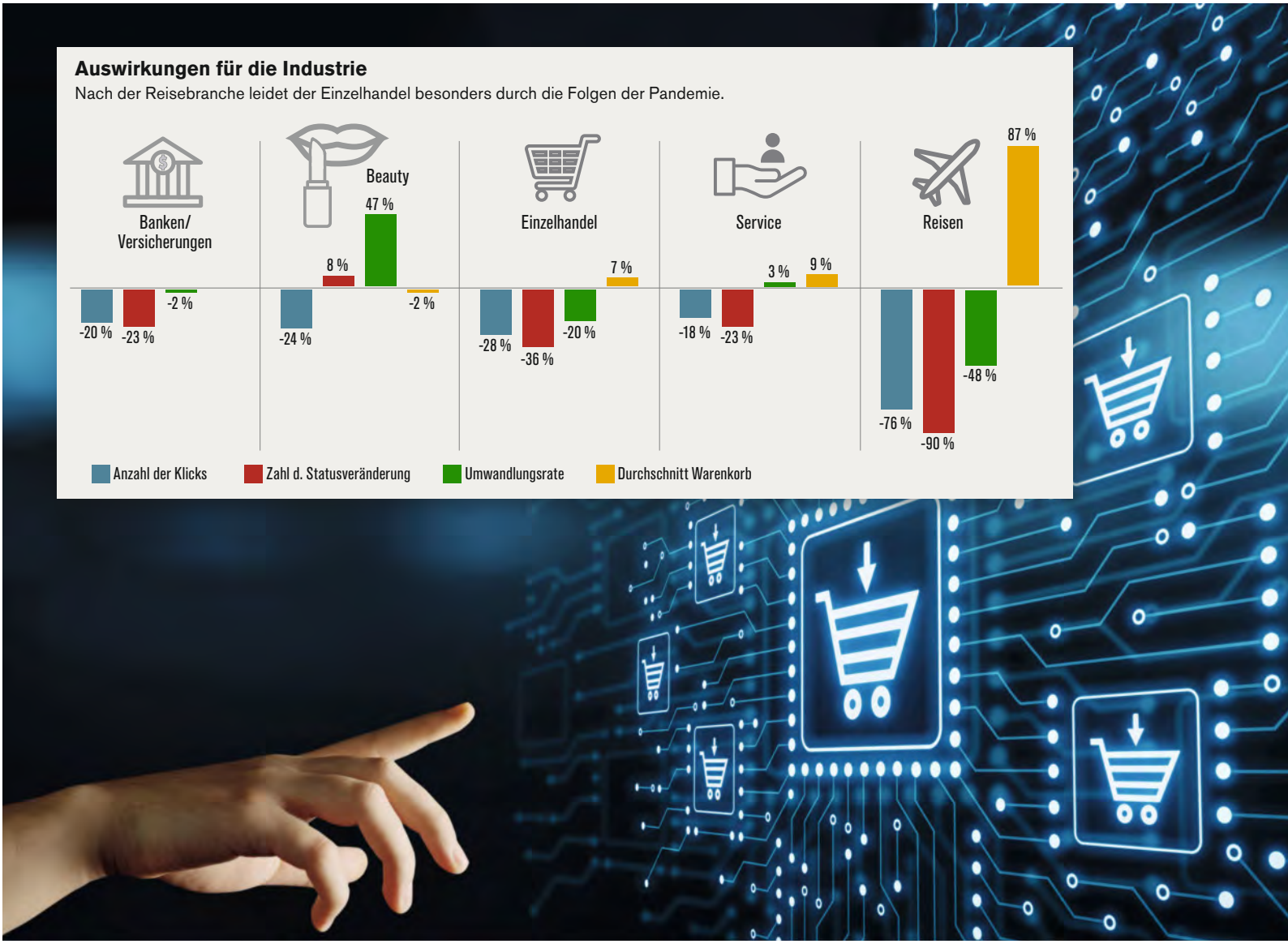
Auch in Frankreich litt die Online-Reisebranche im März besonders stark, während in der Dienstleistungsbranche und bei Banken/Versicherern die Umsätze um ein Viertel schrumpften. Im Beauty-Sektor ging zwar die Anzahl der Klicks nach unten, allerdings waren hier – verstärkt durch den Run auf Desinfektionssprays, Seife, Klopapier und andere Hygieneartikel – die Konversionsraten sehr hoch, was sich auch in einem leichten Rückgang der durchschnittlichen Warenkorbwerte bemerkbar machte.

Wirksamkeit der Kommunikationskanäle

Betrachtet man die Kommunikationskanäle in der Krisenzeit, dann zählen zu den großen Verlierern besonders E-Mail und Social Media: Die Conversions gingen dort um 70 bis 80 Prozent zurück. Kein Wunder: Social Media wird vom Thema Corona beherrscht, und Werbemails gehen leichter unter in dieser Zeit. Die Branche muss sich auf andere Strategien besinnen. Im Retargeting gab es 76 Prozent weniger Conversions. Allerdings konnten diese Rückgänge dort durch höhere Warenkorbwerte zum Teil wieder ausgeglichen werden.

Zu den klaren Gewinnern der Krise gehört der SEA-Kanal. Hier blieben die Rückgänge unter 50 Prozent – bei gleichzeitig 30 Prozent höheren Konversionsraten. Wer jetzt gerade Kampagnen fährt, sollte sich genau anschauen, wie die einzelnen Kanäle performen und eventuell Budgets anders verteilen. Grundsätzlich gilt: E-Commerce rettet in vielen Branchen

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM



Corona macht auch dem E-Commerce zu schaffen: Im März 2020 ging es um 18 Prozent bergab.

zumindest einen Teil der Umsätze, Tendenz steigend. Es ist wieder Licht am Ende des Tunnels erkennbar – und Kurzarbeit gibt es im E-Commerce auch nicht.

Rechtliche und technische Änderungen

Gerade in der Krise stellt sich auch die Frage nach der Zeit danach: Was können Shop-Betreiber jetzt tun, um in eine bessere Zukunft zu blicken? Wie können sie das Homeoffice sinnvoll und effektiv nutzen für die Zukunftsplanung? Hier gibt es einige wichtige technische und rechtliche Änderungen zu beachten, die die Digitalbranche stark beeinflussen: Im Februar 2020 gab es ein wichtiges Google-Chrome-Update zum Umgang mit Cookies. Ende Mai entscheidet der BGH höchstrichterlich auf Grundlage des EuGH-Entscheids vom Oktober zu wichtigen Datenschutzthemen. Ab Juni müssen Werbetreibende darauf achten, dass ihre Kampagnen und Dienstleister TCF-2.0-zertifiziert sind, da sie sonst auf bestimmten Werbeumfeldern nicht mehr werben dürfen. Und im Jahr 2022 steht laut Google die Privacy Sandbox auf dem Programm.

Doch der Reihe nach. Beginnen wir mit dem Cookie-Urteil vom EuGH im Oktober 2019 und der Entscheidung des BGH Ende Mai 2020. Am 28. Mai 2020 wird das Urteil des BGH zum Rechtsstreit zwischen Bundesverband der Verbraucherzentralen (Kläger) und der Glücksspielfirma Planet49 (Beklagter) erwartet, wobei es um die Einwilligungserfordernis vor der Verarbeitung von Daten geht. Hier waren von Planet49 vorab Häkchen gesetzt worden, die dazu führten, dass die User automatisch einwilligten, dass ihre Daten analysiert werden dürfen. Das Problem an der Sache: Die alten Datenschutzvorschriften werden jetzt durch neues europäisches Recht überschrieben. Allerdings ist die neue ePrivacy-Richtlinie noch nicht umge-

Timo von Focht: „Unternehmen müssen in Zukunft mehr auf das gesteigerte Sicherheitsbedürfnis der Kunden eingehen."

setzt, wodurch es Unklarheiten gibt. Der BGH hat Detailfragen vom EuGH prüfen lassen, der am 1. Oktober 2019 dazu ein Urteil gefällt hat. Seit dem EuGH-Entscheid ist klar, wohin der BGH tendieren wird. Nun brauchen Werbetreibende beim Setzen von personenbezogenen Cookies die freiwillige, explizite Einwilligung des Nutzers. Firmen benötigen dazu spätestens Ende Mai ein Consent-Management-System fürs Tracking – die Richter werden ab diesem Zeitpunkt keine Gnade mehr bei Verstößen walten lassen.

Transparency and Consent Framework seit 30. Juni 2020

Ohne Consent-Management-System läuft also nichts mehr. Als Spezialform des Consent Managements gilt die Einholung für viele Parteien gleichzeitig über den neuen Industriestandard des Branchenverbands IAB (TCF 2.0). TCF steht für „Transparency and Consent Framework". Der neue Standard soll es ermöglichen, dass in Echtzeit über API die Consent-Signale an unterschiedliche Lösungsanbieter im AdTech-Bereich übermittelt werden können, sodass Werbung auf Publisherseiten weiterhin rechtskonform ausgespielt werden kann. TCF 2.0 tritt am 30. Juni 2020 in Kraft, dann müssen alle Adserver, DSPs, SSPs und DMPs die Privacy-Signale der IAB-konformen CMPs verarbeiten können. Die Absicht dahinter: eine bessere Kontrolle über Cookie-Anbieter, mehr Transparenz sowie eine reibungslose Zusammenarbeit im Bereich Real Time Bidding.

Jedes E-Commerce-Unternehmen muss sich in Bezug auf TCF 2.0 überlegen, ob und wie es davon betroffen ist: Schalte ich irgendwo Display-Werbung, betreibe ich Retargeting oder Real Time Bidding, brauche ich Consent von Drittparteien? Und: Unterstützt meine Consent-Management-Plattform bereits den IAB-2.0-Standard? Außerdem stellt sich die Frage, ob die Publisher, mit denen ich zusammenarbeite, und deren genutzte Anbieter IAB-2.0-gemäß aufgestellt sind, damit ich nicht in Bedrängnis gerate.

Veränderungen in der Cookie-Landschaft

Noch liegt das Urteil des EuGH vielen Onlineshops im Magen, da steht auch schon das nächste Cookie-Problem vor der Tür: Die permanent vorkommenden Third-Party-Cookies gelten als Auslaufmodell. Google, Microsoft oder Facebook haben längst auf First-Party-Cookies umgestellt. Das hat mit den Browsern zu tun – immer mehr unterbinden per Voreinstellung ein Cross-Site-Tracking. So erschweren etwa Safari und Firefox das Cross-Site-Tracking über die Standardeinstellungen, indem sie Third-Party-Cookies standardmäßig abwehren. Seit Februar 2020 blockiert auch die neueste Version des Google-Browsers Chrome automatisch Cookies von Drittanbietern. Bislang musste diese Einstellung manuell erfolgen.

Die Folge: Der User kann mithilfe von Third-Party-Cookies nicht mehr zwischen verschiedenen Websites nachverfolgt werden. Dies führt dazu, dass die Werbetreibenden den Erfolg ihrer Werbeanzeigen nicht mehr auswerten und optimieren können. First-Party-Cookies umgehen zudem auch Werbeblocker und kommen immer häufiger zum Einsatz. Im Jahr 2022 ist laut Google allerdings mit Cookies komplett Schluss, denn dann soll die Privacy Sandbox kommen. Wer dann seine User weiterhin verfolgen möchte, muss viel Geld an sogenannte „Walled Gardens" für deren Daten bezahlen. Darunter versteht man geschlossene Plattformen, die vom Hersteller mit Restriktionen versehen sind. Nach dem Log-in bei Google, Facebook oder Apple können die Daten nicht mehr getrackt werden. Das macht Unternehmen noch stärker abhängig von Browsern und Großkonzernen.

Eine Alternative zu Third-Party-Cookies stellt derzeit Local Storage dar, das ähnlich wie ein Third-Party-Cookie funktioniert. Hierbei werden im Speicher des Browsers Informationen abgelegt, die von anderer Seite abgerufen werden können. Die Speicherdauer ist allerdings auf sieben Tage beschränkt. Vermutlich wird sich das Thema Local Storage aber im Jahr 2022 mit Einführung der Privacy Sandbox erledigen, zumal es bereits weitere Einschränkungen geben soll. Grundsätzlich müssen Unternehmen in Zukunft mehr auf das gesteigerte Sicherheitsbedürfnis ihrer Kunden eingehen und auf zukunftsweisende Datenstrategien, Personalisierung und neuartige integrierte Ansätze (zum Beispiel integrierte CDP-CMP) setzen.

Autor Timo von Focht ist Country Manager DACH bei Commanders Act.

FOTO: COMMANDERS ACT

ANZEIGE

DIE ZWEI & DEIN GELD

„Ich arbeite noch mehr als mein Geld“
Klaus Hermann, Versicherungs-Entertainer

„So meistert die Branche die Krise“
Frank Rottenbacher, AfW

„Beruf aus Leidenschaft“
Dirk Reiffenrath, DVAG

Jetzt Anhören!

CASH. PODCAST

WWW.CASH-ONLINE.DE/PODCAST

„ALS ANBIETER VON AKTIV UND PASSIV WACHSEN WIR DEUTLICH“

Christian Pellis ist seit Januar 2021 neuer Chef von Amundi Deutschland. Cash. sprach mit ihm über seine Pläne für 2021, die Trendthemen des Jahres und über die neu aufgesetzte Investmentplattform Amundi Technology.

Herr Pellis, Sie waren bereits einmal im Zuge Ihrer Karriere in Deutschland. Wie war es jetzt nach so langer Zeit die Verantwortung für Amundi Deutschland zu übernehmen?

Pellis: Es ist in der Tat sogar das dritte Mal, dass ich wieder nach Deutschland ziehe. Das erste Mal war vor dreißig Jahren, als ich für zwei Jahre in Berlin gelebt habe, um dann in den Niederlanden mein Studium zu beenden. Das zweite Mal war dann für meine Tätigkeit bei einem britisch-amerikanischen Asset Manager. Und jetzt das dritte Mal, was sich ein bisschen so anfühlt, als würde ich wieder nach Hause kommen. Die Sprache beherrsche ich, besser noch als das Französische. An meiner aktuellen Rolle reizt mich, dass ich als CEO alle Geschäftsbereiche verantworte: die Produktion ebenso wie den Vertrieb über unsere drei Vertriebskanäle, den Client Service sowie alle dazugehörigen Backoffice Einheiten. Angenehm ist auch dass ich nicht mehr permanent unterwegs bin. In meiner vorherigen Rolle bin ich viel gereist und habe dabei viele Amundi Büros weltweit gesehen. Dabei habe ich viel gelernt, über die Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern usw. Aber das Reisen ist jetzt natürlich Corona bedingt kaum mehr möglich und auch nach der Pandemie wird meine alte Rolle wahrscheinlich eine ganz andere sein, als ich sie erlebt habe. Also ich denke, the timing is more or less perfect.

Timing ist ein gutes Stichwort. Lassen Sie uns auf das Geschäft des letzten Jahres blicken, auch wenn Sie dafür noch nicht die Verantwortung tragen. Wie lief das „Corona-Jahr“ für Amundi Deutschland?

Pellis: Weltweit hatten wir 2020 durchaus ein gutes Jahr, auch wenn wir zunächst die technischen Herausforderungen meistern mussten. Die ersten drei Monate liefen wirklich sehr gut. Dann begann die Corona-Zeit, in der wir zunächst die kommunikativen Schwierigkeiten überwinden mussten. Dazu gehörte zum Beispiel auch die Bereitstellung von PCs und Bildschirmen für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, um ihnen das Arbeiten von zu Hause zu ermöglichen. Aber auch das hat schlussendlich geklappt, der Mensch ist schließlich sehr anpassungsfähig. Das Arbeiten von zu Hause heraus funktionierte dann schnell sehr gut und mittlerweile haben wir uns alle daran gewöhnt. Ich denke, auch zukünftig wird die Betreuung der Kunden viel digitaler sein und Homeoffice Tage selbstverständlicher. Wirtschaftlich gesehen hat das Team beachtliches geleistet. Allein in Deutschland hatten wir 2020 14 Milliarden Euro Mittelzuflüsse. Ein sehr guter Einstand für mich, aber damit hängt die Latte natürlich auch sehr hoch. Ich sehe es sportlich, man braucht Herausforderungen, um immer wieder auszuloten, was geht. Mit etwas mehr als 64 Milliarden Euro Assets under Management sind wir ein sehr starker Partner für unsere Kunden in Deutschland und mit der Einbindung ins Unternehmen auch auf der Weltbühne. Verglichen mit anderen ausländischen Spielern im deutschen Markt, sind wir da schon sehr präsent.

Führen Sie es auch auf Corona zurück, dass es so gut gelaufen ist, dass die Deutschen mehr Zeit hatten, sich über die Themen Vermögensanlage und Altersvorsorge Gedanken zu machen?

Pellis: Ob die Zeit so richtig da war, weiß ich gar nicht. Einer unserer Sales-Leute sagte einmal „People are more concerned about the health than the wealth“. Gerade zu Beginn der Pandemie war das für den Einzelnen mit Sicherheit richtig. Die Gesundheit, die Familie, war viel wichtiger als die Frage, ob man einen Euro mehr oder weniger in der Tasche hat. Die Situation hat sich jedoch im Laufe der Pandemie verändert. Speziell der kurze Markteinbruch und die sehr schnelle Recovery haben dazu beigetragen, dass sich auch Privatanleger an den Kapitalmärkten engagiert haben. Dies wurde sicherlich, unterstützt durch die wachsenden Möglichkeiten des Online-Bankings. Das sehe ich auch ganz deutlich am Zuwachs in unserem ETF-Geschäft, das insbesondere die jüngere Generation der Anleger begeistert. Im Radio hat unlängst eine junge Studentin erklärt, warum sie 100 Euro monatlich in einen Sparplan investiert und warum sie dies über einen ETF tut. Das geschah in einer ganz normalen Radiosendung, was vor zehn Jahren wohl nicht möglich gewesen wäre, weil einfach die Beschäftigung mit dem Thema nicht da war.

Nun sind Sie seit dem 1. Januar 2021 Chef von Amundi Deutschland. Wie sehen Ihre Pläne für dieses Jahr aus?

Pellis: Wir werden versuchen, das Niveau von 2020 zu halten. Darüber hinaus machen wir dieses Jahr viel mit ESG. Das ist das Thema des Jahres. Bereits letztes Jahr haben wir in diesem Segment einen Boom gesehen – gefördert durch Corona und durch

„Wir machen 2021 viel mit ESG. Europäischen Asset Managern liegt das Thema am Herzen. Das müssen wir positiv nutzen."

FOTO: SLAVICA

die Marktsituation – der sich in diesem Jahr fortsetzen sollte. War es bis vor einigen Jahren ausschließlich ein Thema für institutionelle Anbieter, rückt es jetzt mit viel Verve in den Fokus der Privaten. ESG ist einer unserer Grundpfeiler seit der Gründung 2010, teilweise aber auch noch weiter zurück. Beispielsweise war bei Amundi Technology, unserer bewährten Investmentplattform, bereits alles einprogrammiert, um Portfolios ESG-konform zu managen. Das bringt uns nach vorne und verschafft uns auch einen Vorsprung gegenüber dem Wettbewerb. Zudem ist Europa auf diesem Gebiet schneller als die USA und auch Asien. Europäischen Asset Managern liegt das Thema ESG sehr am Herzen. Das müssen wir positiv nutzen. Ein weiteres Thema ist natürlich der Shift von aktiv zu passiv, der sich nicht zuletzt wegen des Drucks auf die Margen verstärken wird, verbunden mit der Fragestellung: Wie positionieren wir uns als Amundi Deutschland in dieser neuen Situation und was ist uns dabei wichtig? Aktives Geschäft ist für uns nach wie vor von Bedeutung, aber die Balance wird sich langsam ändern, weil sich – und das ist das Positive – mehr Kunden auf der Retail-Seite für das Investieren interessieren. Damit werden wir wachsen, aber auch der Markt insgesamt.

Stichwort Glaubwürdigkeit. Wie reagieren Vertrieb und Kunden überhaupt auf die Tatsache, dass Amundi sowohl aktiv gemanagte als auch passive Fonds anbietet?

Pellis: In den Gesprächen mit den Kunden geht es nicht darum, ein Produkt zu verkaufen, sondern ein Problem zu besprechen und Lösungen anzubieten. Was der Kunde letztlich auswählt, ist gar nicht so wichtig. Er muss sich damit wohlfühlen. Ob passiv oder aktiv, liegt am Bedürfnis des jeweiligen Kunden. Ich glaube persönlich sehr stark an aktiv, aber das heißt nicht, dass ich keine passiven Fonds habe, denn ich bin überzeugt, dass man einen Mehrwert damit generieren kann. Darüber hinaus gibt es unterschiedliche Zeiten, in denen aktive oder passive Fonds erfolgreicher sind. Das muss man dem Kunden natürlich vermitteln, die Entscheidung selbst, obliegt dann ihm. Als Unternehmen aber nur eine der beiden Varianten im Angebot zu haben, wäre auf jeden Fall nicht marktgerecht.

Noch einmal zurück zur Nachhaltigkeit. Brauchen wir einen Standard, was das Thema ESG angeht, damit es auch für den Vertrieb einfacher wird?

Pellis: Ja, ich würde es begrüßen, wenn wir einen Standard europaweit oder sogar weltweit hätten. Das würde es für einen

„Langfristig wird es einen ESG-Standard geben, der europaweit gilt."

globalen Asset Manager sehr viel leichter machen. Aktuell haben wir aber in Belgien einen anderen Standard als in Deutschland und wiederum einen anderen in Frankreich. Allen kann man nur bedingt gerecht werden und es gibt leider keine große Korrelation, auch wenn wir versuchen, unsere Produkte weitestgehend darauf abzustimmen. Ich denke aber langfristig wird es einen Standard geben, der europaweit gilt. Das ist schon aus dem Grund wichtig, weil wir künftig die Frage an den Kunden richten müssen, ob und in welchem Umfang er ESG-konform investieren möchte. Und wenn man dann Produkte hat, die nach SFDR Artikel 8 oder Artikel 9 klassifiziert sind, dann hat man auch Lösungen für den Kunden. Ich glaube, das ist ein Standard, den es aktuell gibt. Damit kann der Berater gut arbeiten. Aber es ist natürlich wieder ein Extraaufwand für den Berater, um den Kunden das zu erklären.

Das Thema ESG an sich ist alles andere als trivial. Die gesamte Angebotspalette zu durchdringen, um auch haftungssicher zu sein, ist aber für den Berater wohl nahezu unmöglich.

Pellis: Das stimmt, aber ich frage mich, ob es für den Berater wirklich notwendig ist, immer alle Fonds, die es am Markt gibt, zu seiner Verfügung zu haben, um erfolgreich zu sein. Er sollte vielmehr versuchen, sich zu fokussieren. Der Trend in Richtung einer zunehmenden Digitalisierung kann ihm auch hierbei helfen, etwa durch eine Vorauswahl, die auch der Compliance entspricht und durch die er nicht Gefahr läuft, falsch oder unzureichend zu beraten. Auch als Produktgeber können wir hier sicher unterstützend helfen.

Sie erwähnten eingangs schon einmal kurz Amundi Technology. Die Plattform wurde neu aufgesetzt. Was steckt dahinter und welchen Mehrwert können Kunden erwarten?

Pellis: Wir haben den großen Vorteil, dass wir unsere eigene Investmentplattform entwickelt haben, sodass sich Änderungen recht schnell umsetzen lassen. Wir haben so über die letzten Jahre eine leistungsstarke Plattform aufgebaut, die von rund 700 IT-Spezialisten, vorrangig in Paris und Dublin, aber auch in anderen europäischen Ländern, stetig weiterentwickelt wird. Irgendwann kam die Frage auf, ob sich die Plattform auch an Dritte vermarkten lässt. Das haben wir jetzt in die Tat umgesetzt, denn jeder, der Vermögen verwaltet, benötigt eine Investmentplattform. Unsere neue Einheit Amundi Technology zielt darauf ab, Finanzinstitute bei der Bewältigung der wachsenden strukturellen Herausforderungen zu unterstützen und ihren Kunden digitale Lösungen anzubieten. Das Angebot umfasst ALTO Investment Platform, eine modulare Plattform, die die gesamte Wertschöpfungskette der Vermögensverwaltung abdeckt, ALTO Wealth & Distribution Platform, eine modulare Core-to-Digital-Plattform für diskretionäres Portfolio-Management und Beratungslösungen sowie ALTO Employee Savings & Retirement Platform, eine konsolidierte Plattform zur Verwaltung der Altersvorsorge.

Mit all den regulatorischen Anforderungen an den Vertrieb - können reine Produktanbieter Ihrer Meinung nach in Zukunft noch überleben?

Pellis: Wir sehen schon seit Jahren eine Bewegung im Markt hin zu großen, globalen Playern und Nischenanbietern. Für beides wird es meiner Ansicht nach weiterhin Bedarf geben. Die großen Häuser zeichnet es jedoch zusehends aus, dass sie neben den Produkten auch ihr Service-Angebot kontinuierlich ausbauen – so wie wir dies mit Amundi Technology oder unserem neuen Geschäftsbereich Amundi Outsourced Chief Investment Officer getan haben. Letztere ist eine Investment- und Beratungseinheit, die Anlagedienstleistungen für institutionelle Kunden und Family Offices anbietet. Solche Leistungen werden sicherlich zukünftig Differenzierungsmerkmale werden.

Was sind aus ihrer Sicht die größten Herausforderungen in diesem Jahr, das noch immer von Corona geprägt sein wird?

Pellis: Die Herausforderung für den Berater liegt in den hoch bewerteten Aktienmärkten und in der Überwindung der Angstschwelle des Kunden, damit dieser dennoch investiert. Dabei sollte der Kunden verstehen, dass er das Nachsehen hat und seine Vorsorgelücke immer größer wird, je länger er das Geld auf dem Sparbuch stehen lässt. Und wenn Inflation wirklich kommt, hat er ein noch größeres Risiko. Er muss heute anfangen zu investieren. Ich verbinde das immer gern mit der Altersvorsorgeproblematik. Noch arbeiten wir alle, aber wenn wir in Rente gehen, bekommen wir nicht mehr das, was unsere Eltern mal bekommen haben. Und wenn unsere Kinder in Rente gehen, dann wird es für sie noch viel schwieriger sein.

Letzte Frage. Yves Perrier wird Anfang Mai abgelöst durch Valérie Baudson. Welche Veränderungen erwarten Sie?

Pellis: Valérie Baudson ist seit vier Jahren Vorsitzende des Aufsichtsrats von Amundi Deutschland. Sie kennt Amundi. Und ich kenne Valérie, seit ich 2013 zu Amundi gekommen bin. Sie sorgt auch weiterhin für Kontinuität, das hat auch Yves Perrier in seiner Ansprache betont und das ist wichtig für uns. Wir sind und bleiben auf dem richtigen Weg.

Das Gespräch führte Frank O. Milewski, Cash.

FOTO: SLAVICA

Performance
Jan.-Dez. 2020: **46,05%**

UNSER KLIMASCHUTZFONDS TANZT AUS DER REIHE!

Anlageschwerpunkte sind Energieeffizienz, Recycling und Wiederverwertung, neue Werkstoffe, nachhaltige Land- und Forstwirtschaft, nachhaltiger Transport, Erhalt der natürlichen Artenvielfalt, nachhaltige Wassernutzung, Verringerung der Schadstoffbelastung von Luft, Böden und Gewässern.

ÖKOWORLD KLIMA begegnet damit den drei zusammenhängenden Herausforderungen Raubbau (Rohstoffverknappung, Belastung der Ökosysteme), Klima und Wasser. Ausgeschlossen sind Unternehmen, die ohne zukunftsfähige Lösungen zur Vergrößerung der Probleme beitragen.

ECKDATEN ZUM ÖKOWORLD KLIMA

Fondsart	Aktienfonds
Währung	EUR
Anlageregion	weltweit nachhaltige Anlagen
Auflagedatum	27. Juli 2007
KVG | Fondsmanager	ÖKOWORLD LUX S.A.
Fondsvolumen	511,33 Mio. EUR (26. Februar 2021)

Stand: 26. Februar 2021. Investmentfonds unterliegen Wertschwankungen.
Wertentwicklungen aus der Vergangenheit sind keine Garantie für zukünftige Wertentwicklungen.

WERTENTWICKLUNG

YTD	1,49 %
1 Jahr	52,75 %
3 Jahre	78,67 %
5 Jahre	168,04 %
In 2019	37,12 %
In 2020	46,05 %

Nach Abzug sämtlicher Kosten des Fonds.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Petra Ernhardtunter **0 2103 | 28 41-0**.
Weitere Informationen auch unter **www.oekoworldklima.com**

ÖKOWORLD AG, Itterpark 1, 40724 Hilden | Düsseldorf, E-Mail: info@oekoworld.com

ÖKOWORLD KLIMA

FINANZKOMMUNIKATION: ESG UND SOCIAL MEDIA ALS PROBLEMLÖSER

Wenig Unterschiede zur Konkurrenz und häufig fehlende Relevanz: Das sind die größten Probleme in Kommunikation und Außendarstellung vieler Finanzunternehmen – und dessen sind sich die Kommunikationsabteilungen der Unternehmen bewusst. Das zeigt eine internationale Studie der weltweit tätigen PR-Agentur Edelman. 2021 bietet ideale Chancen, sich von der Konkurrenz abzuheben.

Was Anleger-Initiativen jahrzehntelang nicht geschafft haben, hat der Lockdown unbeabsichtigt erreicht: Die Deutschen wenden sich langsam, aber sicher vom Sparbuch ab und investieren stattdessen in Aktien, Fonds und ETFs. Das Ergebnis: In Deutschland gibt es so viele Aktienanleger wie zuletzt vor 20 Jahren. Bereits im vergangenen März und April, als die Corona-Krise und die Angst vor einer weltweiten Rezession zu einem starken Nachgeben der Kurse geführt hatten, trauten sich viele Anleger erstmals an die Aktienmärkte. Im Laufe des Jahres 2020 stieg die Zahl der Aktiensparer um 2,7 Millionen auf insgesamt 12,4 Millionen – ein Anstieg um fast 27 Prozent. Das belegen aktuelle Zahlen des Deutschen Aktieninstituts. Besonders junge Menschen unter 30 hätten den Weg an die Börse gefunden. Hier steigerte sich die Zahl der Anleger um 600.000 im Vergleich zum Vorjahr, was einem Plus von fast 70 Prozent entspricht. Anstatt in Urlaube, Unternehmungen oder Einkäufe floss das Geld vieler Deutscher also in Aktien, Fonds oder ETFs – und der Trend dürfte anhalten.

Bei Finanzdienstleistern müsste Hochstimmung herrschen. Neue Kundengruppen informieren sich über Möglichkeiten, ihr Gespartes fernab vom Sparbuch anzulegen. Doch in den Kom-

FOTOS: EDELMANN, SHUTTERSTOCK.COM

munikationsabteilungen der Finanzunternehmen dominiert eher Ernüchterung: Anstatt die Anlagewilligen mit klaren Botschaften und spannenden Inhalten für sich zu gewinnen, wird zumeist weiterhin fast austauschbarer Content kommuniziert – vieles davon finden die Kommunikatoren selbst nicht interessant. Das ist das Ergebnis einer Edelman-Umfrage unter vierzig unserer internationalen Finanzkunden, darunter einige der weltgrößten Asset Manager, Vermögensverwalter, Banken, Versicherungen und Consumer Finance-Unternehmen. Zwei Drittel der Befragten sind sich der Diskrepanz bewusst, zwischen dem, was ihr Unternehmen kommunizieren will, und dem, was Medien und Kunden interessiert. Egal ob CCO, Head of Communications oder senioriger Kommunikationsverantwortlicher, man ist sich einig: Mehr Differenzierung und Relevanz müssen her. 78 Prozent sehen es gar als ihre größte Herausforderung an, ihr Unternehmen kommunikativ von der Konkurrenz abzuheben, insbesondere im Bereich der Produkte und Dienstleistungen.

Um diese Herausforderung zu bewältigen, bietet das Jahr 2021 jedoch die ideale Gelegenheit, denn ein Thema wird die Branche stärker beherrschen denn je – Nachhaltigkeit und ESG. Das bedeutet für Unternehmen, sich hier nicht nur über ihre Produkte, sondern auch über ihre Kommunikation erfolgreich positionieren zu können und auch zu müssen, um überhaupt aus der Menge der Anbieter hervorzustechen. Denn das Thema Nachhaltigkeit liegt den Deutschen am Herzen: Laut dem Institut für Demoskopie Allensbach machen sich derzeit 53 Prozent der 30-59-Jährigen große Sorgen um die Klimaerwärmung. Und das schlägt sich im Anlageverhalten nieder. Laut BVI entfiel im vergangenen Jahr bereits knapp die Hälfte des Neugeschäftes bei Publikumsfonds auf nachhaltige Produkte. Tendenz steigend. Neben dem Interesse der Anleger sorgt zudem die EU-Offenlegungsverordnung dafür, dass das Thema ESG die Kommunikationsabteilungen beschäftigt. Die Wichtigkeit ist den Kommunikatoren klar: 98 Prozent halten laut der Edelman-Umfrage das Thema ESG für sehr wichtig, 83 Prozent planen folgerichtig auch, in diesem Bereich verstärkt zu kommunizieren.

Dennoch hat die Darstellung ihres Engagements rund um den Klimawandel nur für 15 Prozent der Unternehmen allerhöchste Priorität in der Kommunikation. Corona und die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie laufen der Umwelt bei den meisten PR-Abteilungen den Rang ab. Darzustellen, wie das eigene Unternehmen im Rahmen der wirtschaftlichen Erholung aufgestellt ist, beziehungsweise wie es zu dieser Erholung beiträgt, ist für 45 Prozent der Befragten das Hauptanliegen im laufenden Jahr. 15 Prozent wollen 2021 lieber Produktneuheiten und andere Innovationen pushen, genauso viele Unternehmen setzen vorrangig auf die Ansprache von jungen Menschen. Sie wollen ihre Kommunikation so gestalten, dass sie für jüngere Kundengruppen relevant bleiben und sich trotz disruptiver Entwicklungen und Konkurrenten in ihrer Branche deren Aufmerksamkeit sichern. Zehn Prozent gaben an, ihre Kommunikation auf die Rechtfertigung von hohen Gebühren auch in schwierigen Marktkonditionen fokussieren zu wollen.

Doch damit die PR-Abteilungen ihre Top-Themen 2021 erfolgreich kommunizieren können, müssen sie weg von den uniformen Inhalten, die weder bei Medien noch Kunden ankommen. Allerdings haben fast zwei Drittel der Teilnehmer an der Edelman-Umfrage Probleme damit, intern Inhalte mit Nachrichtenwert zu generieren. Und das verwundert nicht – in nur etwa der Hälfte der Unternehmen sieht das oberste Management die Wichtigkeit, sich selbst in der Öffentlichkeit zu äußern, und ist auch bereit, dafür Zeit einzuplanen. Dabei ist die Rolle des CEO bei der Schaffung von Vertrauen, für die Positionierung und für den Aufbau einer Marke gar nicht zu unterschätzen, wie das Edelman Trust Barometer jedes Jahr wieder aufs Neue belegt. Klar ist: Kommunikation hat intern oft einen zu geringen Stellenwert.

Öffentlichkeitsarbeit ist keine lästige Pflicht, sondern die Kür. Die wichtigste Frage lautet: „Was interessiert die Kunden?

Auf echtes Thought Leadership setzen, CEO-Positionierung und Social Media – das sind die Wege aus der grauen Kommunikationswüste und so sehen das auch 95 Prozent der PR-Verantwortlichen. Um diese Maßnahmen erfolgreich umsetzen zu können, ist vor allem eines nötig: Ein Umdenken in den Unternehmen – nicht nur Engagement und Involviertheit vom obersten Management sind essentiell, sondern auch das Verständnis bei den internen Content-Lieferern aus den Fachabteilungen. Öffentlichkeitsarbeit ist keine lästige Pflichtübung, sondern Kür. Und die wichtigste Frage lautet „Was interessiert die Kunden?“ und nicht „Wozu möchte ich etwas sagen?“.

Zudem sollten Finanzunternehmen das Thema Social Media endlich wirklich annehmen. Ein Alibi-LinkedIn-Account, auf dem Pressemitteilungen veröffentlicht werden, ist keine Social-Media-Strategie. Unternehmen aus dem Consumer-Goods-Bereich mögen es gefühlt leichter haben, aber auch mit komplexeren Themen erreicht man – mit dem richtigen Ansatz – seine Zielgruppen auf Instagram, Twitter und Co.. Auch wenn die Kommunikatoren zu 100 Prozent die traditionellen Medien weiterhin für höchst relevant halten, ist ihnen bewusst, dass längst nicht nur die jungen neuen Anleger hier unterwegs sind und ihr Geld über Handy und App anlegen.

Und zuletzt gilt es, schnell und beherzt zu handeln. Denn wenn der Lockdown endet und geöffnete Grenzen, Geschäfte und Restaurants wieder zum Geld ausgegeben animieren, ist es wichtig, bei den Anlegern bereits im Kopf fest verankert zu sein. Ausreichende Mittel dürften vorhanden sein, um die nötigen Veränderungen und die neue ESG-Kommunikation voranzutreiben. Schließlich durften sich 33 Prozent der befragten Kommunikationsabteilungen in diesem Jahr über eine Erhöhung ihres Budgets freuen.

Autorin Stefanie Henn ist Senior Consultant Financial Services bei Edelman.

ÖKORENTA

Grüne Sachwerte treffen den Nerv der Anleger

Reale Wertschöpfung und messbare Nachhaltigkeit sind für immer mehr Anleger entscheidende Faktoren bei der eigenen Vermögensplanung. Während Sachwerte wie Immobilien als Basisinvestment einen festen Platz in der Gunst der Anleger haben, ziehen inzwischen auch die Erneuerbaren Energien auf breiter Front nach. Geldanlagen in Wind- und Solarenergie sind nachgefragt wie nie. Das bestätigt Jörg Busboom, Experte für Sachwertinvestments und Geschäftsführer der ÖKORENTA-Gruppe, im Gespräch.

Herr Busboom: Die ÖKORENTA gehört mit 22 Jahren Erfahrung, 9.600 Anlegern und einer Viertelmilliarde Euro verwaltetem Anlegerkapital zu den bedeutendsten Anbietern im Sachwertsegment Erneuerbare Energien. Was genau macht den Reiz dieser Anlageform aus und warum erkennen immer mehr Anleger speziell in ÖKORENTA-Portfoliofonds die perfekte Beimischung für ihre Anlagestrategie?

Busboom: Einer der wichtigsten Faktoren ist sicherlich, dass sie nicht mit den klassischen Finanzmärkten korrelieren. Je nervöser diese sind, desto größer ist der Wunsch der Anleger, das eigene Vermögen zu stabilisieren und es von dem „Auf und Ab" der Kurse abzukoppeln. Unsere Portfoliofonds gehören zu solchen schwankungsresistenten Anlageformen, denn die darin gebündelten Energieparks schaffen als produzierende Sachwerte realen Mehrwert und damit für die Anleger regelmäßige, solide Auszahlungen.

Jörg Busboom, Geschäftsführer der ÖKORENTA-Gruppe

Die Erneuerbaren Energien gelten als weltweite Zukunftsbranche. Was bedeutet das für Anleger, die in diesem Bereich investieren?

Busboom: Anleger werden grüne Stromproduzenten und wirken mit an der regenerativen Stromerzeugung, deren Bedeutung in dem Maße zunehmen wird, wie die Digitalisierung, die Elektromobilität und die Nutzung von Strom als neuem Brennstoff voranschreiten. Im Jahr 2020 haben Wind- und Solarenergie bereits fast die Hälfte des Strombedarfs in Deutschland gedeckt und der weitere Ausbau ist politisch und gesellschaftlich gewollt. Wer in Erneuerbare Energien investiert, wird Akteur in einem Schlüsselmarkt mit gigantischen Potenzialen.

Alle reden von Impact Investing und wünschen sich Anlageprodukte, deren ökologische und soziale Wirkung konkret und messbar ist. Wie verhalten sich Sachwertanlagen in Erneuerbare Energien und speziell Ihre Portfoliofonds zu diesem Thema?

Busboom: Erneuerbare Energien gehören ultimativ zu den wichtigsten Instrumenten im Kampf gegen die Erderwärmung. Sie ersparen der Umwelt jährlich viele Tonnen des klimaschädlichen CO2. Eine Beteiligung in Höhe von zum Beispiel 20.000 Euro in ÖKORENTA-Fonds bewirkt, dass jährlich 45 t CO2 eingespart und 19 Dreipersonen-Haushalte mit sauberem Strom versorgt werden.

Kommen wir zu Ihrem aktuellen Fonds. Was bietet er Anlegern?

Busboom: Mit unserem Portfoliofonds ÖKORENTA Erneuerbare Energien 12 können Anleger alle hier genannten Vorzüge nutzen. Ebenso wie die Vorgänger der bewährten Serie investiert er in Wind- und Solarparks an verschiedenen Standorten, im Bereich Solar sogar weltweit. Diese risikogemischte Portfoliostrategie unterstützt die Wertbeständigkeit der Investments und gleicht mögliche Ertragsschwankungen einzelner Parks aus. Kurz gesagt: der Fonds bringt unsere ökorentable Strategie auf den Punkt. Wie immer bei unseren Publikumsfonds ist eine Beteiligung ab 10.000 Euro möglich.

Kontakt: ÖKORENTA, Kornkamp 52, 26605 Aurich, www.oekorenta.de, vertrieb@oekorenta.de

FOTO: ÖKORENTA

ELTIF: Welche Chancen die neue Fondskategorie bietet
WOHNIMMOBILIEN: Wie sich der deutsche Markt entwickelt
DIGITALISIERUNG: Wie Proptechs den Markt aufmischen

Extra Sachwertanlagen
Chancen für Immobilien- und PE-Fonds

Cash.Special

SACHWERTE & IMMOBILIEN 2021

SACHWERTANLAGEN

„Der AIF ist ein gutes Produkt“

Warum Alternative Investment Funds einen besseren Ruf verdienen

Gordon Grundler, Vorstand Primus Valor: „Was den Markt wirklich voranbringen würde, wäre eine bessere Reputation von AIFs.“

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

EIN NEUER MANTEL

Kennen Sie ELTIF? Nein, sollten Sie aber. Eigentlich ist ELTIF schon ein alter Hut und erblickte bereits 2015 per EU-Verordnung das Licht der Welt. Aber es ist wie so häufig im Leben und nicht wenige Musiker können im wahrsten Sinne des Wortes ein Lied davon singen. Da komponieren sie einen Hit und niemand merkt es. Erst Jahre später stürmt der Song die Charts. Ob ELTIFs – die Kurzform für European Long Term Investment Fund – auch zum Chartstürmer wird, bleibt abzuwarten. Fakt ist aber, dass dieses Fondsvehikel erst jetzt an Fahrt gewinnt.

Warum, lässt sich kaum sagen, manche Dinge brauchen eine Weile, bis ihr Nutzen oder ihre Vorteile erkannt werden. Und zumindest qua definitionem ist der Nutzen immens. Nach dem Willen der EU stellen ELTIFs einen Rechtsrahmen für langfristige Investitionen in die Realwirtschaft, speziell in Infrastruktur und Private Equity, aber auch Immobilien, wenn sie keine Spekulationsobjekte darstellen. Schön und gut werden Sie sagen, es gibt bereits offene Fonds mit dem demselben Anlageziel. Das stimmt, aber dort werden ausschließlich börsennotierte Assets gebündelt. ELTIFs dagegen vereinen illiquide Assets aus den genannten Segmenten und werden sehr transparent nach strikten Anlagegrundsätzen gemanagt und kontrolliert, sodass Anleger zumindest von dieser Seite keine zusätzlichen Risiken tragen müssen. Der Vorteil für Emittenten von ELTIFs besteht darin, dass die Fonds – erfüllen sie bestimmte Grundsätze – europaweit vertrieben werden dürfen. Erste Fonds dieser Art sind bereits am Markt, weitere werden wohl folgen, wenn die Vorteile und Funktionsweisen (siehe auch Seite 84) noch größere Produktanbieter- und Anlegerkreise erreichen.

FOTO: FLORIAN SONNTAG

66 STANDPUNKTE Kolumnen von Sebastian Wagner, Hausgold/Talocasa, und Theodor J. Tantzen, Prinz von Preussen Grundbesitz

70 NEWS

72 ESG NEWS

74 MARKTREPORT SACHWERTANLAGEN Trotz Pandemie zeigte sich die Sachwertebranche in 2020 blendend aufgelegt. Immobilien, grüne Energien und Private Equity waren und sind die Gewinner-Segmente. Wie es in diesem Jahr weitergeht

78 INTERVIEW Gordon Grundler, Primus Valor, über den Zustand der Sachwertebranche, das Image des AIF und die Digitalisierungsstrategie

82 NACHHALTIGKEIT Ab diesem Jahr beginnt eine neue Zeitrechnung für Sachwerte. Nichts geht mehr ohne ESG-Fokus. Welcher Anbieter den Megatrend bereits lebt, wer noch Nachholbedarf hat

84 NEUE FONDSKLASSE Mit dem European Long-Term Investment Fund (Eltif) können Anleger bei illiquiden Assetklassen zugreifen. Was der Eltif speziell für die Sachwertebranche bedeutet

86 INTERVIEW Harald Elsperger, xpecto, über die Rolle von Blockchain für die Digitalisierung des Sachwertesegments

100 WOHNIMMOBILIEN Die Lage auf Deutschlands Märkten für Wohnimmobilien wird immer dramatischer. Ein nahezu leergefegtes Angebot an Häusern und Wohnungen sorgt weiter für eine enorme Preisdynamik

108 BAUFINANZIERUNG Die Inflation zieht an. Nähert sich damit der Höhenflug bei der Immobilienfinanzierung seinem Ende?

110 DIGITALISIERUNG Europas Immobilienmärkte wachsen zusammen. Digitale Ökosysteme werden zum Erfolgsfaktor. Doch die Länder sind unterschiedlich weit digitalisiert

114 FERIENIMMOBILIEN Die Coronapandemie kann Investments in Ferienhäuser und -wohnungen nicht gefährden. Im Gegenteil

118 IMMOBILIENBEWERTUNG Wie Künstliche Intelligenz und Smart Data die Due Diligence von Objekten beflügeln

120 PRIMA KLIMA Wie viel Ökologie die Immobilienbranche verträgt und was von Investoren nachgefragt wird

122 IMMOBILIENVERRENTUNG Mehr finanzielle Freiheit und Flexibilität im Alter

123 ZWANGSVERSTEIGERUNG Welche Maßnahmen schnell das Schlimmste verhindern

124 ZWANGSVERKAUF Wie sich Mieter verhalten sollten, wenn der Vermieter die Wohnung verkaufen will

78 Interview Primus Valor: Vorstand Gordon Grundler über seine Erwartungen für den Sachwerte-Markt 2021

EXTRA SACHWERTANLAGEN
Immobilien und Private Equity versprechen Anlegern satte Renditen
ab **SEITE 87**

114 Ferienimmobilien: Trotz Corona sind die klassischen Ferienziele im Top-Segment bei Investoren immer beliebter.

FOTOS: TANJA UND PATRICK HAMMEL GBR, SHUTTERSTOCK.COM

KOLUMNE

Sebastian Wagner
ist Geschäftsführer von
Hausgold talocasa GmbH, Hamburg

Stark unter Druck

Spätestens seit Corona heißt es für die gesamte Maklerbranche, ihre Strategie neu zu überdenken. Fokus liegt dabei auf der kompletten Digitalisierung der Arbeitsprozesse in Kombination mit dem weiterhin persönlichen Kontakt zu den Kunden. Nicht immer ein einfaches Unterfangen. Das hier noch Spielraum ist, belegt eine aktuelle Maklerumfrage, die wir durchgeführt haben. Dabei wurde deutlich, dass die Digitalisierung die Immobilienbranche bis dato noch nicht komplett durchdrungen hat. Auch wenn durch den zusätzlichen Antrieb von Corona und die sich verändernden Ansprüche der Kunden schon viele Bereiche digital geworden sind: Online-Besichtigungen, die Möglichkeit einer ersten Online-Immobilienbewertung oder das Inserieren und Einstellen von Online-Exposés inklusive Videos sind zur Normalität geworden. Doch hinter diesen einzelnen Bereichen stecken oft noch keine automatisierten Prozesse. Über 80 Prozent der befragten Makler gaben bei unserer Umfrage an, dass die Digitalisierung ihren Arbeitsalltag zwar stark beeinflusst und sie sich einfachere, transparente und digitale Prozesse wünschen, vor allem in der Verkaufsabwicklung. Doch standardisierte Verfahren haben insbesondere kleinere Maklerbüros noch lange nicht etabliert. Gerade mal drei Prozent gaben an, dass sie digital schon gut aufgestellt sind oder zumindest Teilbereiche digitalisiert haben. Herausforderung sei für knapp 90 Prozent der befragten Makler zusätzlich, dass die Immobilienverkäufer neben Kompetenz immer noch am meisten Wert auf Sympathie zum Makler legen. Diese beiden Punkte mit der Digitalisierung zu vereinen, sei nur schwer umsetzbar.

Doch dass die Makler etwas tun müssen, ist spätestens seit Corona klar: Über 75 Prozent der befragten Immobilienmakler gaben an, dass sich ihre Arbeit durch die Pandemie verändert hat. Aufgefallen ist insbesondere, das der Verkaufsprozess einer Immobilie insgesamt länger dauert. Das gaben über 60 Prozent der befragten Makler an. Und auch das Verhalten der Verkäufer unterliegt dem digitalen Wandel: Verkäufer suchen nicht mehr offline in der Zeitung nach einem Makler sondern hauptsächlich online. Wenn ein Makler dementsprechend online nicht gut aufgestellt ist, hat er das Nachsehen. Und die Konkurrenz schläft nicht: In den letzten zehn Jahren wurde ein Anstieg der Makler um 80 Prozent verzeichnet. Gleichzeitig haben sich im Zuge von Corona weitere digitale Angebote entwickelt. Makler sehen sich dadurch also zusehends mehr unter Druck. Hinzu kommt, dass sich auch die Bedürfnisse der Verkäufer verändert haben: Sie wünschen sich mehr Transparenz, einfache und schlanke Prozesse sowie eine schnelle, direkte Kommunikation. Wünsche, die Makler oft nicht erfüllen können, weil sie entweder das Geld für erforderliche Investitionen nicht haben oder ihnen das nötige Wissen dafür fehlt. Helfen können dann Onlineplattformen wie Hausgold. Wir haben uns auf die Bedürfnisse der Verkäufer eingestellt und sorgen dafür, dass der gesamte Verkaufsprozess digital und transparent wird und die Makler dank effizienter Tools Zeit haben, sich um ihre Kunden persönlich zu kümmern, um sie auf dem sehr emotionalen Weg „Hausverkauf“ zu begleiten. Das gelingt dank unseres jahrelang entwickelten Algorithmus und unserer Datenbank mit mehreren tausend Partnern. So helfen wir Verkäufern, den passenden regionalen Makler zu finden - und umgekehrt: Dem Makler werden bei uns Objekte angeboten, mit denen er sich auskennt. Entscheidende Parameter sind da zum Beispiel bisheriger Verkaufserfolg, Erfahrung mit ähnlichen Immobilien, Vertrautheit mit der lokalen Umgebung oder Kundenreferenzen. Das hilft natürlich auch dem Verkäufer. So erzielen beide Seiten das beste Ergebnis in Sachen Immobilienverkauf.

Unser Tool kümmert sich neben einer perfekten Neukunden-Akquise auch um das Kunden-Management. Das und die hohe Transparenz der digitalen Prozesse und Automatisierungen vereinfachen dem Makler die Arbeit. Wir unterstützen Makler also dabei, digital(er) zu werden und Arbeitsprozesse zu vereinfachen. Das hier ein großer Bedarf ist, zeigen auch unsere Zahlen: Der Zulauf an Maklern, die sich unserem Netzwerk anschließen wollen, steigt sukzessive nach oben. Aktuell erhalten wir viele Anfragen und können monatlich über 200 neue Makler in unser Netzwerk aufnehmen und etablieren. Davon profitieren wiederum die Verkäufer. Zusätzlich haben wir ein Makler-Gremium initiiert, damit sich Makler und das Hausgold Management regelmäßig austauschen können. Dadurch werden die Berührungsängste seitens der Makler, die noch vor einiger Zeit herrschte, endgültig passé sein.

Kaufimmobilien: Deutsche wollen mehr Platz

Die Nachfrage nach Eigentumswohnungen und Häusern zum Kauf ist im Vergleich zum Vorjahr um ein Drittel gestiegen.

Entgegen landläufiger Vermutungen hat die Corona-Pandemie den Markt für Wohnimmobilien bisher nicht einbrechen lassen. Ganz im Gegenteil: Corona und die allgemeine Marktlage haben zu einem verstärkten Nachfrageschub nach Wohnimmobilien zum Kauf geführt. Im Februar 2021 gingen auf Immoscout24 33 Prozent mehr Kontaktanfragen für Häuser zum Kauf ein als im Vorjahr. Für Eigentumswohnungen stieg die Nachfrage um 34 Prozent. Vor allem Eigentumswohnungen, die ausreichend Platz für Homeoffice und Homeschooling bieten, haben im vergangenen Jahr an Attraktivität gewonnen. Im Januar 2021 gingen 133 Prozent mehr Kontaktanfragen für Eigentumswohnungen über 150 Quadratmetern ein als im Vorjahreszeitraum. Im Februar 2021 lag der Wert bei 129 Prozent, im Dezember 2020 bei 65 Prozent.

Der neue Healthcare-Immobilienfonds **»Verifort Capital HC1«** ist in Platzierung!

»Investieren Sie mit uns in Zukunftsmärkte.«

Das Emissionshaus Verifort Capital hat seinen neuen Immobilienfonds (AIF) für Privatanleger im Bereich Healthcare platziert.

Mit unserem neuen Fonds »Verifort Capital HC1« bieten wir Anlegern die Möglichkeit, sich am Zukunftsmarkt von Immobilien im Pflegebereich zu beteiligen. Aufgrund der demografischen Entwicklung richten wir bewusst den Blick auf diesen stark wachsenden Zukunftsmarkt und investieren in Immobilien aus den Bereichen stationäre Pflegeheime, betreutes Wohnen sowie Tages- und ambulante Pflege in Deutschland. Als Beteiligungs- und Immobilienunternehmen stehen wir mit unserem Investmentansatz für Verlässlichkeit, Transparenz und Werthaltigkeit.

Die wichtigsten Fakten zum Fonds

- Mindestbeteiligung 5.000 € zzgl. Ausgabeaufschlag von 5 %
- Vierteljährliche Ausschüttung in Höhe von 4,75 % p. a. vor Steuern (Prognose)
- Wir, die Verifort Capital, investieren selbst einen Betrag von 1,6 Mio. €

Erfahren Sie mehr über unsere neuesten Aktivitäten auf LinkedIn und Xing oder besuchen Sie uns auf:

www.verifort-capital.de

Verifort Capital

KOLUMNE

Theodor J. Tantzen
ist Vorstand der Prinz von Preussen Grundbesitz AG.

Fakten statt Spekulationen

Wirtschaftlich angespannte Zeiten wie jetzt scheinen der ideale Nährboden für Pessimisten und Panikmacher zu sein. Als wären die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie nicht schon groß genug, wird jetzt mal wieder das abrupte Ende des Immobilienbooms verkündet. Über eine in Bälde platzende Immobilienblase wird in namhaften Medien ausführlich räsoniert. Sind schlechte Nachrichten wirklich immer gute Nachrichten? Wohl kaum, noch dazu, wenn solche Nachrichten lediglich Spekulationen darstellen.

Gibt es denn aktuell eine Immobilienblase in der Bundesrepublik? Hier kann man nur mit einem klaren Nein antworten. Die Corona-Pandemie hat vielmehr gezeigt, wie stabil die Branche ist, weil Immobilien in jeder wirtschaftlichen Krise die wertstabilste Anlage darstellen. Wer in Immobilien investiert, sichert nicht nur sein Geld vor einem Wertverfall, sondern betreibt vielmehr einen lukrativen Vermögensaufbau.

Der deutsche Immobilienboom ist auch in der Corona-Pandemie nicht zu bremsen. Unverändert steigen vor allem in und rund um die deutschen Metropolen die Häuserpreise deutlich an. Wer bevorzugt von preislichen Überhitzungen spricht, verkennt dabei oft und gerne die wahren Gründe der steigenden Immobilienpreise und spricht lieber nur von Anzeichen. Aber auch das sind eher reine Spekulationen.

Als wahrer Preistreiber ist zuallererst der große Mangel an verfügbaren Wohnungen und Bauflächen in den Städten zu nennen. Mittlerweile werden Bauflächen in Städten fast nur noch im Bieterverfahren verkauft. Aber auch jährlich steigende Löhne, die höheren Materialkosten sowie die wachsenden Nebenkosten für den Immobilienerwerb tragen ihren Teil zum Preisanstieg bei. Zu guter Letzt werden durch die nachvollziehbaren Preissteigerungen der Immobilien auch die höhere Architektenhonorare fällig. Fazit: Wir haben keine spekulative Überhitzung der Immobilienpreise, sondern vielmehr einen Preisanstieg, der das Ergebnis der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklungen ist.

Gegen eine drohende Immobilienblase sprechen vor allem die unverändert soliden Finanzierungen der Immobilien. Denn: Niemand erhält bei deutschen Banken so locker seinen Baukredit, wie es etwa in Amerika vor dem Jahr 2008 möglich war. Zudem sind die deutschen Privathaushalte nicht überschuldet, so dass die Banken auch nicht mit Kreditausfällen im großen Stil rechnen müssen.

Verbraucher haben ferner in der Corona-Pandemie weniger in ihren Konsum investiert, sondern viel mehr Geld als sonst auf die hohe Kante gelegt. Das vergrößert naturgemäß wieder den verfügbaren Spielraum für einen Immobilienkauf und senkt die Zinsbelastung. Die aktuellen Bauzinsen sind unverändert niedrig.

Dass am Ende die Immobilien in Metropolen und in deren Speckgürteln teurer werden und sich die Preisentwicklung von dem Anstieg der Löhne und Mieten abkoppelt, ist nicht zwingend ein Beleg dafür, dass nun angeblich in Kürze eine Immobilienblase platzt. Die Dynamik des Marktes wird schlicht von dem zu geringen Wohnangebot und der großen Nachfrage bestimmt. Leerstände bei Wohnimmobilien oder vor ihrem Eigentumserwerb zurückschreckende Bürger – das ist nicht wirklich zu beobachten.

Lassen wir uns also nicht ständig durch Ängste lähmen, die die Medien mit immer wieder neu prognostizierten Katastrophenszenarien schüren. Es ist seröser, mit Fakten zu argumentieren: Es gibt leider in den deutschen Ballungsgebieten zu wenig bezahlbaren Wohnraum. Das zu ändern, ist eine große, verpflichtende und längst noch nicht erfüllte Aufgabe der Politik, auf Ebene des Bundes, der Länder und der Städte. Klar ist, solange kein Überangebot an Wohnraum besteht, werden sich die Preise der Immobilien nicht entspannen.

Immer mehr potenzielle Käufer weichen auf das Umland aus, um dort ihren Traum von Wohneigentum zu verwirklichen

Es ist natürlich kein Wunder, dass deshalb immer mehr Käufer in das Umland der Metropolen ausweichen, um wenigstens dort ihren Traum vom Wohneigentum zu realisieren. Natürlich ist man auch auf dem Land nicht vor Preissteigerungen gefeit, allein schon wegen der unverändert hohen Nachfrage. So entstehen seit Jahrzehnten die höheren Durchschnittspreise der Immobilien in der Zukunft. Eigentum zu Schnäppchenpreisen darf in unserer gegenwärtigen Situation auf dem Immobilienmarkt niemand erwarten.

Die Entwicklung zeigt vielmehr, wie beliebt Eigenheime hierzulande sind und wie wenig Wirksames unsere Politiker in der Wohnungspolitik unternehmen, um die vorhandene Nachfrage zu stillen und den seit Jahrzehnten vorhandenen Wohnraummangel effektiv zu beseitigen. Eigenheime sind und bleiben ein großes Grundbedürfnis des Menschen. Corona hat den hohen Wert der eigenen vier Wände deutlich vor Augen geführt.

Auch wenn es aktuell schwerer denn je ist, bezahlbaren Wohnraum in der gewünschten Lage zu finden, ist es dank der Niedrigzinsen unverändert leicht, den Traum von den eigenen vier Wänden zu realisieren. Packen wir es jetzt an, investieren wir in wertstabile und sogar lukrative Sachwerte – lassen wir uns nicht von spekulativen Berichten über drohende Immobilienblasen Angst machen.

Und: Was wäre denn, wenn tatsächlich eine Immobilienblase platzen würde? Die wenigsten müssen Angst haben – Käufer würden wohl zurückschrecken und „überteuerte“ Immobilien vorerst nicht kaufen. Immobilienbesitzer, die ihr Wohneigentum bereits abgezahlt haben und keinen Hausverkauf planen, wären die Gewinner. Sie können die Krise schlicht aussitzen bzw. „auswohnen“. Nur wer tatsächlich verkauft oder verkaufen muss, würde einen Wertverlust seiner Immobilie spüren.

VERIFORT CAPITAL

Zukunftsmarkt Pflegeimmobilien: Investitionen mit Wirkung

Der wachsende Anteil älterer Menschen in Deutschland und der damit einhergehende steigende Bedarf an geeigneten Pflegeplätzen stellt eine langfristige Herausforderung für unsere Gesellschaft dar. Die Zahlen sprechen hierzu eine klare Sprache: Bis 2030 dürfte sich die Zahl pflegebedürftiger Menschen hierzulande um rund 700.000 auf über vier Millionen erhöhen, bis 2050 sogar auf mehr als fünf Millionen. Aktuell existieren in Deutschland rund 13.600 Pflegeheime, mit etwa 930.000 Pflegeplätzen, deren Auslastung im Jahr 2017 bereits bei über 90 Prozent lag – bei steigender Tendenz könnten bis 2030 rund 300.000 Pflegeplätze fehlen.

Langfristige Investition in Healthcare-Immobilien

Diese weiterwachsende dauerhafte Nachfrage nach Healthcare-Immobilien bietet sehr gute Möglichkeiten für langfristige Investitionen. Denn der demografische Wandel wird sich weiter fortsetzen – und dies im Gegensatz zu Wohn- oder Gewerbeimmobilien ganz oder zumindest zu sehr großen Teilen konjunkturunabhängig. Dies hat sich zuletzt in den Zeiten der Corona-Pandemie erst wieder deutlich gezeigt.

„Anleger können bereits mit kleinen Beträgen am professionellen Immobilienmarkt teilhaben“
Rauno Gierig, CSO bei Verifort Capital

FOTO: FRANK LUGER WWW.ART-PHOTOGRAPHY.DE

Mit dem ‚Verifort Capital HC1‘, dem ersten Fonds einer neuen Serie an Alternativen Investmentfonds, die gezielt deutschlandweit in Pflege- und Healthcare-Immobilien investieren, ermöglicht Verifort Capital Anlegern, sich an der Entwicklung dieses Zukunftsmarkts zu beteiligen. Mit einer Mindestbeteiligung von 5.000 Euro richtet sich der Publikums-AIF gezielt an Privatanleger, die bereit sind, Geld langfristig zu investieren.

Bei der Objektauswahl kann Verifort Capital in der Unternehmensführung auf seine eigene langjährige Erfahrung im Pflegeimmobilienbereich zurückgreifen. So hat der CEO Frank M. Huber in der Vergangenheit selbst als Geschäftsführer eine Pflegeeinrichtung geleitet. Der Beiratsvorsitzende Mario Liebermann bringt fast 14 Jahre Erfahrung im Bereich der Sozialimmobilien mit und hat bereits mehrere Pflegeheimfonds verantwortet. Für den Fonds infrage kommende Einrichtungen müssen den Bewohnern unter anderem einen hohen und modernen Lebensstandard bieten können, gleichzeitig prüft Verifort Capital die jeweiligen Betreiber sehr genau hinsichtlich ihrer Erfahrung und bisherigen Arbeit.

Mit einer Pflegereinrichtung im niedersächsischen Dörpen wurde im Januar 2021 das erste Objekt in den AIF integriert und hat mit seinen laufenden Erträgen bereits für eine Vorabausschüttung an die bisherigen Anleger gesorgt. Weitere geeignete Fondsobjekte hat Verifort Capital bereits in der Endphase der Prüfung, so dass der Fonds möglichst bald um weitere Immobilien erweitert wird.

Verifort Capital ist der bisher einzige Asset-Manager mit ISO 9001-Zertifizierung und auf die Bewirtschaftung sowie den Handel von Healthcare- und Gewerbeimmobilien spezialisiert. Das Unternehmen erreichte 2019 und 2020 ein Transaktionsvolumen von 350 Mio. € und verwaltet aktuell etwa 680 Mio. € Assets under Management. Verifort Capital ist Verbandsmitglied in AfW und ZIA sowie in der Nachhaltigkeitsinitiative ECORE.

Highlights des Verifort Capital HC1

- Investition in Sozialimmobilien im Bereich Healthcare
- Erste Immobilie ist eingebunden, weitere in der Endphase der Prüfung
- Vierteljährliche Ausschüttungen
- Prognostizierte Auszahlungen: 4,75 % p. a. bis 2031
- Prognostizierte Gesamtausschüttung: 149,9 %
- Geplante Laufzeit: 11 Jahre Laufzeit bis zum 31.12.2031
- Mindestbeteiligung: 5.000 €

Kontakt: Verifort Capital Group GmbH, Konrad-Adenauer-Str. 15, 72072 Tübingen, Telefon +49 7071 3665 100, Telefax +49 7071 3665 77, info@verifort-capital.de, www.verifort-capital.de

Zuversicht bei Private Equity Experten

Die Private-Equity-Branche blickt optimistisch auf das Jahr 2021: Die große Mehrheit der Fachleute (82 Prozent) erwartet einen Anstieg der M&A-Transaktionen mit Beteiligung von Private Equity (PE) im Vergleich zum Vorjahr.

Das zeigt der neue „European Private Equity Outlook 2021“, für den das Beratungsunternehmen Roland Berger europaweit rund 2.500 PE-Experten befragt hat. Von den Befragten schätzen 37 Prozent, dass sich die Steigerungsrate sogar im zweistelligen Bereich bewegen wird. M&A steht für „Mergers & Acquisitions“, also Fusionen und Übernahmen.

Christof Huth, Partner bei Roland Berger: „Mit Blick auf die gesamtwirtschaftliche Lage herrscht bei den PE-Experten Optimismus vor – 85 Prozent erwarten eine positive ökonomische Entwicklung für 2021. Knapp drei Viertel unserer Befragten gehen dabei von einer U- oder W-förmigen Erholung der Wirtschaft aus.“

Roland Berger hat rund 2.500 PE-Experten befragt.

Getrieben von der wirtschaftlichen Entwicklung dürfte der europäische PE-Markt in diesem Jahr wieder wachsen – angeführt von Deutschland mit einem prognostizierten Plus von rund fünf Prozent gegenüber 2020. Dahinter folgen Skandinavien und die Benelux-Staaten: In diesen Ländern wird eine Steigerung der M&A-Transaktionen mit PE-Beteiligung um jeweils etwa drei Prozent erwartet. Hinsichtlich Großbritannien sind die PE-Experten pessimistischer. Für den Inselstaat wird nur ein Wachstum von einem Prozent veranschlagt.

Technologie, Medien & Software (89 Prozent), Pharma & Gesundheit (83 Prozent) sowie unternehmensbezogene Dienstleistungen & Logistik (71 Prozent) sind demnach weiterhin die beliebtesten Zielbranchen.

Hinsichtlich der Unternehmensbewertungen gehen 82 Prozent der PE-Experten von hohen bis zu hohen Bewertungen aus. Größtenteils herrscht zudem die Annahme vor, dass die Bewertungs-Multiples 2021 auf hohem Niveau stabil bleiben oder sogar leicht steigen werden.

Edler Wein digital verpackt

Die Crowdinvesting-Plattform Finexity AG hat erstmals ein Projekt der Asset-Klasse „Wein“ als digitales Investment platziert, also über sogenannte „Security Token“ auf Basis der Blockchain-Technologie. Nach Angaben von Finexity handelt es sich um „Europas erstes digitales Fine Wine Investment“. Auf dem Fine Wine Markt werden die erlesensten und hochwertigsten Weine der Welt gehandelt, erklärt das Unternehmen. Die Emission wurde bereits in der Frühzeichnungsphase für treue Bestandskunden deutlich überfinanziert und die Zeichnung damit vor dem öffentlichen Vertriebsstart abgeschlossen, so die Mitteilung von Finexity. Das platzierte „Assortment Case“ des Weinguts Domaine de la Romanée-Conti aus dem Jahr 2016 beinhaltet einen Romanée-Conti Grand Cru (2016), drei Romanée-Conti La Tâche (2016) sowie drei Romanée-Saint-Vivant (2016). Die nächste Möglichkeit zur Beteiligung an einem Fine Wine Investment kündigte Finexity für April an.

Neuer Akteur am Fondsmarkt

Die Silberlake Real Estate Group legt mit dem „Silberlake Wohnen Fonds 20“ ihren ersten alternativen Investmentfonds (AIF) auf. Der Publikumsfonds investiert in deutsche Wohnimmobilien mit Entwicklungspotenzial. Dabei liegt der Fokus auf Objekten in guten und mittleren Lagen der Rhein-Ruhr-Region und in den Großräumen Köln sowie Düsseldorf.

„Wir investieren bereits seit mehr als zehn Jahren in Wohnimmobilien mit Fokus auf Westdeutschland. Vor allem Standorte in der Rhein-Ruhr-Region werden vielfach unterschätzt. In diesen Märkten verfügen wir über eine besondere Expertise“, erklärt John Bothe, geschäftsführender Gesellschafter der Silberlake Real Estate Group. „Darüber hinaus investieren wir an etablierten Standorten in der Nähe von Köln und Düsseldorf.“

Der Fonds hat ein geplantes Volumen von 35 Millionen Euro, davon 15 Millionen Euro Eigenkapital. Er strebt eine jährliche Auszahlung von 3,0 bis 5,0 Prozent ab Vollinvestition an. Die prognostizierten Gesamtmittelrückflüsse liegen bei 181,4 Prozent des Kommanditkapitals bei einer Laufzeit bis Ende 2032. Mindestanlage sind 10.000 Euro.

Kapitalverwaltungsgesellschaft ist die HTB Hanseatische Fondshaus GmbH, als Verwahrstelle wurde die BLS Verwahrstelle GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft bestimmt. Als Treuhänderin fungiert die Deutsche Fondstreuhand GmbH.

FOTOS: ROLAND BERGER/JANN AVERWERSER, FINEXITY AG

Die Preisdynamik am Immobilienstandort Dresden bleibt dynamisch.

Preisanalyse: So teuer sind Dresden und das Umland

Die Preisdynamik für Neubauwohnungen in Dresden und Umland ist ungebrochen hoch, die Kaufpreise für Neubauhäuser steigen indes weniger stark. Welche Entwicklung zu erwarten ist

Auch im Corona-Jahr 2020 stiegen die Kaufpreise für neugebaute Eigentumswohnungen in Dresden ungebremst weiter. Immoscout24 verzeichnete vom vierten Quartal 2020 gegenüber dem vierten Quartal 2019 einen Anstieg der Angebotskaufpreise für Neubauwohnungen um 8,3 Prozent. In der Stadt an der Elbe verlangten Anbieter im vierten Quartal 2020 für eine Neubauwohnung mit 80 Quadratmetern im Durchschnitt rund 300.000 Euro. Bundesweit ist Dresden neben Bremen und Leipzig damit als eine der preiswerteren Großstädte.

„Es gab bei vielen Marktbeobachterinnen und Marktbeobachter die Erwartung, dass die Preissteigerungen von Immobilien mit der Corona-Krise ein Ende finden. Doch gerade bei Neubau-Eigentumswohnungen ist das Gegenteil der Fall. Die fortgesetzten Preissteigerungen sind ein Indiz für die nach wie vor hohe Nachfrage und belegen, dass die Märkte noch nicht ausgereizt sind. Denn ob als Anlageobjekt oder zur Selbstnutzung: Sein Geld in Betongold zu investieren, ist für viele Menschen gerade auch in unsicheren Zeiten sehr attraktiv“, erläutert Kristian Kehlert, Marktanalyst bei Immoscout24.

In Schönfeld/Schulwitz stiegen die Preise für neugebaute Eigentumswohnungen am stärksten. 11,2 Prozent mehr verlangten die Anbieter im vierten Quartal 2020 gegenüber dem Vorjahr. In Friedrichstadt verteuerten sich die Neubau-Eigentumswohnungen um 10 Prozent. Auch in Leuben legten die Verkäufer 9,9 Prozent auf den Angebotspreis drauf. Lockwitz verzeichnete mit 3,9 Prozent die schwächste Preissteigerung im vorangegangenen Jahr. Gemessen an den durchschnittlichen Kaufpreisen ist Coschütz/Gittersee im vierten Quartal 2020 der günstigste Stadtteil. Eine Neubauwohnung mit 80 Quadratmetern wird hier im Mittel für rund 240.000 Euro angeboten. Auch Lockwitz und Hellerau/Wilschdorf mit durchschnittlichen Preisen knapp unter 250.000 Euro können als erschwingliche Stadtteile gelten.

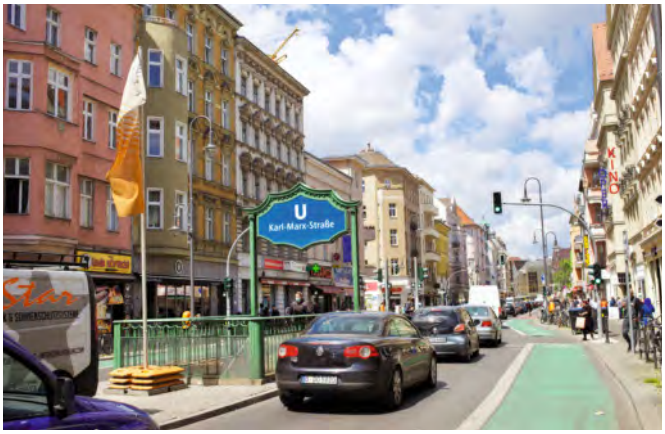
In Weixdorf, 15 Kilometer nördlich von Dresden-Zentrum, verlangten Anbieter die höchsten Preise. Durchschnittlich 460.000 Euro soll hier eine Neubauwohnung mit drei Zimmern kosten – Berliner Niveau. In der inneren Neustadt, in Blasewitz und in Schönfeld/Schullwitz riefen Anbieter:innen Preise zwischen 370.000 und 380.000 Euro auf.

Bei den Neubauhäusern flachte die Preisdynamik im vierten Quartal 2020 im Vergleich zum vierten Quartal 2019 ab. Insgesamt lagen die Steigerungsraten im Umland von Dresden mit einer Differenz von 3,7 Prozentpunkten dicht beieinander. Mittelsachsen verzeichnete mit 1,8 Prozent die höchste Preissteigerung. In Dresden selbst boten Verkäufer ihre Neubauhäuser sogar um 1,9 Prozent günstiger an als im Vorjahr.

Gericht bestätigt Mietendeckel

Für Berliner Mieterinnen und Mieter bleibt die Rechtslage zum Mietendeckel intransparent, trotz Gerichtsbeschluss.

Nach einem Beschluss des Verwaltungsgerichts dürfen Bezirksämter auf Grundlage des Gesetzes Mieterhöhungen untersagen. Das Gesetz sei nicht offenkundig verfassungswidrig und dürfe deshalb angewandt werden, teilte das Gericht mit. Dagegen hält das Landgericht das Gesetz formell für verfassungswidrig. Das letzte Wort wird daher das Bundesverfassungsgericht haben. Seine Entscheidung wird in den nächsten Monaten erwartet. Im Kern geht es um die Frage, ob Berlin ein solches Gesetz auf Landesebene erlassen und damit die Vorschriften des bürgerlichen Rechts vorübergehend überlagern darf. Im konkreten Fall hatte das Bezirksamt Pankow eine Mieterhöhung durch ein Wohnungsunternehmen gestoppt. Gegen den Beschluss ist Beschwerde beim Oberverwaltungsgericht Berlin-Brandenburg möglich. Seit Februar 2020 sind die Mieten in Berlin für 1,5 Millionen Wohnungen auf dem Stand vom Juni 2019 eingefroren. Ab 2023 dürfen sie höchstens um 1,3 Prozent jährlich steigen.



Berlin: Der juristische Streit um den Mietendeckel geht in die nächste Runde.

FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM

Hep bringt ersten Nachhaltigkeitsreport

Christian Hamann, Hep, sieht für das Unternehmen große Verantwortung beim Thema Nachhaltigkeit.

Das baden-württembergische Solarunternehmen Hep hat seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Darin gibt das Unternehmen erstmals einen Überblick über seine nachhaltigkeitsbezogenen Aktivitäten sowie ergriffene und angestrebte Maßnahmen. Der Bericht ist nach der Unterzeichnung der Prinzipien des verantwortlichen Investierens der Vereinten Nationen (UN PRI) und dem Beitritt in das Forum des Verantwortlichen Investierens (FNG) im Jahr 2020 ein wichtiger Meilenstein für das weltweit aktive Solar- und Investmentunternehmen, teilt Hep mit.

Das Geschäftsmodell des Unternehmens ist auf das globale Nachhaltigkeitsziel „Ausbau der erneuerbaren Energien und Reduktion der Treibhausgasemissionen“ ausgerichtet. Allein im Jahr 2020 haben Hep Solarparks den Angaben zufolge weltweit rund 42,2 Megawattstunden Solarstrom produziert. Dadurch konnten über 31,8 Kilotonnen CO2 -Emissionen vermieden werden, welche ansonsten durch fossile Stromproduktion entstanden wären.

Mit dem Nachhaltigkeitsbericht gibt Hep erstmals einen Überblick über seine nachhaltigkeitsbezogenen Aktivitäten. Das Unternehmen berichtet darin über ergriffene und angestrebte Maßnahmen, mit denen Materialverbräuche effizienter und ressourcenschonender gestaltet werden können. Ebenso thematisiert der Bericht Aspekte der guten Unternehmensführung (Governance) und im gesellschaftlichen Bereich. „Uns ist bewusst, dass wir als Unternehmen eine große Verantwortung tragen – gegenüber unseren Anlegern, unseren Mitarbeitern, aber auch gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt als Ganzes. Wir sind überzeugt, nur wenn unternehmerisches Handeln im Einklang mit Gesellschaft und Umwelt stattfindet, gelingt es uns, die Zukunft erfolgreich und nachhaltig mitzugestalten. Diese Verantwortung nehmen wir sehr ernst“, sagt Christian Hamann, einer der Gründer von Hep.

Recycling-Reform: Wird Bauen jetzt richtig teuer?

Wer heute bauen will, muss immer tiefer in die Tasche greifen: Gerade im städtischen Umfeld steigen die Grundstückspreise seit Jahren an. Hinzu kommen höhere Material- und Lohnkosten sowie behördliche Anforderungen. Droht mit der geplanten Recycling-Reform der nächste Preisschub? In den letzten Jahren sind die Entsorgungskosten von Bauabfällen deutlich angestiegen. Nach Angaben des Zentralverbands des Deutschen Baugewerbes (ZDB) kostet die Entsorgung des Erdaushubs für ein herkömmliches Einfamilienhaus mit Keller mittlerweile zwischen 30.600 und 52.700 Euro. Preistreiber sieht der Verband vor allem im knappen Deponieraum und den damit verbundenen langen Transportwegen. Nicht selten liegt der Entsorgungsort mehr als 50 Kilometer von der Baustelle entfernt. Diese Situation könnte sich in Zukunft sogar noch verschärfen. Grund dafür ist die neue Mantelverordnung für Ersatzbaustoffe und Bodenschutz, mit der – nach 15 Jahren harter Verhandlungen – nun bundesweit einheitliche Regelungen für die umweltgerechte Verwertung mineralischer Abfälle eingeführt werden sollen.

Die umweltgerechte Entsorgung von Bauschutt wird verpflichtend.

Darunter fallen neben Bauschutt auch Boden und Steine. Bau- und Baustoffverbände befürchten jedoch, dass durch die Mantelverordnung die Baukosten stark steigen könnten. Kritisch sehen sie vor allem die Einstufung wertvoller Recyclingbaustoffe als Abfall. Durch die Einschränkung der Verwertungsmöglichkeiten lande noch mehr Müll auf den Deponien, die jetzt schon an ihre Kapazitätsgrenzen stoßen. Der Abfall müsse weiter transportiert werden, was sich schließlich in den Preisen niederschlagen werde.

FOTOS: (C) 2018 MATT STARK, WWW.MATTSTARK.DE, SHUTTERSTOCK.COM

PROJECT INVESTMENT

„Unser Fokus liegt auf der Schaffung von bezahlbarem und nachhaltig effizient zu bewirtschaftendem Wohnraum“

PROJECT Investment ist auf Kapitalanlagen in Immobilienentwicklungen in den wichtigsten deutschen Metropolregionen sowie in Wien spezialisiert und hat derzeit mit dem Metropolen 19 und 20 zwei alternative Investmentfonds für Privatanleger in der Platzierung. Alexander Schlichting, Vorstandsvorsitzender der PROJECT Beteiligungen AG, über die derzeitigen Entwicklungen auf den Wohnungsmärkten, die Herausforderungen aufgrund der weiter steigenden Preise und die seit kurzem geltenden EU-Regulatorien im Bereich Nachhaltigkeit.

Alexander Schlichting, Vorstandsvorsitzender der PROJECT Beteiligungen AG

Die Wohnungsmärkte in Deutschland haben sich in der Corona-Krise bislang als weitgehend krisenresistent erwiesen. Die Nachfrage ist weiterhin hoch und dementsprechend der Run auf attraktive Grundstücke. Wie stellt PROJECT sicher, dass trotz steigender Ankaufspreise und Baukosten der prognostizierte Gesamtmittelrückfluss weiterhin erzielt werden kann?

Die Preise für Grundstücke sind gestiegen, die Verkaufspreise der Wohnungen aber auch. Demzufolge ist die Stabilität in den Fonds gewährleistet. Natürlich sind in Zukunft Marktbereinigungen möglich. Aktuellen Analysen zufolge kann es zur Mitte dieses Jahrzehnts zu einem kurzfristigen Preisrückgang kommen, wenn die fundamentale Angebotsknappheit nachlässt. Dennoch könnten Investoren über die Dekade mit einem Preisplus von 24 Prozent rechnen. Um für die kommenden Entwicklungen gewappnet zu sein, nehmen wir vom Ankauf sehr teurer Grundstücke in manchen Innenstädten schon länger Abstand. Damit sichern wir uns gegen starke Preisbewegungen nach unten ab. Daneben schaffen wir es durch geschickte Verhandlungen und unsere finanzielle Unabhängigkeit dank des reinen Eigenkapitalprinzips im Publikumsbereich, einen Kauf sehr viel schneller abzuwickeln, als es mit einem weiteren beteiligten Finanzierungspartner der Fall wäre. Außerdem ermöglichen die über mehr als zwei Jahrzehnte gewachsenen Beziehungen zu den involvierten Handwerksbetrieben und Lieferanten attraktive Vertragskonditionen und eingespielte Abläufe, die die Effizienz am Bau begünstigen.

Wie würde sich ein seitwärts oder fallender Wohnungsmarkt auf die Stabilität Ihrer Immobilienfonds auswirken?

Die Differenz zwischen günstigem Ankauf und hohem Verkaufserlös macht die Fondsrendite aus. Wenn die Verkaufspreise der Immobilien in Zukunft absinken sollten, würden die Erlöse des Fonds zwar zunächst sinken. Gleichzeitig aber würden die künftigen Ankaufspreise für die Grundstücke und die Kosten für Baumaterialien oder Handwerkerleistungen in der zeitlichen Folge ebenso günstiger. Schwächere Marktphasen kann unser langjährig erprobtes Investmentkonzept, das je Fonds mehrere Reinvestitionsphasen durchläuft, gewinnbringend nutzen, indem die Einkaufsvorteile bei den weiteren Investitionen realisiert werden. Ein zusätzlicher stabilitätssichernder Faktor ist in der Zielgruppe unserer Wohnungskäufer zu sehen. Diese sind überwiegend auf Eigennutzer fokussiert, die nicht vom Marktzyklus beeinflusst werden und attraktiven Wohnraum aufgrund persönlicher Wünsche und Emotionen erwerben. Dieses Klientel kauft im Gegensatz zu Kapitalanlegern flexibel in jeder Marktsituation, was die Einnahmen planbarer macht.

Am 10. März ist die ESG-Offenlegungspflicht der EU in Kraft getreten und betrifft damit auch Ihre Kapitalverwaltungsgesellschaft als Initiator von regulierten Immobilienfonds. Wie stellen Sie sich auf die neuen Nachhaltigkeitsanforderungen ein?

Wir haben die gesetzliche EU-Offenlegungsverordnung erfüllt. Sobald die EU im Rahmen ihrer bis jetzt noch offenen Taxonomie klassifiziert hat, was überhaupt künftig als nachhaltige Kapitalanlage gilt, werden wir detailliert prüfen, wie wir diese Nachhaltigkeitsaspekte in unsere neuen Anlageprodukte integrieren. Hinsichtlich unserer Assets liegt unser Fokus bereits seit Jahren auf der Schaffung von bezahlbarem und nachhaltig effizient zu bewirtschaftendem Wohnraum. Deshalb spielt das Thema Nachhaltigkeit für unser Haus längst eine tragende Rolle. Das gilt insbesondere auch für die Immobilienentwicklungen, bei denen wir beispielsweise mit KfW 40 bzw. 55 eine energieeffiziente Bauweise umsetzen oder regionale Lieferanten und Handwerksbetriebe wo immer möglich bevorzugt einsetzen. Auch unser Nachhaltigkeitsreporting wird weiter optimiert. Vorgesehen ist, dass bereits unser diesjähriger Nachhaltigkeitsbericht gemäß den Regularien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) zertifiziert wird und damit auch die hohen Transparenzanforderungen institutioneller Investoren erfüllt.

Kontakt: PROJECT Vermittlungs GmbH, Kirschäckerstraße 25, 96052 Bamberg, Tel.: 0951/91 790 330, E-Mail: info@project-vermittlung.de, Internet: www.project-investment.de

FOTO: PROJECT INVESTMENT

Blick über Bad Kreuznach; in Vordergrund: Projekt von Primus Valor.

WELCHE SACHWERTANLAGE GEWINNT?

Das Platzierungsvolumen der Branche ist 2020 um gut 20 Prozent zurückgegangen. Das ist schon bekannt. Doch wie sah der Markt im Detail aus? Und wie geht es weiter? Der ausführliche Marktreport.

Den meisten Lesern wird Bad Kreuznach am ehesten wegen des dortigen Kurbetriebs ein Begriff sein. Oder wegen der Fachwerkhäuser und engen Gassen im historischen Kern der Stadt, der Rudolf I. von Habsburg bereits 1290 die königlichen Stadtrechte verliehen hat. Oder wegen der umliegenden Weinanbau-Region und der idyllischen Lage im Nahe-Tal rund 40 Kilometer südwestlich von Mainz.

Doch Bad Kreuznach ist auch ein Investitionsstandort. Die Stadt hat immerhin knapp 53.000 Einwohner und ist Versorgungsmittelpunkt für die gesamte Region mit 230.000 Menschen. 28.500 Menschen finden dort Arbeit, davon kommen zwei Drittel als Pendler aus dem Umland. Insgesamt zählt Bad Kreuznach 3.700 Unternehmen; die Wirtschaftsstruktur ist geprägt von kleinen und mittleren Betrieben, so die Selbstdarstellung auf der Website der Stadt.

Damit ist sie ein typischer Standort für Investitionen der Primus Valor AG aus Mannheim. Diese hat sich auf Bestands-Wohnimmobilien in deutschen Mittel- und Oberzentren – also außerhalb der großen Metropolen – spezialisiert, die über ein Aufwertungspotenzial insbesondere durch Renovierung oder Sanierung verfügen. Im Fokus stehen vor allem Objekte, die auch nach der Sanierung noch bezahlbares Wohnen zulassen, also unter Umständen auch Gebäude, die nicht unbedingt zu den architektonischen Highlights zählen, aber durchaus Renditepotenzial haben.

So ist Primus Valor auch in Bad Kreuznach fündig geworden und hat dort 2017 für ihren Fonds ImmoChance Deutschland Renovation Plus 8 fünf Objekte aus den 1950er Jahren erworben, davon eine Mehrfamilienhaus-Anlage mit 75 Wohnungen unweit des historischen Stadtkerns, der dort aus irgendwelchen Gründen „Neustadt“ heißt. Zu den Aufwertungsmaßnahmen des Fonds an den Gebäuden zählten unter anderem Wärmedämmfassaden sowie die Sanierung von Wohnungen und Treppenhäusern.

Insgesamt hat der Fonds an 36 Standorten investiert, darunter zum Beispiel Detmold, Solingen und Aschaffenburg, aber auch

FOTO: PRIMUS VALOR

größere Städte wie Nürnberg, Kassel oder Chemnitz. Primus Valor konzentriert sich schon seit der Gründung 2007 auf solche Standorte und liegt heute mit dem Konzept „Renovation Plus“ in zweierlei Hinsicht im Markttrend. Erstens gibt es kaum noch klassische Vermietungsfonds, also die Investition in Immobilien, nur um sie zu vermieten, früher oft an 1a-Standorten und meistens Neubau. Heute haben fast alle Konzepte eine mehr oder weniger stark ausgeprägte unternehmerische Komponente. Dabei kann es sich zum Beispiel auch um Projektentwicklungen oder Investitionen in speziellen Marktnischen oder Nischenmärkten handeln.

Plattform Engel & Völkers Digital Invest mit starkem Zuwachs und Kampfansage an „Marktplayer der alten Garde“

Der Grund liegt auf der Hand: Die Preise für hochwertige Objekte an 1a-Standorten in Deutschland sind dermaßen in die Höhe geschossen, dass kaum noch auskömmliche Renditen zu erzielen sind. So berichten Marktexperten bei Top-Bürogebäuden teilweise von Kaufpreisforderungen über dem 40-fachen der Netto-Jahresmiete. Selbst für Logistik-Immobilien, deren Flächen in der Corona-Krise besonders gefragt sind, werden bis zum 30-fachen aufgerufen.

Auch die Preise für Wohnungen steigen und steigen, vor allem in den Ballungsräumen. Besonders deutlich verteuerten sich laut statistischem Bundesamt Ein- und Zweifamilienhäuser. Die Häuserpreise in den sieben größten Metropolen stiegen demnach im vierten Quartal 2020 gegenüber dem Vorjahreszeitraum nochmals um 12,1 Prozent. Anders sieht es für Mehrfamilienhäuser und außerhalb der Metropolregionen aus. Zwar sind auch dort die Preise in den vergangenen Jahren kräftig gestiegen, aber für 2020 berichtet Gordon Grundler, Vorstand der Primus Valor AG, für sein Zielsegment von keinen weiteren Preiserhöhungen, sondern von „stabil hohen Kaufpreisfaktoren“ (siehe Interview Seite 78).

Der zweite Grund, warum das Unternehmen im Markttrend liegt, ist die generelle Assetklasse: Immobilien. Nach der jüngsten Cash.-Markterhebung unter den Asset Managern entfielen 2020 von den Investitionen privater Kapitalanleger in Sachwertanlagen 70,8 Prozent auf Immobilien, davon etwa zwei Drittel deutsche und ein Drittel Immobilien im Ausland (siehe Grafik rechts). Von den Investitionen in deutsche Immobilien entfielen wiederum rund 53 Prozent auf Anbieter, die sich nur oder weit überwiegend auf Wohnungen konzentrieren. Das Segment liegt somit vor den einst dominieren Gewerbeimmobilien. Die weiteren Platzierungen entfielen auf die Assetklassen Erneuerbare Energie (11,1 Prozent), Multi-Asset (10,7 Prozent) und Private Equity (4,7 Prozent). Dem Bereich Multi Asset wurde dabei auch das Ergebnis eines Anbieters zugerechnet, der lediglich die Gesamtsumme seiner Platzierungen genannt, diese aber nicht nach Branchen aufteilt hat.

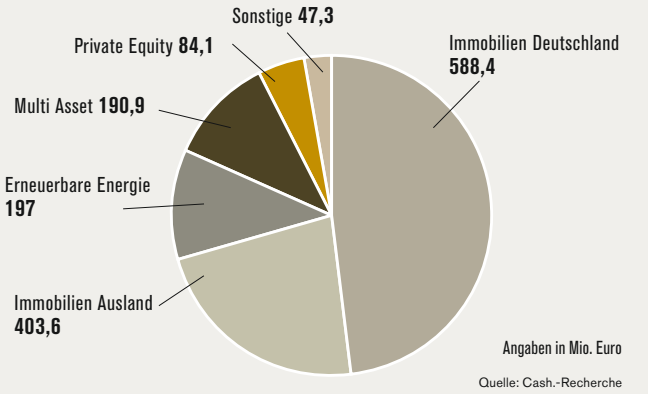
Wie jedes Jahr hat Cash. die Asset Manager der Sachwertbranche nach dem Platzierungserfolg des Vorjahres befragt, also in erster Linie die Anbieter von alternativen Investmentfonds (AIFs) und Vermögensanlagen nach dem Vermögensanlagengesetz sowie Crowdinvesting-Plattformen, deren Projekte überwiegend Sachwertcharakter haben. Dabei unterscheidet die Redaktion zwischen dem breiten Publikumsgeschäft („Retail“) und dem Gesamtvolumen inklusive der Platzierung bei Großanlegern. In letzterer Rubrik erfasst Cash. neben Konzepten für institutionelle und andere professionelle Investoren auch Private Placements sowie Spezial-AIFs für „semi-professionelle“ Anleger, so die gesetzliche Diktion. Dabei kann es sich zum Teil auch um vermögende Privatkunden ab 200.000 Euro Mindestbeteiligung handeln. Nicht berücksichtigt wurden unter anderem offene Fonds und klassische Wertpapier-Emissionen. Ergebnis: Sowohl bei Großanlegern als auch im Retailgeschäft ist das Platzierungsvolumen der Branche 2020 gegenüber 2019 um gut 21 Prozent zurückgegangen. Darüber hat Cash. bereits in Ausgabe 3/2021 berichtet, es sind aber noch einen Reihe von Informationen nachzutragen. Das Platzierungs-Ranking der Asset Manager ist traditionell nach dem platzierten Retailvolumen sortiert (siehe Tabelle Seite 76).

An die Spitze im Publikumsgeschäft setzte sich ZBI. Das Unternehmen setzt ebenfalls hauptsächlich auf Bestands-Wohnimmobilien, wenn auch mit einem etwas anderen Investitionsansatz als Primus Valor. Mit 158,9 Millionen Euro Platzierungsvolumen landete ZBI knapp vor dem US-Spezialisten Jamestown, der Anfang 2020 innerhalb weniger Wochen umgerechnet 155 Millionen Euro für seinen Fonds 31 platziert und den Vertrieb dann unterbrochen hat. Mit Corona hatte das nichts zu tun. „Gerne hätten wir noch mehr Eigenkapital eingesammelt und sahen dafür auch gutes Potenzial. Den Vertrieb haben wir vor Beginn der Coronakrise unterbrochen, um zunächst ausreichend geeignete Investitionsobjekte anzubinden“, so die Erklärung des Unternehmens, das trotz des Platzierungs-Stopps fast 40 Prozent des Marktvolumens bei Auslands-Immobilien ausmachte. Anfang Februar 2021 öffnete Jamestown den Fonds 31 wieder für Anleger, nachdem zwei weitere Investitionen vorgenommen worden waren.

Auf dem dritten Platz des Rankings rangiert, wiederum nur mit einem geringen Abstand zu Jamestown, die Plattform Exporo. Das Unternehmen musste sowohl im Publikumsgeschäft als auch bei den Private Placements gegenüber 2019 einen Rückgang von etwa 25 Prozent hinnehmen. „Das Corona-Jahr 2020 war für niemanden einfach, auch für Exporo nicht. Aber trotz des verzeichneten Rückgangs beim vermittelten Kapital, freuen wir uns, auf einem stabilen Geschäftsmodell aufbauen zu können, das sich auch in solchen außergewöhnlichen Zeiten als robust erwiesen hat. Die erfolgreiche Finanzierungsrunde am Anfang des Jahres bestätigt unseren Kurs“, sagt Simon Brunke, Gründer und Co-CEO. Trotz des Rückgangs bleibt Exporo auch 2020 weiterhin mit Abstand Marktführer unter den Plattformen und liegt trotz des stei-

Platzierungsvolumen 2020 nach Assetklassen

Über 70 Prozent der Summe entfiel auf Immobilien im In- und Ausland.



Quelle: Cash.-Recherche

genden Token-Anteils auch bei den Vermögenanlagen auf Rang 1 (siehe Tabelle Seite 80). Auf den zweiten Platz beim Crowdinvesting rückte Engel &Völkers Digital Invest, das sich mit 48,2 Millionen Euro und einem Zuwachs von nicht weniger als 128 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf Rang 9 des Gesamtrankings vorschob. Marc Laubenheimer, Geschäftsführer von Engel & Völkers Digital Invest: „Seit 2020 haben wir nicht nur unsere eigene Lizenz, sondern auch eine eigene App." Er verbindet seinen Kommentar mit einer Kampfansage an die klassische Branche: „Neben der Wichtigkeit sozial-ökologischer Kriterien wird die Bedeutung

Platzierungsergebnisse der Asset Manager von Sachwertanlagen im Jahr 2020

Akquiriertes Eigenkapital im Publikumsvertrieb (Retail) und insgesamt inklusive institutionelle und (semi-)professionelle Anleger und Private Placements.

Rang*	Unternehmen	Eigenkapital Retail 2020**	Veränderung Retail***	Eigenkapital gesamt**	Branchen (Retail)	Weitere Platzierungen (im Volumen nicht berücksichtigt)
1	ZBI	158,9	+2,8%	158,9	Immobilien Deutschland	
2	Jamestown	155,0	+18,0%	155,0	US-Immobilien	
3	Exporo	150,4	-25,0%	180,6	Immobilien In-/Ausland (Crowdinvesting)	
4	Deutsche Finance	141,6	-22,2%	1.241,6	Immobilien/Infrastruktur international	
5	Project	96,0	-3,5%	96,0	Immobilien Deutschland	
6	Thomas Lloyd	86,7	-67,5%	86,7	Infrastruktur/Erneuerbare Energie Asien	Off. Publikums-AIF, Anleihen Ausl.
7	Primus Valor	56,7	-33,0%	56,7	Immobilien Deutschland	
8	Degag	51,7	-	51,7	Immobilien Deutschland	
9	TSO Europe	49,3	-44,2%	49,3	US-Immobilien	
10	E&V Digital Invest	48,2	+127,6%	49,9	Immobilien In-/Ausland (Crowdinvesting)	
11	BVT (Derigo)	44,1	-41,2%	86,6	Portfolio, US-Immobilien, Zweitmarkt	
12	Asuco	43,5	-10,1%	49,9	Immobilien Deutschland (Zweitmarkt)	
13	One Group	43,2	-68,3%	47,5	Immobilien Deutschland/Österreich	Re-Investition mit Einzahlung 2021
14	RWB	42,4	+14,5%	42,4	Private Equity	
15	Hahn	42,0	+110,0%	107,4	Immobilien Deutschland	Zwei offene Spezial-AIFs
16	Habona	41,9	+38,2%	41,9	Immobilien Deutschland	Off. Publikums- und Spezial-AIF
17	Patrizia	39,5	-59,7%	605,5	Immobilien In-/Ausland	
18	Wattner	33,9	-26,6%	33,9	Erneuerbare Energie	
19	PI Pro Investor	32,3	+35,9%	32,3	Immobilien Deutschland	
20	Solvium	31,3	+21,2%	62,3	Logistik-Equipment (Container etc.)	
21	HMW (MIG Fonds)	30,0	-	30,0	Venture Capital	
22	Immac/DFV (HKA)	29,6	-36,4%	59,4	Immobilien Deutschland	
23	Ökorenta	26,3	+19,3%	67,3	Erneuerbare Energie	
24	HEP	24,8	+46,7%	74,3	Erneuerbare Energie	
25	HTB	18,0	-5,0%	19,0	Immobilien (Zweitmarkt)	
26	Reconcept	17,5	+157,4%	20,9	Erneuerbare Energie	
27	WiDe	15,0	-41,6%	15,0	Immobilien Deutschland	
28	Zinsbaustein	14,5	-20,5%	21,8	Immobilien Deutschland (Crowdinvesting)	
29	Seedmatch (One Crowd Loans)	9,5	+64,5%	9,5	Private Equity (Crowdinvesting)	
30	Timberfarm	7,6	-	7,6	Holz/Agrar-Vermögensanlagen international	
31	Ranft	5,5	-	5,5	Erneuerbare Energie	
32	Finexity	5,0	-	5,0	Immobilien (Crowdinvesting)	
33	Buss Capital Invest	4,2	-	4,2	Container	
34	Hannover Leasing	2,9	-94,6%	140,4	Immobilien Deutschland	Zwei offene Spezial-AIFs
35	Forest Finance	2,0	-	2,0	Holz/Agrar-Vermögensanlagen international	
36	Real I.S.	1,9	-90,7%	562,9	Immobilien Australien	
37	Verifort Capital	1,7	-	1,7	Immobilien Deutschland (Healthcare)	
38	Econeers (One Crowd Loan)	1,6	- 11,1%	1,6	Private Equity (Crowdinvesting)	Mit-Platzierung börsenn. Anleihen
39	Ecozins (Audit Capital)	1,5	+206,0%	1,5	Erneuerbare Energie (Crowdinvesting)	
40	Luana Capital	1,3	-69,8%	1,3	Energieanlagen (Blockheizkraftwerke)	
41	Bettervest	1,2	-	1,2	Erneuerbare Energie int. (Crowdinvesting)	
42	KGAL	0,0	-	346,8	-	Offener Spezial-AIF
	Weitere (4 Unternehmen)	167,6	-	267,6	-	
	Summe	**1.777,4**		**4.902,4**		
	Veränderung	**-20,8%**		**-20,9%**		

* Nach Retailvolumen ** In Millionen Euro; Fremdwährungen mit Kurs zum Jahresende umgerechnet ***Gegenüber Vorjahr; „-" = kein Vorjahreswert

Quelle: Cash.-Recherche, Angaben der Unternehmen

digitaler Finanzierungsformen immer größer. Große Marktplayer der alten Garde, die nicht ihre digitalen Angebote stark ausbauen, werden am Markt nicht überleben - Engel & Völkers hat frühzeitig reagiert, statt sich nur auf seine jahrzehntelange Immobilienerfahrung zu verlassen und profitiert daher stark von dieser Entwicklung“, so Laubenheimer.

Nicht im Ranking vertreten sind in diesem Jahr hingegen die Plattformen Bergfürst und Kapilendo, die für 2019 noch 43 beziehungsweise 29 Millionen Euro Platzierungsvolumen gemeldet hatten. Bergfürst reagierte nicht auf die Cash.-Anfrage, Kapilendo sagte die Beantwortung mit der Begründung ab, dass 2020 maßgeblich durch Corona beeinflusst gewesen sei und für das Unternehmen eine Sondersituation geschaffen habe.

Auch im klassischen Beteiligungsmarkt fehlen einige Unternehmen aus dem Vorjahr. Dazu zählen unter anderem ILG, INP und US Treuhand, die 2019 insgesamt immerhin gut 100 Millionen Euro zum Retail-Marktvolumen beigetragen hatten. ILG hat in diesem Jahr nicht auf die Anfrage reagiert, hatte 2020 aber wohl ohnehin keinen Publikumsfonds in der Platzierung. US Treuhand startete den aktiven Vertrieb des Fonds UST XXV, der bereits im Oktober von der BaFin genehmigt worden war, erst 2021.

Und der Pflegeheim-Spezialist INP wiederum taucht in diesem Jahr nicht in dem Cash.-Ranking auf, obwohl er ein Neugeschäft in dreistelliger Millionenhöhe gemeldet hat. „Mit dem Platzierungsergebnis für den offenen Spezial-AIF ‚INP Deutsche Pflege Invest II‘ in Höhe von rund 155 Millionen Euro in 2020 sind wir mehr als zufrieden“, sagt INP-Vorstand Nils Harde. Dabei handelte es sich jedoch um einen offenen Spezial-AIF und damit um eine Anlageform, die nach der Cash.-Definition nicht zum klassischen Sachwertanlagen-Markt zählt. Einen geschlossenen AIF hatte INP 2020 nicht in der Platzierung.

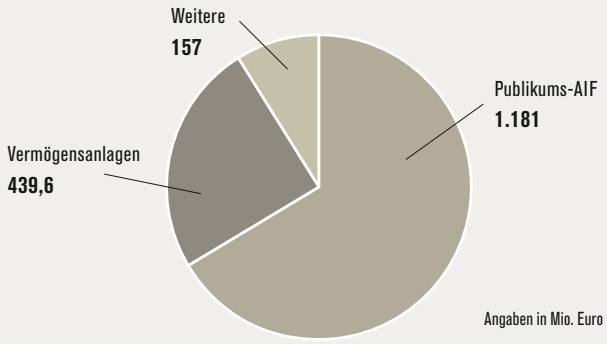
Malte Thies, One Group :“Große Nachfrage der Vermittler und Kunden.“

Die Abgrenzung des relevanten Marktes betraf weitere Unternehmen, deren Platzierung ganz oder teilweise nicht berücksichtigt werden konnte. Dazu zählt die Doric Gruppe, die 92,8 Millionen Euro mit zwei offenen Fonds platziert hat. Bei Hannover Leasing fielen ebenfalls zwei offene Fonds und damit 336 Millionen Euro unter den Tisch. Thomas Lloyd meldete insgesamt 112,9 Millionen Euro, von denen lediglich 86,7 Millionen Euro in die Cash.-Statistik eingegangen sind. Der Rest entfiel auf einen offenen Publikumsfonds sowie Inhaberschuldverschreibungen in Fremdwährungen.

Auf der anderen Seite haben einige, überwiegend kleinere Häuser wie Timberfarm, Ranft oder Finexity für 2020 erstmals oder wieder Zahlen gemeldet. Dazu zählt auch Buss Capital Invest, das Anfang November nach einer längeren Emissionspause mit dem Angebot „Zins 2021“ seine erste nachrangige Namensschuldverschreibung mit Anlageziel Container auf der Markt gebracht hat und bis zum Jahresende immerhin 4,2 Millionen Euro unterbringen konnte. Mitte Januar meldete das Unternehmen, dass die Hälfte des Zielvolumens von zehn Millionen Euro platziert sei. „Die neue Konzeption kommt bei unseren Anlegern gut an“, sagt Marc Nagel, Geschäftsführer von Buss Capital Invest.

Platzierungsvolumen 2020 nach Segmenten

Rund zwei Drittel des frischen Kapitals entfielen auf Publikums-AIFs.



Quelle: Cash.-Recherche

Buss Capital ist mit den Namensschuldverschreibungen in einem Marktsegment unterwegs, das 2020 überproportional rückläufig war: Emissionen nach dem Vermögensanlagengesetz. Deren Marktvolumen ist gegenüber dem Vorjahr um 40,5 Prozent auf knapp 440 Millionen Euro eingebrochen. Publikums-AIFs platzierten hingegen insgesamt 1,18 Milliarden Euro und steigerten ihren Marktanteil am gesamten Platzierungsvolumen auf 66 Prozent (siehe Grafik oben). Der Rückgang bei den Publikums-AIFs betrug demnach gegenüber 2019 lediglich etwa acht Prozent.

Ursache für Einbruch bei Vermögensanlagen ist auch „Tokenisierung“ auf Blockchain-Basis bei Plattform-Projekten

Der Einbruch bei den Vermögensanlagen hat mehrere Ursachen. So schlägt hier Exporo doppelt zu Buche: Zum einen mit dem generellen Rückgang des Vermittlungsvolumens, zum anderen wegen der zunehmenden „Tokenisierung“ der Emissionen, also von Projekten auf Basis der Blockchain-Technologie (siehe Cash.-Ausgabe 4/2021). Demnach sind die digitalen Token in der Exporo-Produktschiene „Bestand“ mittlerweile obligatorisch und werden auch in der Schiene „Finanzierung“ so weit wie möglich eingesetzt. Tokenisierte Schuldverschreibungen sind nach Definition der Finanzaufsicht BaFin indes automatisch Wertpapiere und fallen damit regulatorisch nicht in den Bereich der Vermögensanlagen, auch wenn sie sich wirtschaftlich kaum von dort erfassten Formen wie Nachrangdarlehen unterscheiden.

Ein weiterer wesentlicher Faktor bei den Vermögensanlagen war die One Group, deren Platzierungsvolumen mit Namensschuldverschreibungen im Publikumsgeschäft 2020 von 136 auf 43 Millionen Euro zurückgegangen ist. Das lag weder am Markt noch an Corona. „Das erste Quartal 2020 verlief hervorragend. Anschließend führte ein Gesellschafterwechsel zu einem Vertriebsstopp“, berichtet Malte Thies, Geschäftsführer der One Group. Im März 2020 gab die damalige Muttergesellschaft Isaria den Verkauf wesentlicher Teile ihrer Projektpipeline an die Deut-

Fortsetzung auf Seite 80

FOTO: ONE GROUP

„ICH ERWARTE FÜR 2021 EIN REKORDJAHR“

Die Primus Valor AG hat sich mit ihren Fonds auf deutsche Bestands-Wohnimmobilien und deren Aufwertung spezialisiert, insbesondere durch Sanierung und Renovierung. Cash. sprach mit Vorstand Gordon Grundler über die Ergebnisse des Cash.-Marktreports sowie seine Planungen und Prognosen.

Gordon Grundler: „Die Kaufpreisfaktoren sind stabil hoch.“

Nach dem Cash.-Marktreport ist das Platzierungsvolumen von Sachwertanlagen, also zum größten Teil alternativen Investmentfonds (AIFs), 2020 gegenüber dem Vorjahr um 21 Prozent zurückgegangen. Wie kommentieren Sie dieses Ergebnis?

Grundler: Grundsätzlich konzentrieren wir uns auf die Entwicklung bei Primus Valor selbst. Aber soweit ich das Wettbewerbsumfeld wahrgenommen habe, entspricht dieser Rückgang des Marktvolumens durchaus meinen Erwartungen. Generell hat der Vertrieb gut und schnell auf die Corona-Einschränkungen reagiert. Aber es wurden doch eine Reihe von Anlageentscheidungen aufgeschoben oder auch aufgehoben. Die Liquiditätsexplosion auf den Privatkonten spricht dafür, dass derzeit viele Kunden das Geld zusammenhalten und nicht langfristig investieren. Und wenn zum Beispiel Piloten, Gastronomen oder Messebauer im letzten Jahr keine langfristigen Anlageentscheidungen getroffen haben, ist das ja auch verständlich.

Wie ist 2020 für Primus Valor gelaufen?

Grundler: Für uns war 2020 ein gutes Jahr, ich bin sehr zufrieden damit. Wer von außen allein auf die nackten Zahlen schaut, könnte allerdings einen anderen Eindruck gewinnen, weil das Neugeschäft gegenüber dem Vorjahr um mehr als 30 Prozent zurückgegangen ist. Doch das einzelne Jahr isoliert zu betrachten, ergibt ein schiefes Bild, auch weil 2019 extrem gut war. 2020 hat uns Corona sicherlich etwas Neugeschäft gekostet, aber der größere Effekt dürfte sein, dass es - anders als 2019 - keine Sonderauszahlungen aus Objektverkäufen gab und wir keinen Fonds geschlossen haben, also kein „Schlussspurt“ stattgefunden hat. 2021 werden wir hingegen mehrere Fonds auflösen und spektakuläre Sonder- beziehungsweise Schlussauszahlungen leisten, die wahrscheinlich sogar noch über den Liquidationsprognosen vom vergangenen Jahr liegen werden. Die Objekte sind bereits verkauft worden oder befinden sich im fortgeschrittenen Verkaufsprozess. Zudem wird unser Fonds ICD 10 R+ im Sommer geschlossen. Wir werden das Platzierungsvolumen 2021 gegenüber dem Vorjahr mit Sicherheit erheblich steigern. Ich rechne sogar mit einem Rekordjahr, und wenn man die drei Jahre 2019 bis 2021 zusammen betrachtet, ist das insgesamt ein sehr gesundes Wachstum.

Sind die Sonderauszahlungen nach Objektverkäufen für das Neugeschäft mehr wegen der Wiederanleger relevant oder weil sie als weiteres Argument im Geschäft mit Neukunden dienen können?

Grundler: Beides. Wenn die Leistungsbilanz sich um einen weiteren erfolgreich abgeschlossenen Fonds vergrößert, aktiviert das stets ein paar Vertriebspartner mehr, mit uns zusammenzuarbeiten. Dazu kommt der Wiederanlage-Effekt, der umso größer wird, je umfangreicher und besser die Leistungsbilanz wird. Das macht sich zunehmend bemerkbar. Ungefähr die Hälfte unserer Kunden

FOTO: TANJA UND PATRICK HAMMEL GBR

haben mittlerweile mehr als einen Fonds von Primus Valor, vereinzelte Anleger sind sogar in jedem unserer Fonds vertreten.

Ist in den ersten Wochen des Jahres 2021 schon eine Belebung des Geschäfts spürbar?

Grundler: Es ist zwar noch sehr früh im Jahr und dies auf das Gesamtjahr hochzurechnen, wäre sicherlich etwas verwegen. Aber wir haben in den ersten sechs Wochen eines Jahres noch nie so viel Neugeschäft bekommen wie 2021.

Worauf führen Sie das zurück?

Grundler: Zum einen haben wir unseren Fonds ICD 10 R+ nicht Ende 2020 geschlossen, sondern über den Jahreswechsel kontinuierlich weiterplatziert. Zum anderen machen sich nun aber vielleicht auch die vielen Webinare bezahlt, die wir im letzten Sommer mit Kunden durchgeführt haben. Dort war natürlich auch Thema, welche Auswirkungen Corona hat, ob es Mietausfälle gab und wie sich die Preise entwickeln. Viele Kunden haben im Sommer noch nicht investiert, aber nun merken sie nach einem Jahr Krise, wie gut wir mit den Wohnimmobilien durchgekommen sind und investieren jetzt.

Im vergangenen Jahr haben Sie berichtet, dass es kaum Ausfälle bei den Mieteinnahmen gab. Ist das so geblieben?

Grundler: Ja, wobei Wohnungen und Gewerbeflächen sehr unterschiedlich sind. Bei Wohnungen verzeichnen wir je nach Standort zwischen zwei und fünf Prozent zusätzliche Störungen durch Corona, davon fast ausschließlich Stundungen und kaum Ausfälle. Bei den Gewerbeflächen ist das erheblich mehr. Teilweise hat es sich ab Februar etwas entspannt, weil viele Mieter endlich ihre staatlichen Unterstützungszahlungen erhalten haben. Wir haben aber ohnehin nur fünf bis zehn Prozent Gewerbeflächen in den Fonds und darunter sind auch Ärzte und andere Mieter, die kein Problem haben, zum Beispiel Lebensmittelläden oder Apotheken im Erdgeschoss von Wohnhäusern. Insgesamt ist das also sehr überschaubar.

Funktioniert auch der Objekteinkauf weiterhin?

Grundler: Wir haben im Januar 2021 über 50 Millionen Euro und damit so viel wie noch nie in einem Monat investiert. Wir gehen davon aus, weiterhin zeitnah kongruent zum Platzierungsfortschritt investieren zu können, auch weil sich im Augenblick einige Investoren von ihren Portfolios trennen und Kasse machen. Eine weitgehend kongruente Investition ist generell ein wesentlicher Faktor, damit das Geld schnell anfängt zu arbeiten. In Zeiten von Negativzinsen wird das noch wichtiger. Wenn größere Summen über längere Zeit auf dem Konto liegen, haben wir nicht nur keinen Ertrag, sondern sogar zusätzliche Kosten, die zunehmend signifikant werden. Da darf man dann noch 50 Basispunkte als „Verwahrentgelt" bezahlen.

Wie entwickeln sich die Preise für Wohnhäuser?

Grundler: Die Kaufpreisfaktoren sind seit einem Jahr stabil hoch, die Immobilien also stabil teuer. Wahrscheinlich wird die Rendite mittelfristig noch schlechter werden, weil so viel Liquidität im Markt ist. Es wird ja viel von einer Immobilienblase gesprochen, oder auch von einer Aktienblase. Neuerdings ist von einer Eigenheim-Blase die Rede, manchmal auch von einer München-Blase. Aber das einzige, was wir haben, ist eine Liquiditäts-Blase. Das Geld muss halt irgendwo hin. Insofern erwarten wir eine weiterhin positive Entwicklung, aber auf Sicht fahren ist gut, Korrekturen sind immer möglich und wir versprechen wenig. Ich sehe es sehr kritisch, wenn der eine oder andere Wettbewerber mit Wohnungen Traumrenditen verspricht. All unsere Fonds erfüllen die jeweils laut Prospekt prognostizierte Rendite oder übertreffen diese teils deutlich und unsere Leistungsbilanz spricht hierbei eine ganz klare Sprache. Doch auch vier Prozent mit einem konservativ kalkulierten Wohnportfolio zu verdienen, ist gut. Wenn man mehr verdient, ist das besser. Aber ich finde es nicht vernünftig, den Leuten zu erzählen, in den nächsten zehn Jahren geht es genauso steil bergauf wie in den letzten zehn Jahren.

Bezüglich der Erwartungen für die Zeit nach Corona haben für den Cash.-Marktreport die allermeisten Anbieter - auch Primus Valor - „positiv" angekreuzt, aber nur wenige „sehr positiv". Wir werten das als verhaltenen Optimismus. Warum ist die Zuversicht nicht größer?

Grundler: Vielleicht ist der Markt überwiegend doch etwas bodenständiger und im Vergleich mit früher etwas weniger vollmundig geworden. Ich weiß aber auch nicht, was bei Wohnimmobilien noch so viel besser werden soll. Es geht ja schon lange aufwärts. Von dieser Basis aus noch mit einem steilen Aufschwung zu rechnen, wäre übertrieben. Was den Markt wirklich voranbringen würde, wäre eine bessere Reputation von AIFs und die Erkenntnis, dass es sich um ein gutes Produkt handelt. Das schlechte Image der früheren geschlossenen Fonds ist nach wie vor eine hohe Hürde. Dabei geht es vor allem um die Wahrnehmung im Bankenvertrieb und bei der jüngeren Generation. Aber das hat nichts mit Corona zu tun.

Auf die Frage für den Marktreport, welche Vertriebswege 2021 an Bedeutung gewinnen werden, haben Sie als einer der wenigen Anbieter neben dem freien Vertrieb aber auch Privat- und Geschäftsbanken genannt.

Grundler: Der weitaus größte Teil unseres Neugeschäfts kommt über den freien Vertrieb, hauptsächlich über 34f-Vertriebspartner. Das wird auch 2021 so bleiben. Die Sparkassen sind für AIFs praktisch vernagelt. Volksbanken sind zum Teil etwas aufgeschlossener, aber auch dort bewegt sich wenig. Bei manchen Banken ist das Margenproblem hingegen so erheblich, dass ich durchaus bei einigen Häusern die Chance sehe, dass ein ordentlicher, seriöser AIF mit einer fairen Marge für größere Kunden - ich rede nicht vom breiten Retailgeschäft - zum Thema werden kann. Dass wir hier einen Zuwachs erwarten, liegt aber auch an der niedrigen Ausgangsbasis, von der es eigentlich nur nach oben gehen kann.

Ein weiterer Vertriebsweg ist die Crowdinvesting-Plattform Zinsbaustein, auf der Ihr Fonds 10 als einziger Publikums-AIF gelistet ist. Wie läuft die Kooperation?

Grundler: Wir sind bei Zinsbaustein eine Art Musterkunde. Kürzlich haben wir gemeinsam ein Zwischenfazit gezogen. Demnach sind beide Seiten zufrieden und wollen die Kooperation fortsetzen. Aber auch außerhalb von Zinsbaustein wollen wir unbedingt erreichen, voll digitalisiert zeichnen zu können. Das umfasst nicht nur die digitale Zeichnungsstrecke, sondern auch die Weiterverarbeitung der Daten. Corona hat der digitalen Beratung einen riesigen Schub gegeben, und viele Vermittler machen auf diesem Wege auch einen enormen Umsatz. Sie brauchen auch die digitale Zeichnungsstrecke, weil es sonst den Ablauf unterbricht, wenn der Zeichnungsschein ausgedruckt und durch die Gegend geschickt werden muss. Die Old-School-Berater werden nicht innerhalb von 24 Monaten aussterben und auch die Kunden nicht, die eine persönliche Beratung möchten. Es gibt aber eine zunehmende Zahl von Vertriebspartnern, die eine digitale Zeichnungsstrecke wirklich benötigen und alles manuelle als Störung empfinden.

Das Gespräch führte Stefan Löwer, Cash.

Fortsetzung von Seite 77

sche Wohnen AG bekannt, im Juli übernahm dann der Projektentwickler Soravia aus Wien die One Group. Obwohl diese ihr Anlagemodell – die mittelbare Finanzierung von Wohnungsbau-Projektentwicklungen – mit dem neuen Partner im wesentlichen unverändert fortsetzen kann und mit beachtlicher Geschwindigkeit einen neuen Prospekt verfasst sowie durch das BaFin-Billigungsverfahren gebracht hat, war das Unternehmen einen großen Teil des Jahres ohne Produkt. „Mit Reaktivierung der Vertriebstätigkeit im vierten Quartal haben wir eine große Nachfrage seitens der Vermittler und Kunden verspürt", so Thies.

Besonders optimistisch sind im Segment der Vermögensanlagen auch die Akteure aus dem Bereich Erneuerbare Energie

Schon Ende September 2020 brachte die One Group mit dem ProReal Private 2 das erste Produkt mit Soravia auf den Markt, noch ohne gesetzliche Prospektpflicht für semi-professionelle Investoren. Im Dezember kam dann mit dem ProReal Europa 9 die erste Publikums-Vermögensanlage in der neuen Konstellation. Insofern sind auch die 43 Millionen Euro Platzierungsvolumen 2020 durchaus ein beachtlicher Erfolg, zumal die One Group ihr Licht sogar noch tief gehängt hat: „Neben den gemeldeten Zahlen wurden weitere 39 Millionen Euro im Rahmen einer Reinvestitions-Aktion eingeworben", berichtet Thies.

Die Reinvestitionen stammten aus zurückgeführten Vermögensanlagen der Isaria-Ära und wurden von den Anlegern 2020 neu gezeichnet, aber erst im Januar 2021 eingezahlt. Sie hätten damit auch dem Platzierungsvolumen 2020 zugerechnet werden können, weil die Cash.-Statistik grundsätzlich auf das Zeichnungsvolumen abstellt und nicht auf die Einzahlung, One Group möchte sie aber erst im laufenden Jahr berücksichtigt wissen. „Für 2021 erwarten wir mit breiter Produktpalette hohe Platzierungserfolge", sagt Thies. So konnte er Anfang März für den ProReal Europa 9 inklusive der Reinvestitionen bereits einen Platzierungsstand von 70 Millionen Euro verkünden.

Besonders optimistisch unter den Anbietern von Vermögensanlagen sind auch die Akteure aus dem Bereich der Erneuerbaren Energie. So berichtet Karsten Reetz, Geschäftsführer von Reconcept: „Mit mehr als 21 Millionen Euro haben sich Investoren 2020 an unseren grünen Projekten beteiligt – so viel wie noch nie zuvor seit Gründung der reconcept vor 22 Jahren. Die Nachfrage nach grünen Geldanlagen ist weiterhin ungebrochen." In Kombination mit dem weltweiten Trend zur Green Economy würden die neuen ESG-Vorschriften einen deutlichen Impuls für Grüne Investments geben, so Reetz.

Ähnlich zuversichtlich ist Michael Ranft, Namensgeber und Geschäftsführer der Ranft Energie GmbH: „Erneuerbare Energien werden mehr denn je als inflationsgeschützte, langjährige und nachhaltige Investitionsgüter mit attraktiven Cashflows betrachtet. Die bereits jetzt erkennbare, starke Nachfrage für 2021 lässt uns davon ausgehen, dass dieser Trend anhalten und eher noch zunehmen wird", sagt er. Wie es mit den Vermögensanlagen generell weitergeht, hängt aber voraussichtlich auch maßgeblich davon ab, was aus dem Gesetz zur weiteren Verbesserung des Anlegerschutzes wird, das kurz vor Weihnachten auf den Weg gebracht und im Februar 2021 vom Bundeskabinett verabschiedet wurde. Einerseits sollen die Vermögensanlagen unter anderem durch eine verpflichtende externe Mittelverwendungskontrolle aufgewertet werden. Anderseits ist ein Verbot von Blind Pools geplant.

Je nachdem, ob und mit welcher genauen Definition von „Blind Pool" das Gesetz am Ende verabschiedet wird, wäre eine Reihe von Vermögensanlage-Anbietern zumindest zu konzeptionellen Anpassungen gezwungen. So sagt One Group-Geschäftsführer Thies: „Der Entwurf zur Verbesserung des Anlegerschutzes könnte die von uns emittierten Vermögensanlagen stark beeinflussen. Wir hoffen, dass es für renommierte Anbieter zu keiner Überregulierung und gravierenden Benachteiligung kommen wird." Laufende Emissionen dürfen nach aktuellem Stand noch neun Monate nach dem Inkrafttreten des Gesetzes weiterplatziert werden. Doch im zweiten Halbjahr könnten die Änderungen bereits bei neuen Vermögensanlagen berücksichtigt werden müssen.

Insgesamt ist die Sachwertbranche, also einschließlich AIFs, durchaus optimistisch, aber auch für die Zeit nach Corona nicht unbedingt euphorisch. Darauf lassen die Antworten der Asset Manager auf die Frage schließen, wie sich das Platzierungsvolumen der Branche nach dem Ende der Pandemie entwickeln wird. Wenig überraschend ist, dass keiner der Befragten eine negative Entwicklung erwartet. Dass nur acht von 47 Antworten auf „sehr positiv" und gleiche Anzahl auf „unverändert" entfallen, wird hingegen manchen verwundern. Für die große Mehrheit (31) ist die Perspektive für die Zeit nach Corona lediglich „positiv".

Neben Corona wird – wie immer – wohl auch die Nachrichtenlage in Bezug auf Misserfolge oder Erfolge der Emittenten wesentlichen Einfluss auf die generelle Stimmung im Vertrieb haben. So wird eine Meldung von Primus Valor Ende März vielleicht auch den einen oder anderen Wettbewerber erfreut haben. Demnach erhalten die Anleger der ersten beiden Fonds des Unternehmens nach Objektverkäufen eine Ausschüttung von über 50 beziehungsweise 80 Prozent ihrer Einlage. Einschließlich vorheriger Auszahlungen und noch erwarteter Verkäufe der restlichen Objekte steigt der prognostizierte Gesamtrückfluss auf über 250 beziehungsweise deutlich über 200 Prozent. Standorte der nun verkauften Immobilien sind der Meldung zufolge Eisenach, Gera, Erfurt, Gotha, Jena, Chemnitz, Dresden, Heidenheim, Leipzig, Öhringen und Plauen. Die Mehrfamilienhäuser in Bad Kreuznach waren also noch nicht darunter.

Top 5 nach Segmenten

Die jeweils fünf größten Platzierer

Rang	Anbieter	Eigenkapital in Mio.Euro
Publikums-AIF		
1	ZBI	158,9
2	Jamestown	155,0
3	Deutsche Finance	141,6
4	Project	96,0
5	Primus Valor	56,7
Vermögensanlagen		
1	Exporo	58,9
2	Degag	51,7
3	TSO Europe	49,3
4	E&V Digital	48,2
5	Asuco	43,5
Professionelle Kunden		
1	Deutsche Finance	1.100,0
2	Patrizia	566,0
3	Real I.S.	561,0
4	KGAL	346,8
5	Hannover Leasing	137,5
		Quelle: Cash.-Recherche

Autor: Stefan Löwer, Cash.

Sebastian Engel, Chief Sales Officer, Alpha Real Estate Group

Wertsichere Altersvorsorge durch Bestandsimmobilien

Die Corona-Krise beschäftigt uns nun seit mehr als einem Jahr – die genaue Dauer ist weiterhin offen und lässt sich kaum seriös vorhersagen. Was sich jedoch sagen lässt: Die Pandemie sorgt für Veränderungen in Wirtschaft und Gesellschaft, die es in dieser Ausprägung seit dem zweiten Weltkrieg nicht mehr gegeben hat. Vermögenswerte brechen weg. Unternehmen wie Privatpersonen laufen Gefahr, in die Zahlungsunfähigkeit zu rutschen. Besonders hart trifft es die Finanzvermögenswerte. Allein bei Aktienbeständen entstand von Januar bis März letzten Jahres ein Wertverlust von knapp 22 Prozent – schwarze Tage für private und professionelle Kapitalanleger.

Wohl dem oder der Deutschen, die in diesen Zeiten über Immobilieneigentum verfügen. Warum? Die Wohnimmobilie zählt zu den Anlagesegmenten, die am wenigsten von der aktuellen Krise betroffen sind. Mehr noch, das Statistische Bundesamt meldete jüngst einen enormen Anstieg der Preise für die letzten drei Monaten des Jahres 2020. Verglichen mit dem 4. Quartal 2019 ging es bei Ein- und Zweifamilienhäusern um satte 12,1 Prozent nach oben, während die Preise für Eigentumswohnungen um 8,9 Prozent kletterten. Ein Anstieg, den es zuletzt nur 2016 gegeben hatte.

Corona-proofed: Deutsche Wohnimmobilien bleiben stabil

Die gute Lage bei Wohnimmobilien deckt sich mit der Performance von Sachwertvermögen – zu dem auch Immobilien gehören. Seit Mai 2019 realisierten Investments dort ein Plus von 3,5 Prozent, während das Segment der Geldvermögen im selben Zeitraum mit minus 2,7 Prozent zu Buche schlägt. Wohnimmobilien sind also gut durch die Krise gekommen, was auch zahlreiche Studien wie etwa die des Immobilienverbands Deutschland bestätigen. Wer befürchtet, dass der Immobilienmarkt als Krisen-Spätzykler von der Corona-Pandemie eingeholt wird – schließlich lässt sich ein Haus nicht von jetzt auf gleich bauen und verkaufen – dürfte seine Meinung angesichts der aktuellen Kennziffern des Europace Hauspreis-Index (EPX) ändern. Dieser Index basiert auf monatlich erhobenen Immobilienfinanzierungstransaktionen in Deutschland; seit Beginn der Pandemie steigt er unaufhaltsam an, ohne Anzeichen von Volatilität. Das Fazit kann also nur lauten: Wohnimmobilien in der Bundesrepublik sind Corona-proofed.

Wohnimmobilien-Investments sichern Ihre Zukunft

Eine eigene Immobilie kann die optimale private Altersvorsorge darstellen. Die Herausforderung für Immobilienkäufer besteht allerdings darin, genau das Objekt zu finden, das am besten zur persönlichen Situation und zu seiner Bedürfnislage passt. Bei A-Lage-Immobilien ist das Renditepotenzial oftmals ausgeschöpft, die Ankaufpreise sind relativ hoch. Daher raten wir privaten Anlegern zu Bestandsimmobilieninvestments an B- und C-Standorten mit einem vorherrschenden und bezahlbarem Mietgefüge zwischen sieben und neun Euro pro Quadratmeter. Die Standortauswahl ist dabei ein wichtiger Aspekt: Schwarm- und Universitätsstädte mit guter Anbindung an urbane Metropolzentren betrachten wir als besonders interessant und vorteilhaft, insbesondere für den privaten Kapitalanleger mit durchschnittlichem Einkommen. Dieser profitiert einerseits von einem gegenüber der A-Lage-Immobilie deutlich geringeren Ankaufsniveau. Zum anderen bergen Immobilien in B- und C-Lagen meist auch ein größeres Wertsteigerungspotenzial innerhalb der Bestände. Das wichtigste Argument für die Krisenresistenz von Wohnimmobilien ist und bleibt jedoch ein einfacher Fakt: Gewohnt werden muss immer.

Sebastian Engel, Alpha Real Estate Group

Die Alpha Real Estate Group:

Die Alpha Real Estate Group ist ein deutschlandweit tätiger, auf die Wohnimmobilienwirtschaft spezialisierter Asset- und Investment Manager. Der Tätigkeitsschwerpunkt liegt in der Privatisierung von Wohnungsbeständen. Mit ihrem Angebot realisiert die Alpha Real Estate Group Potenziale sowohl für private Kapitalanleger und professionelle Investoren als auch für Mieter und Selbstnutzer. Ein vollumfängliches Dienstleistungsspektrum im Bereich Property Management ergänzt das Portfolio des wachstumsstarken Immobilienunternehmens.

Kontakt: Alpha Real Estate Group, Friedrichsplatz 8, 68165 Mannheim, Tel: 0621 43 29 27 0, E-Mail: info@alpha-realestate.de

FOTO: ALPHA REAL ESTATE GROUP

VON RISIKEN UND AUSWIRKUNGEN

Am 10. März ist die neue EU-Verordnung zur Nachhaltigkeit in Kraft getreten. Noch sind viele Fragen offen, selbst die übliche Bezeichnung der Vorschrift und für wen genau sie gilt. Und wie haben die KVGen sie in der Praxis umgesetzt? Eine Stichprobe.

Lange hat die Sachwertbranche sich kaum um die neue Regulierung gekümmert, und noch nicht einmal eine einheitliche Kurzbezeichnung hat sich bislang durchgesetzt. Offiziell heißt sie: „Verordnung (EU) 2019/2088 (…) über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor“. Meistens wird sie daher „EU-Offenlegungsverordnung“ genannt. In der Versicherungsbranche hingegen ist überwiegend von „EU-Transparenzverordnung (TVO)“ die Rede. Auch die Vertriebsverbände AfW und Votum veröffentlichten im Februar gemeinsam Informationen und Textempfehlungen zur „Umsetzung der EU-Transparenzverordnung“. Damit ist jedoch keineswegs eine weitere EU-Vorschrift gemeint, sondern eben jene Offenlegungsverordnung, für die es zudem noch weitere Bezeichnungen und Kürzel gibt. Dazu später mehr.

Was steht drin? Mit der Verordnung „werden harmonisierte Vorschriften für Finanzmarktteilnehmer und Finanzberater über Transparenz bei der Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken und der Berücksichtigung nachteiliger Nachhaltigkeitsauswirkungen in ihren Prozessen und bei der Bereitstellung von Informationen über die Nachhaltigkeit von Finanzprodukten festgelegt“, so der Gegenstand der Vorschrift in ihrem Artikel 1.

Es geht es also nicht in erster Linie darum, bestimmte Umweltstandards festzulegen oder diese einhalten zu müssen. Vielmehr müssen alle Akteure die Kunden darüber informieren, inwieweit sie überhaupt Nachhaltigkeit berücksichtigen. Erst an zweiter Stelle stehen Maßstäbe für sogenannte „Impact Investments“, die auch einen positiven Effekt – insbesondere in Bezug auf das Klima – haben, sowie dafür, unter welchen Voraussetzungen ein Produkt als nachhaltig beworben werden darf.

AfW und Votum empfehlen auch dem 34f-Vertrieb „mit Nachdruck“, die Verordnung anzuwenden

Dabei geht es um die Umwelt (Environment), soziale Aspekte (Social) und Unternehmensführung (Governance), zusammen kurz ESG. So wird nicht selten auch von „ESG-Kriterien“ oder „ESG-Standards“ gesprochen. Auch damit sind in der Regel, jedenfalls in Zusammenhang mit gesetzlichen Regelungen, die Offenlegungsverordnung beziehungsweise die daran anknüpfenden Vorschriften gemeint. Dazu zählt auch die „Taxonomieverordnung“, bei der es sich tatsächlich um eine weitere EU-Verordnung handelt, mit der europaweit einheitliche Maßstäbe für nachhaltige Investments festgelegt werden sollen.

Verpflichtet aus der Offenlegungsverordnung werden „Finanzmarktteilnehmer“ und „Finanzberater“. Zu ersteren zählen unter anderem Versicherungsunternehmen und Kapitalverwaltungsgesellschaften (KVGen). Als „Finanzberater“ werden unter anderem Versicherungsvermittler sowie Kreditinstitute und Wertpapierfirmen, die Anlageberatung anbieten, aufgeführt.

Nicht eindeutig geregelt ist hingegen, ob auch Finanzanlagenvermittler mit Zulassung nach Paragraf 34f GewO von den Pflichten umfasst sind. „Vom Wortlaut der Verordnung her ist das nicht der Fall. Von Sinn und Zweck: ja“, schreiben AfW und Votum in ihrem gemeinsamen Leitfaden. Eventuell handele es sich um einen Redaktionsfehler, der sicher absehbar behoben werde. „Wir empfehlen daher mit Nachdruck auch allen Vermittlern mit Zulassung nach Paragraf 34f GewO die Anwendung“, so die beiden Verbände.

Norman Wirth, AfW: Der Vertrieb hat „eine Schlüsselposition“.

Für die meisten 34f-Finanzdienstleister macht das ohnehin keinen großen Unterschied, weil sie auch über eine Zulassung als Versicherungsvermittler (Paragraf 34d GewO) verfügen. Damit fallen sie zweifelsfrei in den Anwendungsbereich der Verordnung und müssen bestimmte Informationen zum generellen Umgang mit Nachhaltigkeitsaspekten auf ihrer Website veröffentlichen. „Versicherungsvermittler und Anlageberater haben hier eine Schlüsselposition, um ihren Kunden Orientierung zu bieten", so Norman Wirth, geschäftsführender Vorstand des AfW, bei der Veröffentlichung der gemeinsamen Informationen mit Votum. Die beiden Verbände geben eine genaue Anleitung einschließlich Textbausteinen, deren Umsetzung kein großer Aufwand (gewesen) sein dürfte. Generell ausgenommen sind Vermittler mit weniger als drei Mitarbeitern, also auch „Einzelkämpfer".

Alle 14 ausgewählte KVG-Auftritte enthalten die neuen Pflichtangaben, manchmal etwas versteckt

Etwas anspruchsvoller ist die Sache für KVGen. Erforderlich sind Angaben sowohl zum Unternehmen selbst als auch zu den Produkten, wobei wesentliche Details noch offen sind, weil die „Technischen Regulierungsstandards" der EU noch fehlen. Wie haben die Anbieter von Publikums-AIFs dies dennoch umgesetzt? Cash. hat sich auf den Websites von KVGen umgesehen.

Die wichtigste Nachricht: Alle 14 ausgewählten Web-Auftritte enthalten – Stand 24. März 2021 – entsprechende Angaben. Das war nach dem oftmals späten Beginn der Vorbereitung auf die neue Vorschrift nicht unbedingt sicher. Umfang, Inhalt und Aufbereitung der Informationen hingegen sind höchst unterschiedlich. Sehr umfangreiche und aufwändig gestaltete Nachhaltigkeits-Angaben finden sich zum Beispiel bei Jamestown, Project Investment und – wenig überraschend – bei dem Solarspezialisten Hep, der mit seinen Fonds in punkto Nachhaltigkeit einen natürlichen Vorteil hat. Alle drei Häuser stellen zudem freiwillig umfangreiche Nachhaltigkeitsberichte zum Download zur Verfügung, Jamestown allerdings nur auf englisch.

Auch bei anderen Anbietern stehen nicht alle Ausführungen zum Thema Nachhaltigkeit in direktem Zusammenhang mit den neuen Offenlegungspflichten, teilweise sind sie auch recht blumig formuliert. Die reinen Pflichtangaben sind überwiegend nur recht kurz und nicht immer leicht zu aufzuspüren. Dabei findet sich auf einigen Websites ein weiteres Kürzel: SRDR. Auch damit ist die EU-Offenlegungsverordnung gemeint. Die Abkürzung leitet sich aus dem englischen Titel der Vorschrift ab: „Regulation on sustainability-related disclosures in the financial services sector", kurz gesagt „SRD Regulation". Anderswo im Netz gibt es manchmal eine sehr ähnliche Buchstabenkombination: SFDR. Das steht dann für „Sustainable Finance Disclosure Regulation", also – Sie ahnen es – ebenfalls für die Offenlegungsverordnung.

Doch zurück zu den KVG-Websites. Dass die Informationen zum Teil nicht auf den ersten Blick zu finden sind, liegt nicht nur an dem Begriffs- und Kürzelsalat. So verbirgt sich der Menüpunkt „Nachhaltigkeit" bei Project Investment als eines von zwölf Stichworten unter dem Reiter „Hintergrundwissen". RWB hat die Informationen in die Rubrik „rechtliche Angaben" verbannt, und Derigo (BVT-Gruppe) hat unter „Unternehmen" drei Stichworte hinzugefügt: „Offenlegung Artikel 3 (SRDR)", „Offenlegung Artikel 4 (SRDR)" und „Vergütungspolitik Artikel 5 (SRDR)".

Auf der Homepage von Wealthcap wiederum finden sich die Angaben in der Rubrik „Wealthcap & Anlegerservices" und dort unter dem Stichwort „Unsere Verantwortung". Die entsprechende Unterseite enthält dann unter drei von vier Reitern ziemlich bunte Informationen zu Nachhaltigkeits-Aspekten. Der vierte Reiter mit der Bezeichnung „Offenlegung SRDR" führt zu den nackten Pflichtangaben, also ohne besondere grafische Aufbereitung.

So ist es für die KVGen offenbar relativ einfach, die rechtlichen Mindestanforderungen zu erfüllen – zumindest dann, wenn sie keinen besonderen Wert auf Layout legen und nicht mit Nachhaltigkeitsaspekten werben wollen. Das gilt auch für die Fondsprospekte, wobei zunächst unklar war, ob eine Nachtragspflicht für die laufenden Platzierungen besteht.

Mitte Februar, also kurz vor knapp, hat die Finanzaufsicht BaFin dann eine tabellarische Übersicht dazu veröffentlicht, welche Teile der Verordnung ab wann für wen anzuwenden sind. Kurios: Teilweise ist die Behörde sich selbst nicht ganz sicher. Jedenfalls ist der BaFin-Übersicht zufolge aber „in vorvertraglichen Informationen" die „Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken auf Produktebene" schon ab 10. März 2021 erforderlich. Ob dies im Prospekt selbst erfolgen muss oder ein separates Dokument ausreicht, bleibt offen.

Fondsprospekte mit „Nachhaltigkeitsrisiken" ergänzt, „Nachhaltigkeitsauswirkungen" erst ab Ende 2022 erforderlich

So haben die meisten der 14 untersuchten KVGen, aber nicht alle, zu ihren aktuellen Fonds Prospektnachträge oder -ergänzungen veröffentlicht, teilweise zusammen mit weiteren Aktualisierungen. Hauptsächlich geht es darin um die „Nachhaltigkeitsrisiken". Wer nun glaubt, mit „Risiken" sei wohl gemeint, welche Gefahren von dem Asset für die Umwelt ausgehen, liegt falsch. Vielmehr geht es um Risiken für den Fonds, etwa durch Überschwemmungen oder andere Extremwetter-Ereignisse als Folge des Klimawandels, aber zum Beispiel auch durch zusätzliche behördliche Auflagen in Sachen Nachhaltigkeit. Es handelt sich also im Wesentlichen um Ergänzungen der Risikohinweise.

Inwieweit der Fonds seinerseits eventuell das Klima oder sonst das Gute in der Welt gefährdet, fällt unter die „Nachhaltigkeitsauswirkungen". Angaben zu diesen „Auswirkungen" sind erst ab Ende 2022 erforderlich. Vorher sind zusätzliche Informationen über die „Risiken" hinaus nur notwendig, wenn ökologische oder soziale Merkmale beworben werden. Das gilt laut BaFin-Übersicht im Grundsatz schon seit 10. März 2021, im Detail jedoch erst ab Anfang 2022 oder später.

Ebenfalls erst später, voraussichtlich ab Anfang oder Mitte 2022, muss auch der Vertrieb die ESG-Kriterien in den Beratungsprozess einfließen lassen und bei der Geeignetheitsprüfung berücksichtigen. Bis dahin ändert sich also nicht viel. Vermittler sind sicherlich gut beraten, sich schon jetzt die Nachhaltigkeits-Informationen auf den Websites der Anbieter und in den Prospektergänzungen anzusehen, um auf entsprechende Fragen der Kunden vorbereitet zu sein. Ihre volle Wucht jedoch wird die ESG-Regulierung, oder wie auch immer sie dann bezeichnet wird, erst ab dem nächsten Jahr entfalten.

Autor: Stefan Löwer, Cash.

FOTO: ANDREAS KLINGBERG FOTOGRAF

EIN NEUER MANTEL FÜR SACHWERTE

Lange hatte sich der European Long Term Investment Fund (ELTIF) als rechtlicher Rahmen in der Branche der Sachwert-Investments für Privatanleger nicht durchgesetzt. Doch nun scheint das spezielle Vehikel Fahrt aufzunehmen.

Eingeführt wurden ELTIFs durch eine EU-Verordnung schon 2015, bis vor Kurzem spielten sie in Deutschland aber keine Rolle. Es handelt sich um alternative Investmentfonds (AIFs) in einer der verschiedenen europäischen Rechtsformen, die zusätzlich eine Reihe von Voraussetzungen erfüllen müssen und dann europaweit vertrieben werden dürfen. Zielsetzung der EU ist ein Rechtsrahmen vor allem für langfristige Investitionen in die Realwirtschaft, speziell in Infrastruktur und Private Equity.

„Der ELTIF stellt nicht weniger als die Schaffung eines EU-weit einheitlichen, neuen Anlagevehikels dar", sagt Markus Pimpl, Managing Director Client Solutions bei der Partners Group aus Zug (Schweiz). „Mit dem ELTIF wird Privatanlegern ein Vehikel für Sachwert- und Privatmarktanlagen an die Hand gegeben, das durch klar fixierte Anlagegrundsätze, ein hohes Maß an Transparenz, nachvollziehbare und vergleichsweise geringe Kostenbelastung und einfache Handhabung überzeugt", so Pimpl weiter. Private und institutionelle Investoren könnten so über ein sehr klar reguliertes Vehikel in ein breit diversifiziertes Spektrum von Privatmarktanlagen, also nicht-börsennotierte Assets, investieren. „Damit können sie die besonderen Charakteristika der Anlageklasse nutzen, ohne auf ein angemessenes Schutzniveau verzichten zu müssen, wie zum Beispiel eine sinnvolle Investmentdiversifikation. Denn für ELTIFs gelten klar fixierte Anlagegrundsätze, die eng gesteckt sind und auch durch den Regulator überwacht werden", erklärt er.

So zählt zu den gesetzlichen Vorgaben, dass der Fonds mindestens 70 Prozent seines Vermögens in illiquide, nicht-börsennotierte Anlageobjekte investiert. Explizit genannt werden in der ELTIF-Verordnung Infrastruktur, Unternehmensbeteiligungen und Fremdkapitalfinanzierungen. „Darüber hinaus sind auch Immobilieninvestments möglich, sofern sie Teil eines langfristigen Investitionsprojekts sind und nicht ausschließlich der Spekulation dienen. Ferner sind auch klassische Sachwerte wie Flugzeuge, Schiffe und Schienenfahrzeuge sowie Anlagen und Maschinen zulässige Investitionsobjekte", erläutert Pimpl.

Einzelne Sachwert-Investitionen müssen mindestens zehn Millionen Euro betragen und dürfen jeweils maximal zehn Prozent der Gesamtinvestition ausmachen. Daraus errechnet sich ein Mindestvolumen eines Sachwert-ELTIF von 100 Millionen Euro und in der Praxis wahrscheinlich deutlich mehr: Das Zehnfache der größten Einzelinvestition. Fremdkapital darf der Fonds nur bis maximal 30 Prozent seines Kapitals aufnehmen. Investments in andere Fonds sind lediglich in einem sehr engen Rahmen gestattet. Dachfondskonzepte sind damit ausgeschlossen. „Das vermeidet einerseits doppelte Kostenstrukturen und erhöht andererseits die Transparenz für Anleger", so Pimpl.

Auch die Anleger müssen Mindestvoraussetzungen erfüllen. Wer insgesamt weniger als 500.000 Euro auf der hohen Kante hat, darf maximal zehn Prozent seines Finanzportfolios in einen ELTIF anlegen, wobei die angelegte Summe mindestens 10.000 Euro betragen muss. Privatanleger müssen also über ein Finanzvermögen von wenigstens 100.000 Euro verfügen, um in einen ELTIF investieren zu dürfen. „Somit werden künftig auch wieder Investorengruppen aus dem klassischen Private-Banking-Segment angesprochen", sagt Pimpl.

Im vierten Quartal 2020 hat die Partners Group einen solchen Fonds auf Basis einer Luxemburger SICAV aufgelegt: Den „Private Markets ELTIF". Zielsetzung sind weltweit 30 bis 60 Direktinvestitionen, davon ungefähr 50 Prozent Private Equity, jeweils 20 Prozent Infrastruktur und Immobilien sowie zehn Prozent Private Debt. Mindestbeteiligung pro Anleger: 20.000 Euro oder US-Dollar. Laufzeit sind zehn Jahre nach dem letzten Closing, eine vorherige Rückgabe des Anteils ist nicht möglich. Der Fonds wird von der Partners Group in Kooperation mit der Schweizer Großbank UBS angeboten und ist laut ELTIF-Register der Europäischen Wertpapieraufsicht ESMA zum Vertrieb in 17 europäischen Ländern angemeldet.

Auch die Commerzbank-Tochter Commerz Real hat im Herbst 2020 einen ELTIF aufgelegt: Den „Klimavest". Er plant primär Investitionen in Erneuerbare-Energien-Anlagen sowie in zweiter Linie in nachhaltige Infrastruktur, Mobilität und Forstwirtschaft. Er ist den Unterlagen zufolge damit bezüglich der Nachhaltigkeit ein „Impact-Fonds". Erstes Fondsobjekt ist der „Windpark Beckum" in Nordrhein-Westfalen, ein Repowering-Projekt. Mindestbeteiligung sind 10.000 Euro.

Dieser Fonds macht der Bezeichnung „Long Term" alle Ehre: Er hat eine Laufzeit bis 31. August 2070. In diesem Fall gibt es jedoch nach Abschluss einer Anlaufphase von bis zu fünf Jahren grundsätzlich die Möglichkeit der Rückgabe des Anteils, bei einer Beteiligung von weniger als 500.000 Euro ohne Kündigungsfrist. Voraussetzung ist, dass alle Rückgabewünsche zu-

FOTOS: COMMERZ REAL/CHRISTOF MATTES, PARTNERS GROUP

sammen nicht mehr als die Hälfte des kurzfristig verfügbaren Bankguthabens des Fonds ausmachen. Wenn mehr Anleger gleichzeitig aussteigen möchten oder kein Geld da ist, wird die Rücknahme ausgesetzt oder quotal beschränkt.

Warum hat sich Commerz Real für die „Verpackung" als ELTIF entschieden? „Wir wollten einen Impact-Fonds für Sachwerte wie zum Beispiel erneuerbare Energien auflegen, der eine weitgehend offene Struktur hat und der neben institutionellen Investoren auch Privatanlegern zugänglich ist. Dafür hat sich der ELTIF als optimale Struktur angeboten, vor allem angesichts dessen, dass es Privatanlegern in Deutschland nicht möglich ist, über eine offene Struktur in solche Assets zu investieren", antwortet Timo Werner, Fondsmanager des Klimavest.

„Der Schwerpunkt der ELTIF-Verordnung liegt auf der Förderung langfristiger europäischer Investitionen in die Realwirtschaft wie zum Beispiel für Projekte in nachhaltige Energieerzeugung oder -verteilung. Zudem erlaubt die Verordnung, dass auch Kleinanleger sich an dieser Assetklasse beteiligen dürfen und schafft für diese mit der Einräumung von Rückgaberechten gezielt Anreize. Damit war uns recht schnell klar, dass für unser Vorhaben der ELTIF das perfekte Vehikel ist", so Werner weiter. Demnach ist die grundsätzliche Rückgabemöglichkeit wohl der wesentliche Grund für die Konzeption als ELTIF. Der Rest ließe sich schließlich mit weniger Restriktionen auch mit einem herkömmlichen Publikums-AIF realisieren, zumal Commerz Real einst zu den führenden Anbietern in diesem Segment zählte.

Timo Werner, Commerz Real: „Perfektes Vehikel"

Markus Pimpl, Partners Group: „Einfache Handhabung"

Vertrieben wurde der Klimavest zunächst exklusiv von der Commerzbank, ab dem 29. März dann auch über andere KWG-Kreditinstitute. „Haftungsdächer und Paragraf-34f-Vertriebe prüfen wir derzeit selektiv", kündigt Werner an. Weitere ELTIFs plane Commerz Real aber „erstmal nicht". Ein weiteres Investment-Schwergewicht hat im letzten Oktober bereits seinen zweiten ELTIF aufgelegt: Blackrock. Bei dem „Private Equity Opportunities ELTIF" müssen die „Kleinanleger" allerdings mindestens 125.000 Euro aufbringen. Das Register der ESMA weist aktuell (Stand 26. März 2021) drei weitere Anbieter aus, die den Vertrieb von ELTIFs auch in Deutschland angezeigt haben: Amundi, Muzenich und October Factory. In diesen Fällen geht es indes nicht um Sachwerte, sondern um nicht börsengehandelte Unternehmenskredite, private Schuldinstrumente oder andere Fremdkapitalvehikel als Zielinvestitionen.

In dem ESMA-Register sind insgesamt 111 in Europa zugelassene ELTIFs gelistet. Davon haben 44 Fonds von elf Anbietern den Vertrieb noch nicht angezeigt oder aufgenommen. In diesen Fällen ist noch offen, ob und in welchen Ländern sie angeboten werden und an welche Anlegergruppen sie sich dann richten. Es ist jedoch anzunehmen, dass wenigstens einige davon auch in den Publikumsvertrieb in Deutschland gehen werden. „Noch ist das ELTIF-Regime vergleichsweise jung und das Angebot entsprechend übersichtlich. Jedoch wächst das ELTIF-Fonds-Universum stetig und ist auf dem Weg, sich als Standard für geschlossene Fonds, welche auch privaten Investoren zugänglich sind, zu etablieren", sagt Partners-Group-Manager Pimpl. Dass ELTIFs an Bedeutung gewinnen, belegt auch ein anderes, eher zufälliges Indiz: Harald Elsperger, Vorstand des IT-Dienstleisters Xpecto, geht im Cash.-Interview (siehe Seite 86) ungefragt auf das bisher weitgehend unbekannte Vehikel ein. Demnach hat Xpecto einen der ersten ELTIFs voll elektronisch zeichenbar gemacht.

Ob sich der neue Mantel für Sachwerte allerdings tatsächlich zu einem ernsthaften Wettbewerber oder gar zu einer Bedrohung für Publikums-AIFs und Vermögensanlagen entwickelt, muss sich noch herausstellen. Für den ganz breiten Vertrieb sind ELTIFs schließlich schon wegen des erforderlichen Mindest-Finanzvermögens der Anleger nicht geeignet und gerade die Möglichkeiten, in Immobilien zu investieren, sind stark einschränkt. Auch in den anderen Assetklassen, vor allem also Erneuerbare Energie und Private Equity, muss es nicht unbedingt auf ein Entweder-Oder hinauslaufen. Ebenso ist ein Nebeneinander möglich. Schließlich existieren auch offene und geschlossene Immobilienfonds – mit ihren jeweiligen Stärken und Schwächen – schon lange parallel.

Autor: Stefan Löwer, Cash.

Harald Elsperger

„DIE BLOCKCHAIN WIRD BLEIBEN“

Digitalisierung ist nach wie vor ein Schwachpunkt vieler Sachwertanbieter. Die Pandemie hat den Druck erhöht, hier voranzukommen. Cash. fragte Harald Elsperger, Vorstand des IT-Dienstleisters Xpecto, nach Entwicklung und Fortschritten.

Inwieweit und in welchen Bereichen hat Corona die Digitalisierung der Sachwertbranche beschleunigt?
Elsperger: In den ersten Tagen der Pandemie ist der Auftragseingang bei uns stark angestiegen: Viele Häuser haben zuerst Themen aufgegriffen, die im Homeoffice funktionieren. Das waren die oft vernachlässigten Nebenthemen wie Meldeverfahren, Risikomanagement und Organisationsvereinfachungen. Der „digitale Weg“ in der Verwaltung ist aus unserer Sicht nun ein „must have“. Verteiltes und transparentes Arbeiten ist mit Papier und Medienbrüchen nur schwer zu organisieren. Viele Firmen nutzen begeistert Microsoft Teams und auch vermeintliche Blockierer bekommen so Lust auf mehr Digitalisierung. Die Frage ist also nicht mehr, ob digitalisiert wird, sondern wie und wann.
Wie hat sich das Thema der elektronischen Zeichnung bei den alternativen Investmentfonds (AIFs) entwickelt?
Elsperger: Der AIF wird aktuell noch zu 80 Prozent auf Papier gezeichnet, auch in Zeiten der Pandemie. Aus unserer Sicht ist das völlig unnötig und wird häufig durch einen bunten Mix an – oft konträren und internen – Rechtsmeinungen blockiert. Für die Bedenkenträger führen wir jetzt die „qualifizierte elektronische Signatur“ als neue Option ein. Damit ist die Onlinezeichnung auch rechtlich auf einer Ebene mit den Papieranträgen. Mit dieser Technik könnten auch Notare arbeiten, falls sich diese irgendwann der Digitalisierung stellen.
Das Platzierungsvolumen der Sachwertbranche ist 2020 im Publikumsgeschäft gegenüber dem Vorjahr um gut 20 Prozent gesunken. Inwieweit ist das nach Ihrer Einschätzung auch auf die vielfach noch immer nicht medienbruch-freie Zeichnung zurückzuführen?
Elsperger: Ich kann den Rückgang bei unseren Kunden aktuell nicht bestätigen, ein Großteil der Emittenten mit aktiven Produkten sind Kunden von uns. Wir sehen in den letzten Monaten wieder rege Produktplanung. Bei den neuen Produkten dominieren nachhaltige Themen und es gibt auch den Trend zu geringeren Renditen, aber auch geringeren Gebühren. Viele der neuen Produkte kann man ab wenigen Euro zeichnen. Einige Produkte legen zusätzlich ihr Anlegerregister in die Blockchain. Die neuen Angebote richten sich häufig auch an jüngere Anleger. Für diese Zielgruppe muss es aber zwingend digital, frisch und nachhaltig sein. Wir haben zuletzt ein Pilotprojekt komplett für Mobiltelefone entwickelt. Wir sehen aktuell 40 Prozent Zugriffe von Mobiltelefonen, vor zwölf Monaten waren es erst 25 Prozent. Im selben Zeitraum sind die Zugriffe insgesamt um 20 Prozent gestiegen. Das zeigt aus unserer Sicht zwei Dinge: Mehr Leute surfen mit dem Handy und mehr Leute interessieren sich für Sachwerte.
Welcher Rolle spielt die neue FinVermV, vor allem das „Taping“?
Elsperger: Wir begreifen Regulierung grundsätzlich als Chance. Das ist für einen Systemanbieter natürlich nicht verwunderlich. Taping kann man als Organisation eigentlich sehr gut integrieren: Es beginnt bei ganz einfachen Diensten, die mit Konferenzschaltungen arbeiten bis zu großen Lösungen, die in Telefonanlagen integriert werden. Wichtig ist aus unserer Sicht die Zusammenfassung aller Informationen an einer Stelle und damit sind Schnittstellen für die Datenübertragung aus den Systemen Pflicht. Von der planerischen Seite ist die strengere FinVermV kein Problem. Die Anforderungen des Paragraf 32 KWG haben wir voll umgesetzt, solange die Regulierung nicht wesentlich über dieses Niveau hinausgeht, haben wir alles auf Lager. Der extremste Bereich der Regulierung dürfte der neue ELTIF sein. Wir haben einen der ersten ELTIF jetzt voll elektronisch zeichenbar gemacht. Für diese Zeichnungsstrecke haben wir zusammen mit dem Kunden viele Themen neu gedacht und auch erfolgreich umgesetzt. Digital geht! Und zwar immer.
In dem geplanten Gesetz für elektronische Wertpapiere sind Publikums-AIFs bislang nicht vorgesehen. Welche Bedeutung hat die Blockchain-Technik trotzdem für das AIF-Geschäft?
Elsperger: Die Blockchain ist gekommen und wird bleiben. Natürlich ist die neue Technik nicht ohne Probleme und unerwünschte Begleiterscheinungen. Die Handelbarkeit ist dabei aber nur ein Aspekt. Schon die Transparenz des Anlegerregisters ist für alle Beteiligten ein großer Vorteil. Ich kann mir den Platzierungsstand und auch den Eigenanteil des Emittenten selbst einfach online ansehen. Jede Anteilsübertragung kann ich nachvollziehen und zwar immer. Ich bin mir sicher, wir werden demnächst die ersten AIFs in der Blockchain sehen. Das Anlegerregister in der Blockchain ist für Xpecto-Kunden eine weitere Option in der Verwaltung. Die schnelle Handelbarkeit und damit die Einstufung als Wertpapier ist bei AIFs etwas komplexer, der Weg zur Transparenz steht aber allen Anlageprodukten offen.

Die Fragen stellte Stefan Löwer, Cash.

FOTO: XPECTO

Cash. EXTRA

SACHWERTANLAGEN

In Kooperation mit: RWB · TSO · Verifort Capital

DIE GEWINNER-ASSETS

Warum Immobilien und Private Equity so erfolgreich der Pandemie trotzen

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

GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN

Man mag es nicht mehr hören. Das Leben in Deutschland scheint nur noch ein Thema zu kennen: Corona. Auch mehr als ein Jahr nach seinem ersten Auftreten, ist das Virus präsenter denn je. Es bestimmt unseren Tagesablauf in weiten Teilen und auch den Job, in dem viele frühere Tätigkeiten nach wie vor kaum möglich sind. Für die Sachwertebranche ist Corona Segen und Fluch in einem. Warum?
Keine andere Assetklasse ist in diesen Wochen und Monaten so gefragt, wie das Sachwertinvestment. Insbesondere Immobilien können von der enormen Nachfrage profitieren. Aber auch das Segment Private Equity schwimmt auf der Erfolgswelle – speziell wenn der Fokus auf den Segmenten Healthcare und IT liegt. Letztgenanntes kommt auch noch im Corona-Kontext zum Tragen. Er hilft dabei, gänzlich neue Wege zum Kunden zu erschließen. Persönliche Treffen, die insbesondere beim Erstkontakt in der Vergangenheit als sehr wichtig erachtet wurden, finden – wenn überhaupt – nur noch in ganz geringer Zahl statt. Vieles muss digital abgewickelt werden.
Und wie fällt die Bilanz nach mehr als einem Jahr Corona aus? Überdurchschnittlich positiv, wer hätte das gedacht. Nahezu jedes Unternehmen begrüßt die Vorteile der Digitalisierung als weiteren sehr effizienten Kontaktweg zum Kunden. Und auch wenn der Online-Kanal nach der harten Pandemiephase in seiner Bedeutung wieder etwas zurücktreten wird, verschwinden wird er nicht. Er ist gekommen, um zu bleiben. Das gilt aber wohl leider auch für Corona, wenn auch weniger herausfordernd als aktuell.

INHALT

90 Das Salz, bitte!
Auch wenn das Platzierungsvolumen bei Sachwertbeteiligungen in 2020 verglichen mit dem Vorjahr gesunken ist, so hat die Branche ihren Digitalisierungshebel im ersten Jahr der Pandemie doch sehr schnell umlegen können und den Vertrieb entsprechend unterstützt. Was davon in einer Post-Corona-Ära bleibt

94 „Enorm viel Potenzial für Sachwertanlagen“
Führende Vertreter aus drei unterschiedlichen Segmenten der Sachwertebranche diskutieren mit Cash. die Markt-Bilanz 2020, den Start in das Jahr 2021, neue regulatorische Pläne aus Brüssel und Berlin und die eignenen Produkt- und Digitalisierungsstrategien

FOTO: FLORIAN SONNTAG

Private Equity gibt es
in verschiedenen Farben.

DAS ORIGINAL IST GRÜN!

– seit 1999 –

Jetzt informieren:
+49 89 666694-200
www.rwb-ag.de

RWB
Spezialist für Private Equity

DAS SALZ, BITTE

Trotz des Rückgangs im Platzierungsvolumen hat die Branche der Sachwertanlagen insgesamt gut und schnell auf Corona reagiert. Digitale Lösungen werden bleiben, können persönliche Kontakte aber nicht ersetzen. Das waren nur zwei der Themen beim Roundtable mit drei Anbietern aus verschiedenen Bereichen der Sachwerte-Branche.

Digitale Kommunikation wird auch nach Corona bleiben, aber nur als zusätzlicher Weg.

Schon wieder ein Roundtable zum Thema Sachwertanlagen? Der 10. Cash. Branchengipfel Anfang November letzten Jahres ist doch noch gar nicht so lange her. Gab es da überhaupt so viel Neues zu besprechen?

Ja, gab es, und zwar erstaunlich viel: Die abschließende Bewertung des Geschäftsjahrs 2020, die aktuelle Entwicklung seit dem Jahreswechsel, die Gegenwart und Zukunft der Zielmärkte. Hinzu kamen – neben der aktuellen ESG-Thematik – gleich mehrere Regulierungsthemen, die in den vergangenen Monaten auf den Weg gebracht oder vorangetrieben wurden.

Trotz des gegenüber dem Branchengipfel kompakteren, schnelleren Formats dieses Roundtables bildeten die Teilnehmer eine große Bandbreite des Marktes der Sachwertanlagen ab: Immobilien Deutschland, Immobilien USA und Private Equity global. Alternative Investmentfonds (AIFs) und Emissionen nach Vermögensanlagengesetz. Coronabedingt diskutierten Rauno Gierig (Verifort Capital), Christian Kunz (TSO) und Nico Auel (RWB) einmal mehr digital per Video-Schalte.

So stand auch in diesem Fall die Pandemie zunächst im Mittelpunkt. Einig waren sich die Teilnehmer, dass Anbieter und Vertrieb im vergangenen Jahr insgesamt gut und schnell auf die Herausforderung reagiert haben. Nach einer nur kurzen Schockstarre antworteten sie mit digitalen Lösungen auf die plötzlichen Kontaktbeschränkungen. So waren noch vor nur gut einem Jahr Video-Konferenzen die absolute Ausnahme und allenfalls in Großunternehmen üblich, Webinare zwar oft eine Ergänzung, aber kaum die Basis der Kommunikation. Heute sind Video-Calls selbst für kurze Eins-zu-Eins-Gespräche schon fast Normalität – nicht nur in der Finanz- und Geschäftswelt.

Und doch fehlt das Salz in der Suppe: Die persönliche Begegnung der Anbieter mit dem Vertrieb und des Vertriebs mit den Kunden. So betonten alle drei Teilnehmer, ihr wichtigstes Vorhaben sei, den persönlichen Kontakt zu den Vertriebspartnern wieder herzustellen und zu intensivieren, sobald die Corona-Lage dies zulässt. Damit zeichnet sich ab, dass sich die Arbeitsbedingungen für den Vertrieb nach dem Abflauen der Pandemie wesentlich besser sein werden als davor. Denn Corona gibt der Gesellschaft einen enormen Schub in Sachen Digitalisierung. Diese wird nicht mit dem Virus wieder verschwinden.

Die Möglichkeiten der digitalen Kommunikation werden schließlich auch dann noch zur Verfügung stehen, wenn persönliche Begegnungen wieder möglich sind. Sie können dann zusätzlich zu den vorherigen Kanälen genutzt werden, wenn es Sinn macht. Der Vertrieb kann auf diese Weise die Beziehung zu seinen Kunden intensivieren, gleichzeitig viel Zeit sparen und zudem – das ist vielleicht sogar der wichtigste Punkt – den Stellenwert von Face-to-Face-Beratungsgesprächen enorm aufwerten. Vor Corona wird der persönliche Besuch des Beraters aus Sicht des Kunden vielfach eher als Belästigung wahrgenommen worden sein, künftig ist er ein Privileg.

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

RWB PARTNERS GMBH

Institutionelle Investmentqualität für Privatanleger

In der Covid-19-Pandemie ist die Nachfrage nach Lebensmittellieferungen und Take-Away-Mahlzeiten stark angestiegen und mit ihnen der Plastikmüll. Die italienische Fabbri Group – ein Produzent von Lebensmittelverpackungen – hat deshalb eine biologisch abbaubare Folie auf den Markt gebracht. Dank der Entwicklung landet nun zunehmend mehr Müll auf dem Kompost. Mit der schnellen Weichenstellung leistet die Firma wie viele andere Unternehmen in der Krise einen Beitrag zum Wohle der Gesellschaft – und nicht zuletzt profitieren auch die Eigentümer von der smarten Reaktion auf das veränderte Geschäftsumfeld. Im Falle der Fabbri Group sind das die Investoren eines Private-Equity-Fonds, der sich an der Firma beteiligt hat. Dazu gehören verschiedene institutionelle Investoren, die Seite an Seite mit Anlegerinnen und Anlegern der RWB in den Fonds investiert haben.

Nico Auel, Geschäftsführer der RWB Partners GmbH

Ein Private-Equity-Fonds beteiligt sich an 10 bis 15 Unternehmen mit etablierten Geschäftsmodellen. In der Regel gehen die Fondsmanager Mehrheitsbeteiligungen ein und können so gerade in Krisenzeiten schnell notwendige Entscheidungen treffen. Dies hat unter anderem dazu beigetragen, dass Private-Equity-Anleger bislang gut durch die Pandemie-Monate gekommen sind und die Anlageklasse aktuell eine so große mediale Aufmerksamkeit erhält wie nie zuvor.

Private Equity – für Privatanleger genauso geeignet, wie für Institutionelle

Die stark gestiegene Nachfrage nach Private Equity ausschließlich mit der Covid-19-Pandemie zu begründen, greift allerdings zu kurz. Seit dem Jahr 2000 sind die verwalteten Mittel stetig angewachsen. Zuletzt waren sie von 2015 und 2,6 Billionen auf 4,4 Billionen US-Dollar im Jahr 2020 angestiegen. Das Analysehaus Preqin erwartet eine weitere Verdopplung bis 2025. Für Elite-Universitäten, Family Offices, Banken wie Goldman Sachs und sogar für die katholische Kirche und viele weitere institutionelle Investoren gehörte Private Equity bereits vor der Pandemie standardmäßig ins Portfolio. Und obwohl die Anlageklasse von den oben genannten professionellen Großanlegern dominiert wird, sind seit vielen Jahren auch zehntausende Anlegerinnen und Anleger der RWB beteiligt.

Seit 1999 ermöglicht die RWB Privatanlegern den Zugang zur exklusiven Anlageklasse mithilfe von Private-Equity-Dachfonds. Die vergleichsweise kleinen Summen der Privatanleger (eine Beteiligung ist ab 2.500 Euro möglich) werden gebündelt investiert. Dieses Prinzip hat einen entscheidenden Vorteil: Anleger beteiligen sich nicht bloß an einem, sondern an einer Vielzahl von Private-Equity-Fonds und somit an mehreren hundert Unternehmen verschiedener Branchen und Länder. So entsteht eine breite Streuung im Sinne der Anlagesicherheit.

Mit rund 130.000 Anlageverträgen ist die RWB der erfahrenste Anbieter Europas im Privatkundensegment und steht auch bei der Investmentqualität mit an der Spitze. In diesem Jahr wurde das Portfoliomanagement innerhalb der Unternehmensgruppe bereits zum vierten Mal beim renommierten Private Equity Exchange Award in Paris mit Silber in der Kategorie ‚Bester Investor mit globalem Private-Equity-Portfolio unter 10 Mrd. US-Dollar' ausgezeichnet.

Vermögensberaterinnen und -berater können sich diese institutionelle Investmentqualität zu Nutze machen und ihren Kunden damit eine echte Lösung in der Niedrigzinsepoche anbieten. Denn ein Ende der Covid-19-Pandemie ist absehbar. Niedrige Zinserträge werden uns noch lange erhalten bleiben.

Kontakt: RWB Partners GmbH (Vertriebsgesellschaft der RWB), Keltenring 5, 82041 Oberhaching, Tel: 089 / 6666 94-200, E-Mail: psc@rwb-partners.de, Internet: www.rwb-partners.de

FOTO: DOMINIK OSSWALD

Zur Digitalisierung zählt auch, dass die Branche endlich auch bei dem elektronischen Zeichnungsprozess voran kommt. Das Thema ist schon seit vielen Jahren ein leidiger Diskussionspunkt, bei dem viele Anbieter nicht von der Stelle kamen. Hier hat Corona ebenfalls den Druck erhöht und einiges bewegt. Dennoch ermöglichen – soweit zu hören ist – bei weitem noch nicht alle Anbieter eine wirklich rein digitale Abwicklung, also ohne dass am Ende doch wieder Zeichnungsscheine ausgedruckt, händisch unterschrieben und dann per Scan und E-Mail oder auf dem klassischen Postweg durch die Gegend geschickt werden müssen, um schließlich wiederum manuell erfasst zu werden.

Dass die klassische Sachwertebranche bei der Digitalisierung vorankommen muss, hat nicht nur mit Corona zu tun. Sie könnte sonst den Anschluss an den Wettbewerb verlieren. Dazu zählen die Crowdinvesting-Plattformen, die schon seit Jahr und Tag rein elektronisch arbeiten und deren Produkte den Fonds von ihrem wirtschaftlichen Kern zum Teil immer ähnlicher werden. So bezeichnet der Marktführer Exporo sich selbst nicht mehr Crowdinvesting-, sondern „Plattform für digitale Immobilieninvestments". Ein immer größerer Teil der Plattform-Emissionen erfolgt inzwischen mithilfe der Blockchain-Technologie in Form von „Token". Aus dieser Perspektive lebt ein großer Teil der klassischen Branchen noch in der Steinzeit. Cash. hat in dem Special Digitalisierung in der vergangenen Ausgabe ausführlich darüber berichtet (siehe Ausgabe 4/2021).

Das neue Anlegerschutzgesetz enthält eine Aufwertung von Vermögensanlagen und einen Adelsschlag für den Vertrieb

Bislang funktionieren die Token-Emissionen rechtlich nur über den Umweg Luxemburg. Doch die Bundesregierung hat schon im September 2019 im Rahmen ihrer „Blockchain-Strategie" die Einführung elektronischer Wertpapiere in Deutschland angekündigt. Ein erster Gesetzentwurf aus dem Finanzministerium folgte im Oktober 2020. Darin waren zunächst nur die von den Online-Plattformen gerne eingesetzten Inhaberschuldverschreibungen rein digital, also ohne die Papierform, vorgesehen. Das hätte zunächst nicht viel geändert, weil die Plattformen ohnehin schon mit Blockchain arbeiten.

In dem überarbeiten Entwurf, den die Regierung kurz vor Weihnachten verabschiedet hat, wurde die Einführung elektronischer Wertpapiere jedoch auch auf Sondervermögen ausgeweitet, also auf die Milliarden Euro schwere Branche der offenen Investmentfonds. Damit wird die „Tokenisierung" wohl bald auch offene Fonds erfassen – und damit vor allem für Immobilienfonds ein unmittelbares Konkurrenz-Segment der geschlossenen Investmentvermögen. Diese sind weiterhin nicht in elektronischer Form vorgesehen. Insofern dürfte der durch Corona ausgelöste Druck bei der herkömmlichen Digitalisierung der Publikums-AIFs durchaus auch unter dem Gesichtspunkt hilfreich sein, dass die Branche gegenüber den Wettbewerbern nicht noch weiter ins Hintertreffen gerät.

Ein weiteres Gesetzesvorhaben betrifft die Publikums-AIFs in einem wesentlichen Punkt nicht direkt, könnte aber ebenfalls ihre Wettbewerbsposition verschlechtern: Das geplante Fondsstandortgesetz, das kurz vor Weihnachten auf den Weg gebracht wurde. Demnach können Publikums-AIFs zukünftig auch als Master-Feederfonds konzipiert werden, also als „Zubringer" für einen weiteren Fonds, der auch aus anderen Quellen gespeist wird. Zudem sollen Infrastrukturfonds künftig auch als Sondervermögen aufgelegt werden können, also – wie bisher nur die offenen Fonds – ohne den sperrigen Mantel einer Investment-Kommandit- oder -Aktiengesellschaft.

Doch die Resonanz der Anbieter von Publikumsfonds darauf ist bislang ziemlich verhalten. Denn bei dem wesentlichen Punkt bleiben sie außen vor: Der generellen Möglichkeit, auch geschlossene Investmentfonds als Sondervermögen zu konzipieren. Dies bleibt den Spezial-AIFs vorbehalten, also den Fonds für professionelle oder „semi-professionelle" Anleger ab 200.000 Euro Mindestbeteiligung.

Ebenfalls kurz vor Weinachten, am 22. Dezember, gab das Finanzministerium der Branche einen weiteren Gesetzentwurf mit auf den Weg in die Festtage: Das Gesetz zur weiteren Stärkung des Anlegerschutzes, das sich in erster Linie auf Vermögensanlage-Emissionen bezieht. Der Gesetzentwurf, auch die im Februar 2021 von der Bundesregierung verabschiedete Fassung, sieht das Verbot von Blind-Pool-Vermögenanlagen vor. Das könnte eine Reihe von Emittenten in diesem Segment zur Anpassung ihrer Konzeptionen zwingen.

Ansonsten enthält das neue Anlegerschutzgesetz eine Aufwertung der Vermögensanlagen-Emissionen, insbesondere durch die gesetzliche Einführung einer Mittelverwendungskontrolle. Auch der Vertrieb erhält einen Adelsschlag. Demnach dürfen Vermögensanlagen künftig nicht mehr im Eigenvertrieb des Emittenten selbst oder per „execution only" vermittelt werden, sondern nur „im Wege der Anlageberatung oder Anlagevermittlung durch ein Wertpapierdienstleistungsunternehmen oder einen Finanzanlagenvermittler". Nach der Gesetzesbegründung übernehmen damit „sachkundige Vermittler und Berater die Rolle einer Schutzinstanz". Das klingt doch wesentlich anders als das Bild des gierigen Finanzberaters, das sonst von Politikern – vor allem aus dem linken Spektrum – gerne gezeichnet wird.

In der Gesetzesbegründung zum Regierungsentwurf ist dabei ein Einschub hinter „Vermittler und Berater" entfallen, der in dem ersten Referentenentwurf aus dem Finanzministerium noch enthalten gewesen war: „die künftig einheitlich unter Aufsicht der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht stehen werden".

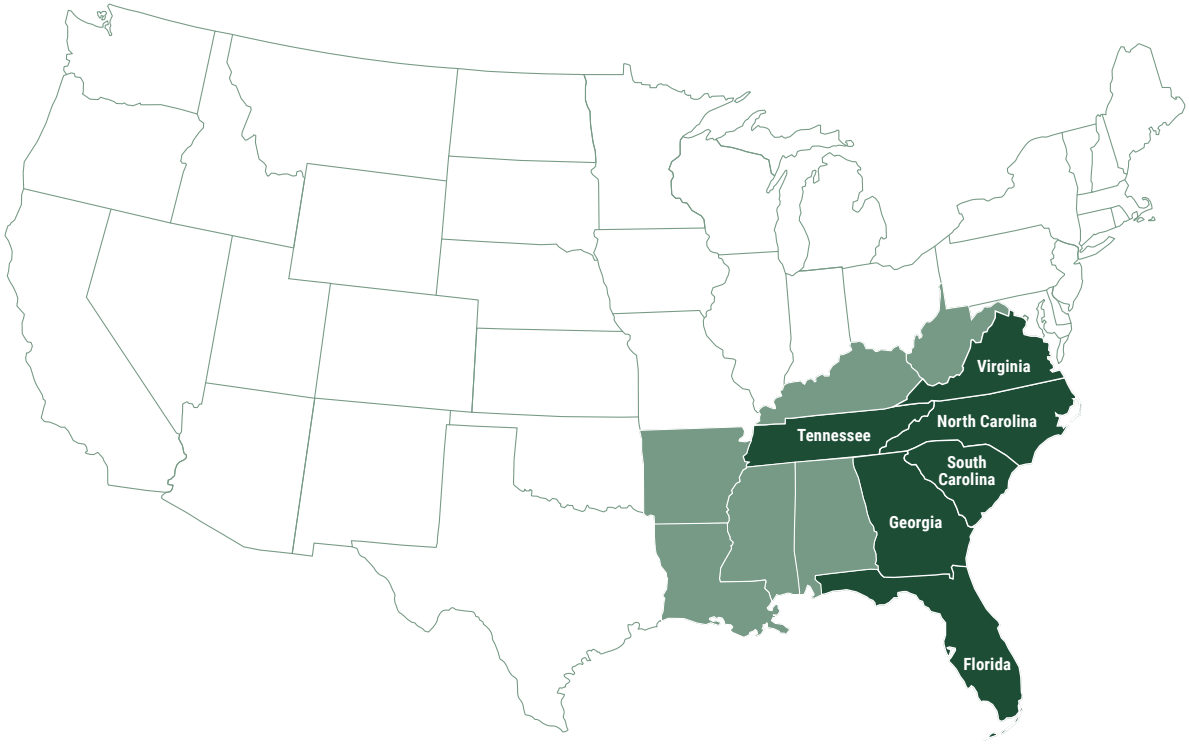
Ob Finanzminister Olaf Scholz (SPD) damit allerdings von seinem Vorhaben abgerückt ist, auch die gewerblichen Vermittler (Paragraf 34f Gewerbeordnung) unter die Aufsicht der BaFin zu stellen, muss bezweifelt werden. Vermutlich wollten sich lediglich die CDU- und CSU-Minister nicht diese SPD-Position klammheimlich unterschieben lassen, zumal der Punkt in dem Gesetzentwurf ansonsten gar nicht behandelt wird. Entschieden ist also noch nichts. Allgemein wird jedoch davon ausgegangen, dass das Thema BaFin-Aufsicht für 34f-Vermittler nicht mehr vor der Bundestagswahl im September entschieden wird. Und dann werden die Karten ohnehin neu gemischt.

Warum Christian Kunz trotz des drohenden Blind-Pool-Verbots gelassen bleibt, aus welchem Grund Rauno Gierig nicht glaubt, dass Publikumsfonds durch das Fondsstandortgesetz ins Hintertreffen geraten, welche Lösungen Nico Auel bezüglich Online-Beratung und -Abschluss auch für seine Wettbewerber anbietet sowie die Antworten der drei Herren auf viele weitere aktuelle Fragen lesen Sie auf den folgenden Seiten.

Stefan Löwer, Cash.

THE SIMPSON ORGANIZATION

Immobilieninvestments im Südosten der USA



Professionelles Asset Management seit 1988.
www.tso-europe.de

TSO CAPITAL ADVISORS GMBH | Taunusanlage 11 | 60329 Frankfurt am Main

Teilnehmer des digitalen Roundtables (von links): Christian Kunz (TSO), Nico Auel (RWB), Rauno Gierig (Verifort Capital).

„ENORM VIEL POTENZIAL FÜR SACHWERTANLAGEN“

Cash. sprach mit drei Vertretern aus unterschiedlichen Assetklassen über das Fazit 2020, den Start in das Jahr 2021, aktuelle Gesetzesvorhaben sowie künftige Entwicklungen und Planungen.

2020 ist das Platzierungsvolumen im Markt der Sachwertanlagen sowohl im Publikumsgeschäft als auch bei Großanlegern zurückgegangen. Wie ist es bei Ihnen gelaufen?

Auel: Die Covid-19-Pandemie hat zum einen intern zu erheblicher Mehrarbeit geführt. Zum anderen hat sich in unserem Beispiel der Dialog mit den Private-Equity-Managern extrem intensiviert, weil wir schnell einen Überblick bekommen wollten, wie sich die Pandemie auf die Portfolien, das Fundraising und die Exit-Aktivitäten auswirkt. Das war eine sehr große Kraftanstrengung. Im Vertrieb sind wir sehr gut durch das Jahr 2020 gekommen. Wir hatten im Publikumsgeschäft über 14 Prozent Wachstum, im institutionellen Produktbereich ein Plus von rund 136 Prozent, wenngleich von einer deutlich geringeren Basis. Wir hatten aber auch ein Rekordjahr, was die Ausschüttungen angeht. Nie zuvor haben RWB Fonds so hohe Auszahlungen geleistet wie 2020. In der Private Equity Branche selbst sind gerade im zweiten Quartal 2020 die Deal-Aktivitäten extrem eingebrochen, stärker als in der Finanzkrise. In den Folgemonaten haben die Aktivitäten aber wieder stark zugenommen. Auf Jahresbasis gab es weltweit im Private Equity Bereich 24 Prozent weniger Deals als 2019. Darunter sind sicherlich viele Transaktionen, die lediglich verschoben wurden und in 2021 nachgeholt werden. Abzuwarten bleibt noch, ob es bei dieser „V“-Entwicklung bleibt, oder ob es noch zu einer „W“-Formation kommt, also einem erneuten Abschwung der Wirtschaft und der Aktienmärkte. Dann könnte Private Equity wiederum sehr stark profitieren, weil die Kassen voll sind und die Unternehmen dann billig gekauft werden können. 2020 ging es so schnell wieder hoch, dass es - anders als in der Finanzkrise 2008 - keine längerfristige Situation gab, wo Private Equity zu sehr günstigen Preisen hätte einkaufen können.

Kunz: In den USA war die Situation etwas anders. Die Wirtschaft stand auf einmal still, es gab unter dem damaligen Präsidenten Trump keine große politische Führung und auch keine nationale Regelung. Das führte zu großer Unsicherheit an den Märkten. Praktisch alle Player im Immobiliensegment haben die Objekte zunächst vom Markt genommen. Das Transaktionsvolumen ist

FOTOS: CHRISTIAN DAITCHE WWW.FOTOBONN.DE, DOMINIK OSSWALD, LYONELSTIEF

generell sehr, sehr stark gesunken. Das war allerdings nicht in überall in den USA so, schließlich ist das Land so groß wie ganz Europa. Wir sind ausschließlich im Südosten der USA aktiv, und da waren die Auswirkungen noch relativ überschaubar. Im Tagesgeschäft kamen die Einschränkungen durch behördliche Auflagen hinzu. Wir konnten zum Beispiel nur mit einem Bruchteil der Angestellten gleichzeitig im Office sein. Die größte Auswirkung haben wir bei Prozessen gespürt, bei denen es um Zeit ging. Wir haben letztes Jahr durchaus sowohl Verkäufe wie auch Ankäufe tätigen können und auch von Vorteilen wie niedrigen Zinsen profitiert, aber Notartermine, Genehmigungsverfahren und Finanzierungsprozesse haben viel länger gedauert normalerweise. Wir haben aber Gott sei Dank kaum Ausfälle gehabt und auch einige neue Mieter gewinnen können, aber es war halt viel arbeitsintensiver.

Hat sich das auch im Vertrieb Ihrer Vermögensanlagen in Deutschland niedergeschlagen?

Kunz: Ja, generell schon. Hier spielten mehrere Faktoren eine Rolle, das ist Fluch und Segen einer hohen Wiederanlagequote. Da wir weniger Sonderausschüttungen aus Objektverkäufen hatten, gab es auch weniger Wiederanlagen als zu gewöhnlichen Zeiten. Aber es wird natürlich in so einer schwierigen Zeit auch für den Vermittler nicht einfacher, neue Kunden zu gewinnen. Ein Großteil unserer Vertriebspartner lebt von dem persönlichen Kontakt zu den Kunden. Das ist ein wichtiger Bestandteil des Geschäftsmodells, der ihnen mit Corona genommen wurde. Hinzu kommt, dass wir ein sehr starkes Endjahr in 2019 hatten. Wir hatten am Jahresende knapp 70 Millionen US-Dollar platziert. Dieser Betrag hat Anfang 2020 gefehlt und als dann das normale Geschäftsjahr durchgestartet ist, kam die Corona-Thematik. Zudem waren in den deutschen Medien im ersten Halbjahr die USA im Fokus. Die in dieser Zeit kommunizierten Nachrichten haben es nicht einfacher gemacht für den Vertrieb.

Macht sich der Regierungswechsel in den USA schon bemerkbar?

Kunz: Vertrieblich ist das durchaus ein Thema, aber wir versuchen seit Jahren schon, den Vertriebspartnern und den Kunden klarzumachen, dass wir ein Geschäftsmodell nicht von der politischen Führung abhängig machen. Rein von der unternehmerischen Seite haben wir von Trump wirklich profitieren können. Dass Trump als Person sehr schwierig war, haben wir im Vertrieb aber schon gemerkt. Mit dem Wahlergebnis haben wir Feedback von Vermittler- und auch von Kundenseite bekommen, dass viele erleichtert sind.

Verifort Capital hat den Vertrieb des aktuellen Pflegeimmobilien-Fonds im vierten Quartal aufgenommen. Wie ist er angelaufen?

Gierig: Ich würde sagen, wir haben ein lachendes und ein weinendes Auge. Das lachende Auge ist, dass wir ungeplant eine Assetklasse haben, die sehr nachgefragt ist. Das Thema Pflege ist in der Krise in den Vordergrund gerückt, weil Pflege-Immobilien weiterhin nachgefragt sind und sich unabhängig von einer Pandemie oder von wirtschaftlichen Veränderungen entwicklen. Der Pflegemarkt ist ja im Prinzip gemanagtes Wohnen und die Nachfrage ist sehr stabil. Da gab es keinen einzigen Mietausfall, und zwar in der ganzen Branche nicht. Auf der anderen Seite sind wir in der Pandemiezeit gestartet als neuer alter Player oder zumindest als Unternehmen, das einen Relaunch vorgenommen hat und mit neuer Marke, mit neuen handelnden Personen an den Markt gegangen ist. Uns fehlt doch ein Stück weit der persönliche Kontakt, die Plattformen, wo man sich trifft, austauscht und mal beschnuppern kann. Wir machen viele Webinar-Formate oder auch Einzel-

Webinare, aber das hat uns schon zeitlich etwas zurückgeworfen, auch wenn der Vertrieb gut angelaufen ist und wir durchaus Investorengelder einsammeln können. Aber unterm Strich sehen wir das trotzdem positiv, denn selbst wenn Öffnungen kommen, haben wir sowohl ein funktionierendes digitales Vertriebssystem als auch dann wieder die Plattformen zum persönlichen Austausch. Und ich glaube, es ist auch die Zukunft, dass sich diese beiden Modelle sehr gut ergänzen werden und uns insgesamt auch mehr Kontaktpunkte zu potenziellen Kunden bieten.

Schauen wir nach vorn. Was passiert, wenn Corona vorbei ist?

Gierig: Ich glaube nicht, dass es irgendeinen Zeitpunkt gibt, an dem man sagen kann: Jetzt ist Corona vorbei. Das sehe ich nicht. Ich erwarte, dass dieses Virus uns langfristig begleiten wird und wir mit diesem „neuen Normal" ein Stück weit leben müssen. Ich glaube, dass wir alle unsere Lernkurven haben und dass der digitale Bereich ganz entscheidend bleibt, dass vielleicht sogar der digitale Vertrieb und auch die Werbeformen noch einmal zulegen werden, dass die Plattformen für persönlichen Austausch eher weniger werden, und wenn, dann sehr, sehr dezimiert und sehr kontrolliert. Die Klasse der Sachwertanlagen bleibt attraktiv und ich sehe weiterhin große Chancen im Geschäft mit Immobilienfonds. Aber dass wir davon ausgehen können, ab einem gewissen Zeitpunkt das alte Leben zurückbekommen, das wir mal hatten, das sehe ich zumindest kurzfristig nicht.

Auel: Die Gesellschaft, aber auch die Marktwirtschaft insgesamt haben bewiesen, wie schnell gerade Unternehmen auf einmal unter diesem enormen Druck reagiert haben und wie schnell ganze Geschäftsmodelle verändert wurden. Bei der Politik oder bei den Behörden haben wir sicherlich hier und da verlangsamte Reaktionen gesehen. Was die Geschäftsmodelle von Fondsanbietern angeht, zeigt sich jetzt auch der große Vorteil des Portfolio-Gedankens, also breit streuender Fonds. Ein Anleger, der über verschiedene Zielfonds viele Branchen und Regionen abdeckt, ist enorm im Vorteil gegenüber jemandem, der mit einem einzelnen Fonds auf einen einzelnen Trend oder gar eine einzelne Branche gesetzt hat, die vielleicht besonders von der Krise betroffen ist. Das wird künftig noch stärker in den Vordergrund treten. Ich stimme zu, dass die persönlichen Kontakte im Vertrieb extrem fehlen und eine Art Lähmung entstanden ist, die bei vielen Partnern zu einer abwartenden Haltung geführt hat. In dieser Zeit ist die intensive und nahe Betreuung gerade der Vermögensberater noch viel wichtiger. Dazu zählt zum Beispiel Unterstützung durch Kunden-Webinare, aber auch Druck aufzubauen und klar zu kommunizieren, wo der Alltag verändert werden musst. Wer da schnell reagiert hat, der profitiert jetzt schon. Wir haben jetzt bei digitalen Kundenveranstaltungen doppelt so viele Teilnehmer wie im Mai letzten Jahres. Da ist schon ein Umdenken und langfristig betrachtet führt diese Krise dazu, dass sich Prozesse verschnellern und dass Dinge ans Tageslicht gekommen sind, die jeder Einzelne im Alltag ändern muss. Deshalb bin ich grundsätzlich sehr optimistisch, wobei ich bezüglich der wirtschaftlichen Gesamtentwicklung davon ausgehe, dass, wenn die Flut zurückgegangen ist, bei der Ebbe noch einiges sichtbar werden wird, was jetzt noch übertüncht wird.

Christian Kunz, Sales & Marketing Manager beim US-Anbieter TSO.

Kunz: Die Vertriebsseite in Deutschland sehe ich genauso. Für die Entwicklung in den USA sind wir sehr optimistisch. Trump hat bei der Beschaffung von Impfstoff nicht gekleckert, sondern geklotzt und jetzt mit der neuen Führung gibt es auch eine einheitliche Marschrichtung. Das ist schon mal sehr, sehr gut. Dazu kommt das Konjunkturprogramm. Damit wird die Wirtschaft mit weiteren 1,9 Billionen US-Dollar gefördert. Die Amerikaner sind ein konsumorientiertes Volk, die Wirtschaft lebt davon. Wichtige Indikatoren für unser Geschäftsmodell, neben dem demographischen Aspekt des Bevölkerungswachstums, sind das Verbrauchervertrauen und die Konsumausgaben. Hier sehen wir für die nächsten Monate erhebliches Erholungspotenzial. Die Arbeitslosenzahlen mit knapp über sechs Prozent gehen sukzessive zurück. Wir gehen davon aus, dass das BIP-Wachstum in diesem Jahr sechs bis acht Prozent betragen kann. Das sind alles Faktoren, die generell den Markt für uns sehr attraktiv machen. Wir haben momentan eine hohe Liquiditätsreserve, sodass wir - wenn der Markt sich dann wieder erholt - sehr schnell kaufen können. Diese Möglichkeit haben viele Mitbewerber nicht. Wir haben gute Finanzierungsmöglichkeiten und auch dadurch einen Wettbewerbsvorteil. Und wir haben phantastische Finanzierungskonditionen für amerikanische Verhältnisse. Insgesamt sind wir für das laufende Jahr sehr optimistisch.

Die Kehrseite der niedrigen Zinsen sind stark gestiegene Assetpreise. Wie weit geht das noch und ist das nicht irgendwann auch ein gefährliches Niveau?

Gierig: Immobilien bieten als ein Baustein generell Stabilität und einen regelmäßigen Cash-Flow. Im Umfeld fehlender Alternativanlagen besteht sogar noch ein Fünkchen Hoffnung, dass sie noch ein Stückchen im Wert steigen, auch wenn man es vielleicht gar nicht mit kalkuliert. In dem aktuellen Niedrigzinsumfeld mit Negativzinsen auf dem Sparbuch hat eine Immobilie auch dann einen Vorteil, wenn sie nur noch zwei oder 2,5 Prozent Mietrendite bietet. Es gibt aber immer noch Segmente, in denen man auch im Immobilienbereich höhere Renditen erzielen kann, aber mit ein bisschen mehr Risiko und Risikobereitschaft. Dabei kommt es darauf an, sein Portfolio auf mehrere Beine zu stellen, also durch unterschiedliche Standorte und Nutzungsarten zu diversifizieren. Stabilität ist King. Diversifikation und dadurch Stabilität zu erreichen, ist viel mehr wert, als nur die Berücksichtigung einer Einzelrendite.

Welche Rolle spielen die niedrigen Zinsen bei Private Equity?

Auel: Auf Ebene unserer Dachfonds haben wir nur Eigenkapital, aber in der Private-Equity-Branche insgesamt haben wir in den letzten zwei Jahren eine deutlich steigende Fremdkapitalquote wahrgenommen und wir sehen hohe Assetpreise, auch durch den niedrigen Zins. Doch man muss sich die Teilmärkte differenziert anschauen. Nachgefragt sind vor allem die Branchen, die gut durch die Krise gegangen sind. Von den Private Equity Deals weltweit entfallen fast 60 Prozent auf Healthcare, Technology, Financial Services und spezielle Industriegüter. Die Nachfrage nach belastbaren Geschäftsmodellen in Covid-19-Zeiten ist groß, und damit steigen auch genau für diese Branchen erheblich die Assetpreise. Wir haben uns aber immer auf Value-add-Private-

FOTOS: CHRISTIAN KUNZ, DOMINIK OSSWALD

Equity-Fonds im Mid-Market-Bereich konzentriert, wo noch über Wachstumsinitiativen und Prozessveränderungen echte Werte geschaffen werden. Wir sind nicht im großen Konzern-Leverage-Buyout-Segment unterwegs, wo das Leverage, also die Hebelwirkung durch Fremdkapital, ein großer Teil der Wertschöpfung ist. Unser Fokus liegt also auf Private-Equity-Managern, die operativen Wert stiften und nicht über Financial Engineering quasi abhängig sind von niedrigen Zinsen.

Was würde passieren, wenn wider Erwarten die Zinsen steigen?

Kunz: In den USA gab es schon vor Corona steigende Zinsen und das Zinsniveau war in den letzten Jahren immer deutlich höher als in Deutschland. Es ist aber auch in den USA noch immer wesentlich geringer als in früheren Jahren. Das hat uns im Bestands-Portfolio eine erhebliche Kostenersparnis gebracht, weil wir bei den Objektgesellschaften mehrere Darlehen erneuern mussten. Dadurch haben wir jetzt schon mehrere Millionen US-Dollar Einsparung. Bei den aktuellen Ankäufen kommt uns zugute, dass wir so günstig Fremdkapital aufnehmen können, wie noch nie in der Geschichte von TSO. Ein eventuell steigendes Zinsniveau kann man bei Vertragsabschluss berücksichtigen, zum Beispiel durch längerfristige Zinsfestschreibung bei flexiblen Ausstiegsklauseln ohne Vorfälligkeitsentschädigung. Somit sind wir für Ankäufe gut vorbereitet: An den Standorten, an denen wir gerade sind, kann man ungefähr zur elffachen Jahresmiete gut vermietete Immobilien ankaufen. Davon träumt man in Deutschland natürlich. Aber in den USA gibt es diese Ausnahmesituation.

Nico Auel, Vertriebs-Geschäftsführer beim Private-Equity-Spezialisten RWB

Kommen wir zur Regulierung, zunächst zur EU-Offenlegungsverordnung bezüglich der Nachhaltigkeit (ESG). Wie haben Sie sich auf das Inkrafttreten am 10. März vorbereitet?

Auel: Viele Details sind nach wie vor seitens der Regulierung nicht geklärt. Wir haben aber zum 10. März Nachträge zu den Prospekten und entsprechende Hinweise auf den Internetseiten veröffentlicht. Ein quantitatives System zur Bestimmung von Nachhaltigkeitsrisiken gibt es noch nicht. Da bleiben viele Details der Regelungen noch abzuwarten. ESG-Kriterien sind seit einigen Jahren Kernbestandteil unserer Due-Diligence-Prozesse. Zudem haben wir die Principals for Responsible Investment der Vereinten Nationen unterzeichnet und uns somit einem Prozess verschrieben, nachhaltige Kriterien noch stärker in Investitionsentscheidungsprozesse einzubauen. Für den Vertrieb ist der 10. März kein so großes Datum, aber es kann natürlich sein, dass im Nachgang noch einiges an Detailthemen kommt, die auch bei uns für viel Arbeit oder Abstimmungsnotwendigkeit mit den einzelnen Beratern sorgen.

Gierig: Für uns ist Nachhaltigkeit ein Riesenthema, weil auch die Politik sehr stark auf das Thema Immobilienwirtschaft schaut. Wir sehen es nicht als Hemmschuh, sondern für uns als Turbo. Wir achten zum Beispiel beim Sourcing unserer Pflege-Immobilien auf den energetischen Standard. Dabei geht es uns nicht nur darum, ob die Immobilie KfW-förderungswürdig ist, sondern dass sie insgesamt den vorgegebenen Kriterien entspricht. Man muss aber auch sehen, dass es in der Praxis noch keine klare Einheitlichkeit gibt. Wie üblich hat die Politik Vorschriften erlassen und dann ist die Praxis gefordert, Lösungen zu finden. Hierzu sind wir auch mit Wettbewerbern und Verbänden in Kontakt. Bei unserem aktuellen Pflegeimmobilienfonds haben wir die ESG-Kriterien noch nicht formal berücksichtigt. Bei unseren künftigen Fonds werden wir sie auch in die Anlagebedingungen einbauen. Darüber hinaus haben wir für uns intern einen Code of Conduct entwickelt, zum Beispiel bezüglich Mitarbeiterführung und dem Thema Frauenquote. Einen festen Masterplan haben wir aber noch nicht, das Thema ist ständig im Fluss.

Kunz: Regulatorisch sind wir von der Offenlegungsverordnung zunächst nicht betroffen, weil weder Vermögensanlagen noch 34f-Vermittler, mit denen wir ausschließlich zusammenarbeiten, darunter fallen. Grundsätzlich ist das Thema für uns als Gewerbeimmobilien-Anbieter aber interessant, vor allem in Bezug auf die energetische Aufwertung von Gebäuden. Eine energieeffiziente Immobilie mit Zertifikat oder dergleichen ist auch vertrieblich von Vorteil, sowohl bei der Vermietung und dem Verkauf des Objekts als auch im Vertrieb unserer Vermögensanlagen.

Ende 2020 ist ein Gesetzentwurf für ein „Fondsstandortgesetz" auf den Weg gebracht worden. Darin sind unter anderem neue Möglichkeiten für Master-Feeder-Fonds und geschlossenen Infrastruktursondervermögen sowie für Spezial-AIFs die Möglichkeit von geschlossenen Sondervermögen geplant. Was halten Sie davon?

Auel: Grundsätzlich begrüßen wir jede Initiative, die Möglichkeiten für AIFs zu erweitern und Bürokratie abzubauen. Aber für uns sind im Publikumsgeschäft die Anknüpfungspunkte sehr gering. Die Feeder-Thematik ist für uns nicht relevant. Das geschlossene Sondervermögen für Spezial-AIFs könnte für die zukünftige Produktentwicklung relevant werden, aber wir sind hauptsächlich im Publikumsgeschäft unterwegs. Freuen würde uns, wenn das Thema Sondervermögen für Publikums-AIFs noch eingebracht werden würde, weil das dann auch anders versteuert wird.

Ist zu erwarten, dass sich der Trend zu Spezial-AIFs durch die neuen Möglichkeiten für diese noch verstärkt?

Gierig: Kurzfristig erwarte ich nicht, dass der Spezial-AIF mit dem Publikums-AIF in Konkurrenz gerät, weil die Zielgruppen sehr unterschiedlich sind. Für unser Publikumsgeschäft ist das Gesetz bisher wenig relevant. Wir würde es aber begrüßen, wenn die Möglichkeit eines geschlossenen Sondervermögens in einem zweiten Schritt auch auf Publikumsfonds ausgeweitet wird.

Außerdem ist ein „Gesetz zur weiteren Stärkung des Anlegerschutzes" geplant. Darin sind in erster Linie neue Vorschriften für Vermögensanlagen enthalten, unter anderem ein Verbot von Blind Pools. Wie gehen Sie damit um?

Kunz: Generell ist zu begrüßen, wenn die Vermögensanlage unter anderem durch eine vorgeschriebene Mittelverwendungskontrolle aufgewertet wird. Das Vermögensanlagengesetz als Regulierungsstandard hat in jedem Fall seine Daseinsberechtigung und es gibt viele Anlageformen, die sich damit besser und eher im Anlegerinteresse realisieren lassen, als über das KAGB. Beim Thema Blind Pool diskutiert man hier aber im Wesentlichen am Anlegerinteresse vorbei. Denn eine Abschaffung dieser Anlageform bei Vermögensanlagen würde dem Anleger im Ergebnis

Diversifizierungsmöglichkeiten nehmen. Da schlicht auf AIFs zu verweisen, funktioniert wirtschaftlich nur sehr eingeschränkt, womit man im Ergebnis dem Anleger Entscheidungsmöglichkeiten nimmt. Wir beobachten den Fortgang des Entwurfs und sollte am Ende tatsächlich eine solche Regelung stehen, werden wir darauf vorbereitet sein. Da sehen wir entsprechend sehr entspannt in die Zukunft.

Die Bundesregierung hat zudem den Gesetzentwurf für elektronische Wertpapiere überarbeitet. Demnach sind unter anderem offene Fonds künftig auf Basis der Blockchain-Technik zulässig, geschlossene AIFs aber nicht. Welche Folgen wird das haben?

Gierig: Wir beobachten das. Aber mehr auch nicht. Diese digitale Welt ist für viele nicht greifbar, genauso wie der Bitcoin für viele noch nicht greifbar ist, auch wenn Elon Musk das als Zahlungsmittel akzeptieren möchte zum Kauf eines Teslas. Solange es noch nicht verstanden wird, tun wir uns schwer mit diesen rein digitalen Produkten. Und ich denke dabei nicht nur an den Kunden, sondern vor allem der Vermittler versteht so was nicht. Das mag im Direktvertrieb über Online-Plattformen anders sein. Ich sehe in der Branche immer noch genug Digitalisierungsmöglichkeiten, zum Beispiel in Hinblick auf Webinare und digitale Kommunikation. Und dann über wirklich digitale Produkte zu sprechen und da einen vernünftigen Vertriebsweg aufzubauen, fühlt sich im Moment einfach weit weg an.

Wenn es offene Fonds bald rein digital kostengünstig auf Knopfdruck gibt, müssen geschlossene AIFs nicht stärker gegenhalten?

Auel: Ich weiß nicht, ob man dagegenhalten muss. Der Markt ist groß genug für uns alle. Und wenn Aktien und Immobilien profitieren, dann profitieren auch wir als Private-Equity-Anbieter. Man darf natürlich nicht blauäugig sein und muss sich das alles ansehen, aber es ist im Augenblick nicht unser Fokus. Wir haben verschiedene Zielgruppen. An erster Stelle steht das Publikumsgeschäft. Vor ein paar Jahren haben wir zudem den institutionellen Bereich aufgebaut, der stark wächst. Ich kann mir auch vorstellen, dass wir bald spezielle Produkte für semi-professionelle Investoren anbieten werden. Die vierte Gruppe, und die sehe ich eher in dem angesprochenen Umfeld, ist der technologieaffine Selbstentscheider, der extrem kostenbewusst ist und größere Teile des eigenen Beratungsprozesses mehr oder weniger selber durchführt. Das sehen wir uns an, es ist aktuell aber von den drei oder vier Vertriebsthemen das letzte und wird für uns eher im einem Zeithorizont von zehn bis 15 Jahren relevant.

Rauno Gierig, CSO des Immobilienfonds-Anbieters Verifort Capital

Kommen wir zurück zur näheren Zukunft. Was ist in nächster Zeit aus Ihren Häusern zu erwarten?

Kunz: Großartige Änderungen am Produkt sind von uns in nächster Zeit nicht zu erwarten. Wir werden Prozesse weiterhin optimieren. Und natürlich haben auch wir im letzten Jahr gemerkt, wie wichtig es ist, dass man digitale Lösungen liefert. Ich möchte aber so schnell wie möglich wieder hin zu Präsenzveranstaltungen, persönlichen Terminen und Kundenveranstaltungen.

Gierig: Auch bei uns steht ganz oben auf der Agenda, wieder persönliche Betreuung zu bieten, entsprechende Plattformen zu nutzen und persönliche Bindungen aufzubauen. Das betrifft auch unsere Vermögensverwaltung in der Schweiz, die wir gerade auch aus Deutschland bedienen, weil wir nicht in die Schweiz können. Aber wir wollen da unbedingt präsent sein, wie in Deutschland. Produktseitig platzieren wir den Pflegeimmobilien-Fonds HC1, aber arbeiten auch schon an dem Folgefonds und entwickeln einen Gewerbe-Value-Add-Fonds für Deutschland. Er wird sich an Anleger richten, die nicht das klassische Buy-and-Hold möchten, also rein auf die Mieterträge gerichtete Konzepte, sondern einen Assetmanager, der die Wertschöpfung hebt. Der vielleicht etwas mehr Risiko geht, aber vielleicht auch eine Rendite von fünf bis sechs Prozent erwirtschaftet. Das ist das zweite Standbein, das wir im Moment entwickeln, konzipieren und dann zur BaFin bringen. Wie sich dies zeitlich gestalten wird, bleibt abzuwarten, aber ich hoffe, dass wir zum zweiten Halbjahr einen Gewerbefonds haben werden. Dann haben wir immer zwei Produkte parallel im Angebot. Generell erwarte ich nach der Krise enorm viel Potenzial für Sachwerte, vielleicht sogar das Jahrhundert der Sachwerte. Deswegen sehe ich eine große Chance und Potenzial, die Sachwertequote bei den Privatkunden zu erhöhen und endlich dahin zu kommen, wo Institutionelle schon längst sind.

Auel: Der Fokus von RWB liegt aktuell auf der Schließung des Fonds International 7 zum 30. Juni 2021. Wir haben ihn ein halbes Jahr länger aufgelassen, obwohl wir das Vertriebsziel schon erreicht haben, weil wir wegen Covid enorme Chancen sehen und möglichst viele Leute mit reinholen wollten. Anschließend werden wir nahtlos den Folgefonds anbieten. Der wird sich wahrscheinlich von der Struktur nicht groß unterscheiden. Ende des Jahres schließt dann der Direct Return III, für den wir ebenfalls einen Nachfolger planen. Ansonsten liegt der Fokus stark auf dem Ausbau unserer digitalen Beratungsplattform „RWB Live“. Unsere Tochterfirma Walnut wird zudem eine eigene Plattform auf den Markt bringen und der gesamten Branche und den Beratern zur Verfügung stellen. Einige der größten Anbieter von AIFs und Vermögensanlagen sind bereits angebunden.

Dann lassen sich dort auch Fonds anderer Anbieter zeichnen?

Auel: Genau. Es gibt das RWB Live, auf dem unsere Partner angeschlossen sind. Dort können sie komplett digital ohne Papier die Beratung durchführen, inklusive Zeichnung und Legitimierung, ohne dass sie sich irgendetwas herunterladen müssen. Die Walnut bringt mit der Plattform ‚Walnut Live‘ eine Plattform auf den Markt, die auf der gleichen Technologie basiert. Allerdings können Berater hier über eine einzelne Plattform aus verschiedenen Produkten verschiedener Anbieter wählen. Wir sind hier als RWB angebunden. Es sind aber auch bereits weitere Anbieter von AIFs und Vermögensanlagen beispielsweise aus dem Immobilienbereich dabei. Generell ist unser Ziel, unsere Interessen mit anderen Anbietern zu bündeln und gemeinsam Veranstaltungen zu machen, gemeinsame Webinare und eben den Beratern auch eine gemeinsame Beratungstechnologie zu bieten. Davon versprechen wir uns sehr viel.

Das Gespräch führte Stefan Löwer, Cash.

FOTO: FRANK LUGER WWW.ART-PHOTOGRAPHY.DE.

TSO

US-Immobilieninvestments: gute Chancen in Sicht

TSO bietet seit 2006 auf dem deutschen Markt Finanzanlagen im Immobilienbereich an. Investments tätigt das Unternehmen mit Hauptsitz in Atlanta (Georgia) ausschließlich im Südosten der USA. Christian Kunz, Sales & Marketing Manager für den deutschen Markt, sieht die aktuelle Situation für Investitionen positiv.

Christian Kunz ist Sales & Marketing Manager der deutschen Vertriebsgesellschaft von TSO mit Sitz in Frankfurt am Main und Düsseldorf.

Viele Unternehmen sind im Krisenmodus, aber Sie strahlen Zuversicht aus.
Christian Kunz: Ja, das ist richtig. Aber man muss auch zwischen Deutschland und den USA differenzieren. Wir investieren im Südosten der USA. Aus unserer Erfahrung heraus und wie man jetzt wieder sehen kann, entwickeln die USA in Krisen eine ganz eigene Dynamik. Die demographischen Vorteile und das unternehmensfreundliche Klima des Südostens der USA fördern die wirtschaftliche Erholung und sichern den langfristigen Erfolg gut geplanter und durchgeführter Investitionen. Die Biden-Regierung arbeitet ordentlich, die Impfstrategie greift: Da ist Licht am Ende des Tunnels zu sehen. Die Entwicklung in Richtung Normalität hat einen ganz anderen Drive als hier in Deutschland.

Einen Drive, der sich auch auf Ihre Branche auswirkt?
Kunz: Ja, klar. Die USA haben Mitte März ein weiteres beispielloses Konjunkturprogramm aufgelegt. Man tut alles dafür, damit sich Land und Wirtschaft erholen. Uns eröffnet das enorme Chancen. Vor allem für den Ankauf neuer Objekte, die wir zu sehr guten Konditionen finanzieren können, und um Finanzierungen ablösen: Haben wir vor einiger Zeit noch teilweise zu 6–7 % finanziert, so ist dies nun zu 3–4 % möglich.

Allerdings werden immer weniger Objekte angeboten, richtig?
Kunz: Das ist richtig. Es gelangen derzeit weniger Objekte in den Verkauf, weil in den vergangenen Monaten ein teilweiser Preisverfall eingesetzt hat, der Transaktionsmarkt sich aber insgesamt deutlich verlangsamt hat – niemand möchte seine Immobilie zu günstig verkaufen. Doch da TSO in der Region seit Jahrzehnten fest verwurzelt ist, wissen wir, wo interessante Objekte zu finden sind. Wer konkrete Verkaufsabsichten hat, spricht uns von sich aus an, da wir als solider und verlässlicher Partner bekannt sind.

Selbstlagerzentren, die regelmäßig ca. 30 Monate gehalten werden, sind die perfekte Beimischung in TSO-Portfolios. Im Bild hier das Self-Storage „Adams Drive“ in Atlanta (Georgia), das Ende 2020 seine Tore geöffnet hat. (Foto: TSO)

Welche Vorteile bieten sich für TSO im Ankauf?
Kunz: Sind mehrere Investoren an einem Objekt interessiert, so ist bekannt, dass TSO zügig und sorgfältig prüft und dann einen realistischen Kaufpreis sowie einen verbindlichen Transaktionszeitraum nennt, mit dem Verkäufer planen können. Selbst wenn dieser Preis unter dem vom Verkäufer gewünschten Preis liegen sollte, erhält TSO häufig den Zuschlag, weil man weiß, dass eine einwandfreie Abwicklung des Verkaufsprozesses zu erwarten ist. Diesen Vorteil an Geschwindigkeit und Transaktionssicherheit kann TSO durch Markterfahrung sowie ausdifferenzierte und über die Jahre verfeinerte Berechnungsmethoden bieten.

Welche Immobilien haben bereits den Weg in Ihr aktuelles Portfolio gefunden?
Kunz: Für unser aktuelles Produkt, den TSO Active Property III sind das eine Class A-Büroimmobilie bestehend aus zwei Gebäuden sowie zwei Self-Storages (Selbstlagerzentren). Die Büroimmobilie liegt auf einem attraktiven Markt und trägt über Mieteinnahmen zu einem kontinuierlichen Cashflow bei. Büroimmobilien zur weiteren Verbesserung des Cashflows befinden sich derzeit im Ankaufsprozess. Self-Storages, also kleinere, kürzer laufende Projekte, werden beigemischt, um dank ihrer kurzen Haltedauer zügig Gewinne zu erwirtschaften.

Eine neue Strategie?
Kunz: Nein, das handhaben wir schon länger so, da wir Wert auf widerstandsfähige Portfolios mit guten Renditeaussichten legen. Der TSO Active Property III wird auch weiter in diese Richtung gehen und ist bereits gut aufgestellt. Derzeit prüfen wir zusätzliche Objekte, um die Marktchancen, die sich bei der Erholung bieten, konsequent zu nutzen.

Weitere Informationen bei: TSO Capital Advisors GmbH, Taunusanlage 11, 60329 Frankfurt am Main, Telefon +49 69 87000656-0, info@tso-europe.de, www.tso-europe.de

FOTO C. KUNZ: KAI FUNCK

BAUEN, BAUEN, BAUEN!

In Großstädten und Ballungsbieten, aber auch in kleineren Universitätsstädten eine Wohnung zu finden, egal ob zum Kauf oder zur Miete, braucht Zeit, Nerven – und ein gut gefülltes Portemonnaie. Im leidlich bezahlbaren Segment scheinen die Märkte geradezu leergefegt zu sein.

FOTO: PICTURE ALLIANCE/DPA

Auch die rege Bautätigkeit im Bakenhafen und Überseequartier in der Hamburger Hafencity wird den Wohnungsmangel in der Hansestadt nicht beheben.

Anders als die Kaufpreise scheinen die Mieten aber inzwischen an eine gläserne Decke zu stoßen. „Die Zeit der exorbitanten Mietensteigerungen im Bundesschnitt sind endgültig vorbei“, so F+B-Geschäftsführer Bernd Leutner. Die Neuvertragsmieten für Wohnungen seien im 4. Quartal erneut bundesweit gesunken. Von den 50 teuersten Städten verbilligten sich die Neuvertragsmieten in 27 Städten, am stärksten in Freiburg (-5,6 %), in Berlin um -1,4 %, in Frankfurt um -2,1 %) und Stuttgart um -1,3 %. München (+1,3 %) und Düsseldorf (+1,1 %) legten leicht zu. Die Bestandsmieten stiegen bundesweit leicht um 0,3 % im Quartalsvergleich und um 1,2 % auf Jahressicht.

Gründe für den Stopp liegen auch in der Corona-Krise. Über sieben Millionen Deutsche mussten im Frühjahr in Kurzarbeit, Creditrefom sagt für 2021 rund 24.000 Firmenpleiten voraus. Konkurrent Crifbürgel rechnet mit bis zu 110.000 Privatinsolvenzen. In Hamburg gehen laut einer Umfrage des Portals Dein Neues Zuhause 80 Prozent der Befragten von einem geringeren Haushaltseinkommen aufgrund der Corona-Krise aus. Das wahre Ausmaß dürfte erst nach Auslaufen der Hilfsmaßnahmen deutlich werden.

Durch Instrumente wie das Kurzarbeitergeld oder die Verlängerung des Arbeitslosengeldes haben die meisten Menschen zwar genug Geld für die Miete, aber die Nachfrage geht wie immer in wirtschaftlich unsicheren Zeiten zurück. Der Ausbruch der Pandemie hat Zuwanderung und internationale Fachkräftemigration gestoppt. Studenten bleiben bei ihren Eltern wohnen, Familien vertagen die Entscheidung für eine größere Wohnung.

Insgesamt hat das Mietniveau anscheinend die Leistungsfähigkeit vieler Haushalte erreicht, meint der Chef des Mietervereins zu Hamburg Siegmund Chychla. Nach seiner Einschätzung hat ein Drittel der 720.000 Mieterhaushalte in der Stadt nicht mehr als 1600 Euro im Monat netto zur Verfügung. „Alles was um die zehn Euro ist, können viele noch bezahlen aber ab 12 wird es richtig dünn“, weiß Chychla.

Unter zehn Euro ist aber auch in den schwächeren Lagen der Großstädte kaum etwas zu finden. Die mittleren Neubaumieten (Median) betragen nach Angaben von Colliers International in Hamburg 14,82 Euro, in Düsseldorf 14,10 Euro, in Frankfurt 16,73 Euro, in Stuttgart 16,94 Euro, in München 20,16 und in Berlin 15,61 Euro. Obwohl Hamburg im Vergleich zu anderen Großstädten über ein zumindest zahlenmäßig besseres Wohnungsangebot verfügt - Grund ist das 2011 geschlossene Bündnis für das Wohnen mit Jahresziel von 10.000 neuen Wohnungen - sind Mieten selbst in Randlagen nicht günstig. So werden laut Colliers im Neubaugebiet Fischbek, keine begehrte Lage, Wohnungen zwischen 12,50 und 14,40 Euro pro Quadratmeter annonciert. In der City Süd oder in Groß Borstel liegen Angebote zwischen 16 und 19 Euro. In sehr guten Lagen werden die 20 Euro regelmäßig überschritten. Bei Baukosten von mindestens 4000 Euro pro Quadratmeter (incl. Grundstück) sei keine Miete unter 13, 14 Euro möglich. Das könne der Markt nicht regeln, so Richard Winter, Niederlassungsregionalleiter Nord bei JLL. „Da muss der Staat eingreifen“.

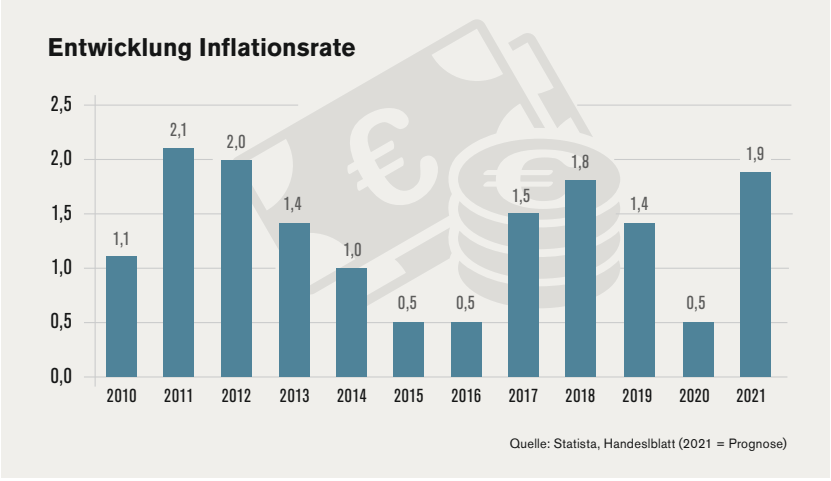
Es würden zwar Sozialwohnungen gebaut, aber die Zahl kompensiere nur die Wohnungen, die aus der Bindung herausfallen, entgegnet Chychla. Laut Mieterverein fehlen in der Hansestadt 30.000 bezahlbare Wohnungen.

„Das Mietniveau wird angesichts der Vielzahl hochbezahlter Arbeitsplätze in den Großstädten hoch bleiben“

In anderen Großstädten das gleiche Bild. Das Verbändebündnis „Soziales Wohnen“ in dem sich u.a. der Deutsche Mieterbund, die IG BAU und die Caritas-Behindertenhilfe zusammengeschlossen hat, spricht von einem „Drama auf dem deutschen Sozialwohnungsmarkt“. Für 2021 erwartet das Bündnis eine „neue Wohnungsnot, die sich im Laufe des Jahres zuspitzen wird – insbesondere für Bevölkerungsgruppen, die schon heute zu einem Großteil vom Wohnungsmarkt abgehängt sind“. Tendenziell gestoppter Mietpreisanstieg bedeute, so der Mieterverein, nur in Ausnahmefällen signifikant sinkende Mieten. Zu beobachten etwa in Neubaugebieten am Stadtrand, wo größere Projektentwicklungen auf den Markt kommen und hier insbesondere bezüglich Staffelmietvereinbarungen oder Indexklauseln.

„Das Mietniveau wird angesichts der Vielzahl hochbezahlter Arbeitsplätze in den Großstädten hoch bleiben und nach Überwindung der Pandemie, wenn die Arbeitskräftemigration wieder einsetzt, vermutlich wieder steigen“, so Winter. Zudem sei die Qualität der Wohnung angesichts vieler Beschränkungen und dem Trend zum Homeoffice stärker ins Blickfeld gerückt. Viele Menschen kämen angesichts der unvermindert steigenden Kaufpreise beim Immobilienkauf nicht mehr zum Zuge. „Das sind diejenigen, die nach längerer Suche bereit sind, auch eine teurere Wohnung zu mieten“.

Vom Gesamtverband der Wohnungswirtschaft kommt allerdings heftige Kritik an den Berichten zur Miethöhe. Sie basierten überwiegend auf Daten der Online-Plattformen. Die preiswerten Wohnungen der Genossenschaften und kommunalen Anbieter würden aber nicht darüber inseriert. „Fast 90 Prozent der neu- und wiederver-



Axel Gedaschko, GdW, kritisiert die Diskussion um Miethöhen, die die Realität verzerre.

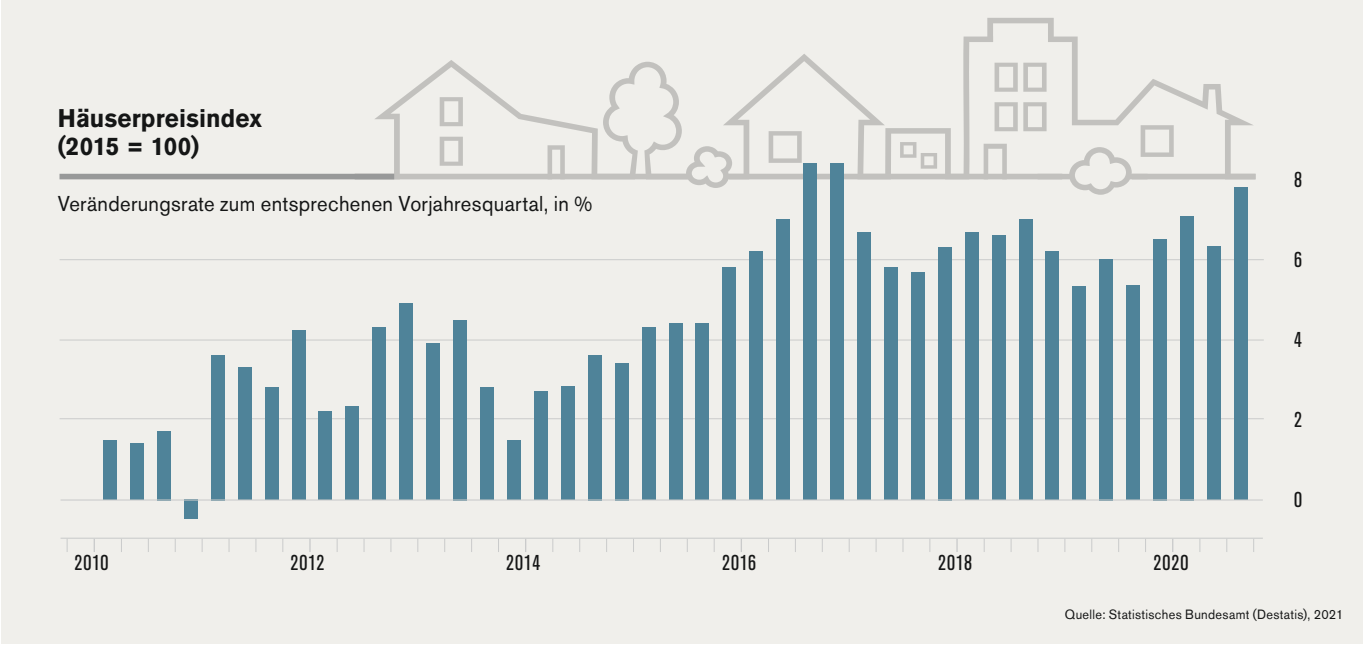
FOTO: NILS HASENAU

mieteten GdW-Wohnungen liegen unter dem Median der Angebotsmieten aus Online-Inseraten“, so GdW-Präsident Axel Gedaschko.
Die Bundesregierung hat auf dem Wohnungsbau-Gipfel mit Kanzlerin Merkel im Februar bekannte Rezepte präsentiert, wie dem Wohnungsmangel abzuhelfen ist: Radikaler Abbau der Baubürokratie, Senkung der Standards und überzogener (Umwelt)-Auflagen, Entschlackung des Baurechts, Bereitstellung preiswerten Baulands, private Wohneigentumsförderung.

Am Rande des Gipfels wurde auch ein altes Thema neu belebt, die Umwandlung von Büros, die möglicherweise durch vermehrtes Arbeiten zu Hause nicht mehr benötigt werden. Etwa 235.000 Wohnungen in innerstädtischen Bereichen könnten so bis 2025 aus bisherigen Büroflächen entstehen, wie das Kieler Bau-Beratungsinstitut Arge für das Bündnis „Soziales Wohnen“ errechnete. Damit könne die Umwidmung von Büroflächen helfen, die „entscheidenden Fehler in der Wohnungsbaupolitik“ von Bund und Ländern auszubügeln. Als ein Hauptgrund für die nach wie vor zu geringe Bautätigkeit gilt der Engpass an Bauland. Wer heute bezahlbaren Wohnraum errichten will, findet dafür kaum noch ein bezahlbares und gut zu bebauendes Grundstück.

Debatte in ganz Deutschland über das Verbot zum Bau von Einfamilienhäusern in Teilen Hamburgs

Deshalb sollen im Hamburger Bezirk Nord in neuen Bebauungsplänen keine Einfamilienhäuser mehr ausgewiesen werden. Diese regionale Entscheidung hat eine Debatte in ganz Deutschland über diese Gebäudeklasse initiiert. Andreas Breitner vom Verband Norddeutscher Wohnungsunternehmen: „In verdichteten Räumen mit hoher Nachfrage nach bezahlbarem Wohnraum sind neue Einfamilienhäuser kein Teil der Lösung,



sondern Teil des Problems. Hinzu kommt die ökologische Seite: wenig Menschen auf viel Raum ist nicht effizient, verbraucht unnötige Ressourcen und versiegelt viel Fläche für wenig Nutzen."

Die meisten Bauwilligen dürften ohnehin nur außerhalb der Stadtgrenzen fündig werden. Menschen, die sich vergrößern und mehr Wohnqualität, Garten oder zumindest Balkon oder Terrasse, haben wollen, ziehen ins preiswertere Umland. Ein Stückchen eigenes Grün ist seit Corona begehrt wie lange nicht. Den Garten haben auch Familien vermisst, die mit Spielplätzen als Auslauf bisher zufrieden waren. Die Makler haben schnell gespürt, dass sich die Ansprüche an Wohnungen durch Homeoffice und Coronakrise verändert haben. „Das Interesse, etwas weiter draußen zu wohnen steigt zwar schon seit längerem, weil man sich dort eher ein Haus oder eine Wohnung mit einem Arbeitszimmer leisten kann", so Konstantin Kortmann von JLL. Die derzeitige Misere habe zwar das Potenzial, die Urbanisierung kurzfristig ins Stocken zu bringen, à la longue aber werde der Trend anhalten.

Jeder zweite Makler verzeichnete zuletzt eine steigende Nachfrage nach Immobilien auf dem Land oder in Randgebieten

Dennoch verzeichnet jeder zweite Makler (48 Prozent) eine steigende Nachfrage nach Immobilien auf dem Land oder in Randgebieten, so eine Online-Umfrage von McMakler. Danach wünschen sich am ehesten jüngere Paare unter 50 Jahren (47,9 Prozent) und Familien mit Kindern (42,7 Prozent) ein Leben im Grüne. Mit 74,2 Prozent sind die günstigeren Immobilienpreise in ländlichen Gegenden der ausschlaggebende Faktor für einen Umzug.

Eine Umfrage des Immobilienportals Deinneueszuhause.de in Kooperation mit der PSD-Bank Nord bestätigt die große Wechselbereitschaft in die Randlagen. 36 Prozent der Befragten aus dem Stadtgebiet gaben an, dass sie pandemiebedingt einen größeren Platzbedarf haben, 22 Prozent würden gern in eine ruhigere Gegend ziehen. 43 Prozent der Befragten haben sogar konkrete Umzugspläne, davon suchen 22 Prozent eine Mietwohnung, 21 Prozent planen einen Kauf. Das hat dazu geführt, dass der gut angebundene Speckgürtel vielfach überproportionale Miet- und Preissteigerungen verzeichnet.

Für das Segment Eigentumswohnungen hat JLL kürzlich ermittelt, dass der Preisanstieg im 30 bis 40 Minuten entfernt liegenden Umland der acht deutschen Immobilienhochburgen um durchschnittlich fast 50 Prozent höher als in den Kernstädten ist. Beim Lesen der Statistiken vergisst man allerdings häufig, dass man in Deutschland sehr ungleich wohnt. Während in den Ballungszentren ein regelrechter Kampf um Wohnraum tobt, gibt es auf dem Land oder in strukturschwachen Regionen auch Wohnungen für fünf Euro Miete. In 69 der 401 kreisfreien Städte und Landkreise wurden in den vergangenen zwei Jahren über 50 Prozent mehr Wohnungen gebaut, als tatsächlich benötigt werden.

In die meisten Marktberichte fließt dies nicht ein. Der 45. bulwiengesa-Immobilienindex 2021 auf Basis von 49 westdeutschen Städten zeigt, dass seit 16 Jahren die Immobilienpreise steigen. Trotz Pandemie und konjunkturellem Einbruch stieg der Teilindex Wohnen mit plus 5,0 Prozent (Vorjahr: +5,8%) weiter an. Das kräftigste Wachstum erzielen die Kauf- und Grundstückspreise in A-Städten bei Reihenhäusern (+9,9%) und Neubau-Eigentumswohnungen (+7,0%).

Der Preistrend wird in allen Marktberichten bestätigt. Laut Postbank Wohnatlas 2021 stiegen die Wohnungspreise in 94 Prozent aller deutschen Landkreise und Städte an, inflationsbereinigt im Bestand um 9,6 Prozent und damit stärker als 2019. Betroffen sind auch bislang günstige Städte – hier lag der durchschnittliche Zuwachs bei neun Prozent – und das Umland der Metropolen. Auch der 1995 gegründete Project Unterneh-

mensverbund, Anbieter auf dem Markt für Immobilienbeteiligungen, hat die aktuellen Angebotspreise für sieben deutsche Großstädten analysiert. Als Durchschnittspreise für neue Eigentumswohnungen ermittelte Project Research in Berlin 7.237 Euro, plus 5,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr, Hamburg 7.329 Euro (+17,2%), Frankfurt 7.887 Euro (+ 2,6 %), München 11.148 Euro (+ 8,2 %), Düsseldorf 7261 Euro (-1,5 %), Köln 5.882 Euro (+ 1,7 %).

Laut Wohnimmobilienindex IMX von Immoscout24 zeichnet sich allerdings in einigen hochpreisigen Metropolmärkten wie Frankfurt, Köln, München und Hamburg bei Eigentumswohnungen eine Tendenz zu leichten Preiskorrekturen ab. In der gesamtdeutschen Betrachtung zeigten sich aber die Angebotspreise für Bestands- und Neubau-Wohnungen sowie für neue Einfamilienhäuser eher unbeeindruckt von der anhaltenden Corona-Pandemie.

Angesichts der Preisentwicklung wird seit Jahren darüber diskutiert, ob sich der Immobilienmarkt in einer Blase befindet, die irgendwann einmal platzen wird. Die Bundesbank sieht ebenso wie das Wohnungs-Forschungsinstitut Empirica zu hohe Preise zwischen 15 und 30 Prozent über dem Wert, der durch demografische und wirtschaftliche Fundamentalfaktoren angezeigt ist. Das Kaufpreis-Jahresmiete-Verhältnis habe seinen langjährigen Mittelwert seit der Wiedervereinigung in den Städten um gut 25 Prozent und in den sieben größten Städten um gut 35 Prozent übertroffen.

Dennoch ist die Diskussion um eine Blase leiser geworden, weil – auf absehbare Zeit – weder ein Überangebot von Wohnungen noch ein Nachfrageeinbruch oder eine Kreditschwemme droht. Die Baufinanzierer versichern, dass ihre Kunden nach wie vor solide finanzierten.

Motor für die weiter steigende Nachfrage und den Preisauftrieb auf dem Immobilienmarkt ist der Mangel an Anlagealternativen

Etwas verwirrend erscheint die Erschwinglichkeitsstudie des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW). Studienautor Michael Voigtländer schreibt, dass trotz Preissteigerungen, die die Mietsteigerungen weit übersteigen, die Erschwinglichkeit des Wohneigentumsgestiegen sei. In fast der Hälfte der Großstädte könne Wohneigentum innerhalb eines Zeitraums von 35 Jahren abbezahlt werden, ohne stärker als ein Mieter belastet zu sein. Allerdings stagniere die Wohneigentumsquote, da nur 15 Prozent der Mieter über ein gespartes Kapital von 60.000 Euro verfügten, das notwendig sei. Innerhalb der wichtigen Gruppe der 25- bis 40-jährigen seien es weniger als zwölf Prozent.

Motor für die hohe Nachfrage und die steigenden Preise auf dem Immobilienmarkt sind weiterhin der Mangel an halbwegs sicheren Anlagealternativen und die extrem günstigen Finanzierungen. Allerdings haben aufkeimenden Inflationsängste jüngst dafür gesorgt, dass die Renditen bei Bundesanleihen und Pfandbriefen angezogen haben, was sich wiederum leicht auf die Bauzinsen ausgewirkt hat.

Dem Run auf Immobilien tut das keinen Abbruch: „Die großen Pensionskassen, Immobilienfonds, Versicherungen und weitere investieren stark im Bereich Wohnimmobilie. Selbst in einer Krise ist der Mietausfall fast nicht spürbar und Leerstände sind ebenfalls kaum vorhanden. Viele Immobilieninvestoren, die in der Vergangenheit ausschließlich in gewerbliche Objekte investierten, haben seit der Corona-Pandemie die Wohnimmobilie als Beimischung zum Portfolio entdeckt. Die Wohnimmobilie ist bei den großen Investoren wie das Gold im Depot“, bringt es Felix von Saucken, Head of Residential bei Colliers in Deutschland.

Zum ersten Mal seit 2013 haben Wohninvestments in Deutschland im Jahr 2020 wieder das Transaktionsvolumen für Gewerbeimmobilien übertroffen. Einem Volumen von 65 Milliarden Euro beim Wohnen standen Investments in Höhe von 59,3 Milliarden Euro bei den gewerblichen Nutzungen gegenüber, so eine Marktanalyse von Colliers International.

Anders als im gewerblichen Bereich sind Finanzierungen im Wohnungssegment unkompliziert, wenn die Bonität stimmt

Das Immobilienunternehmen Savills steuert einen interessanten Aspekt bei: Vom Transaktionsvolumen des Monats Januar in Höhe von 942 Millionen Euro seien etwa 39 Prozent auf geförderte Wohnungen entfallen. Dafür spreche nicht nur eine strukturelle Unterversorgung, sondern auch der immer stärker in den Vordergrund rückende Aspekt der Nachhaltigkeit. „Das Angebot von günstigem Wohnraum zahlt auf das „S“, also die soziale Dimension in den ESG-Strategien vieler Investoren ein, meint Savills. Es sei somit zu erwarten, dass die Investorennachfrage nach vergleichsweise günstig vermieteten Wohnimmobilien spürbar ansteigt.

Auch für private Anleger und Käufer ist die Immobilie nahezu alternativlos. Für private Selbstnutzer bedeutet sie Wohnqualität, ein Aspekt, der mit Corona weiter in den Vordergrund gerückt ist, ein Baustein für die private Altersversorgung und – aller Voraussicht nach – eine wertstabile Anlage. Käufer, im Eigentumswohnungsbereich auch viele Privatpersonen, nehmen bei Vermietung die geringer werdende, aber dafür sichere Rendite in Kauf. Hinzu kommen attraktive Abschreibungsmöglichkeiten und Steuervorteile.

Anders als im gewerblichen Bereich sind Finanzierung im Wohnbereich bisher unkompliziert, allerdings nur dann, wenn Bonität und Rahmendaten stimmen. Felix von Saucken: „Bei geringem Eigenkapital sind die Banken trotz des niedrigen Zinsniveaus aber deutlich vorsichtiger geworden. Es wird abgewartet, wie sich die gesamtwirtschaftliche Situation und das Thema Unternehmensinsolvenzen und Kreditausfälle entwickelt“.

Für ein sicheres Investment spricht ist, dass Wohnen in den nachfragestarken Regionen ein knappes und begehrtes Gut bleibt. 1,2 Millionen Wohnungen wurden in dieser Legislaturperiode gebaut, 1,5 Millionen sollten es werden. Der Bau der fehlenden ist zumindest genehmigt. Bis 2020 müssen in Deutschland aber pro Jahr 341.700 neue Wohnungen entstehen, um den Bedarf zu decken. Laut einer neuen Studie des IW wurden zwischen 2016 bis 2018 in den sieben größten Städten gerade einmal 71 Prozent der benötigten Wohnungen fertiggestellt. Hamburg, Düsseldorf und Frankfurt am Main erreichten Quoten von über 78 Prozent, Stuttgart und München kommen dagegen nur auf 56 und 67 Prozent.

Autorin Sabine Richter ist Immobilienjournalistin aus Hamburg.

10 THESEN ZUR ENTWICKLUNG DER WOHNUNGSMÄRKTE

Das Hamburger Immobilien-Analysehaus F+B Forschung und Beratung GmbH rechnet für das Bundestagswahljahr 2021 mit einer Rückkehr der Wohnungsfrage auf die gesellschaftspolitische Bühne. Dazu hat es 10 Thesen zur Entwicklung der Wohnungsmärkte nach Corona formuliert. F+B-Geschäftsführer Dr. Bernd Leutner: „Die Corona-Pandemie hat das Thema erschwingliche Mieten in den Hintergrund treten lassen. Obwohl uns das Virus wohl noch das ganze Jahr 2021 beeinträchtigt, wird insbesondere das urbane Wohnen wieder ganz oben auf der Agenda der Bundestags- und der zahlreichen Landtagswahlkämpfe stehen."

1. Wir rechnen damit, dass uns die Corona-Pandemie trotz der beginnenden Impfungen noch das ganze Jahr 2021 beschäftigen wird. Normalität wird voraussichtlich erst ab Anfang 2022 eintreten.

2. Die Bundestagswahl in diesem Herbst und die damit in Zusammenhang stehen-den Fördermaßnahmen werden größere wirtschaftliche Verwerfungen vermutlich zunächst verhindern. Aus den Erfahrungen mit der holprigen Abwicklung der bisherigen staatlichen Unterstützungsleistungen werden sich aber Insolvenzen in den Bereichen Gastronomie, Einzelhandel und bei den freien Berufen kaum vermeiden lassen. Da hiervon vor allem Menschen mit niedrigeren Einkommen betroffen sein werden, dürfte die Mietentwicklung weiter abflachen bzw. stagnieren. Partiell rechnen wir auch mit einem leichten Rückgang der An-gebotsmieten von Wohnimmobilien.

3. Mit stärkeren Effekten rechnen wir bei einigen Objektarten von Gewerbe-Immobilien: Mietkürzungen bei Einzelhandelsimmobilien, mittelfristig auch durch Nachfragerückgänge bei Büro-Immobilien werden uns begleiten. Angesichts der unklaren Zukunft insbesondere des Volumens des Geschäftsreiseverkehrs ist die künftige Marktfähigkeit von Hotel-Immobilien sorgfältig zu beobachten. Insbesondere hier sehen wir für unabhängige Marktbeobachter eine wichtige Rolle bei der transparenten Analyse der Entwicklungstrends.

4. Wie aktuelle Befragungen zeigen, rechnen mehr als zwei Drittel der Haushalte mit sinkenden Einkommen. Dies deutet daraufhin, dass eine steigender Einkommensanteil mittel-bis langfristig nicht mehr als gesichert angesehen wird. Dieser Anteil ist weitaus höher, als der Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Branchen, die direkt von den Corona-Maßnahmen betroffen sind. Nach der „permanent income"-Theorie kann das unter sonst gleichen Bedingungen die Nachfrage nach Wohneigentum reduzieren. Zumindest ist zu erwarten, dass Planungen hinausgezögert werden.

5. Allerdings ist die Gruppe der Vermögenden, z.T. hervor. gerufen durch Erbfälle und Schenkungen, und derjenigen Nachfrager, die z.B. im Öffentlichen Dienst absolut sichere Arbeitsplätze besitzen, immer noch so groß, dass die Nachfrage nach Wohneigentum oder zur Kapitalanlage in Verbindung mit anhaltend niedrigen Zinsen unter 1% sich nicht nennenswert verringert.

6. Aus der Erfahrung mit Homeoffice und Home-Schooling rechnen wir mittel bis langfristig mit einem nachhaltig verstärkten Wunsch nach mehr Wohnraum und weniger Dichte, bei mittel- bis langfristig rückläufigem Büroflächenbedarf.

7. Durch die zeitweise Arbeit von zu Hause sinken die Pendelkosten in Geld-und Zeiteinheiten. Dies wird in der Folge die Nachfrage nach Wohnungen in den Speckgürteln der Metropolen ansteigen lassen und die Preise bei einem begrenzten Angebot weiter nach oben treiben, z. T. deutlich über den Wachstums-raten der Preise in den Kernstädten–ein Trend, den wir auch bereits durch unseren F+B-Wohnindex in 2020 beobachtet haben.

8. Die Entscheidung(en) des Bundesverfassungsgerichtes werden die Kompetenzverteilung zwischen Bund und Ländern in der Mietengesetzgebung schärfen und präzisieren. Ehe also neue Regulierungsinstrumente „erfunden" werden oder der Berliner Mietendeckel auf andere Regionen in Deutschland übertragen wird, wartet die Politik diese richtungsweisenden Entscheidungen in Karlsruhe ab. Erst nach der Bundestags- und der zeitgleich stattfindenden Wahl zum Berliner Abgeordnetenhaus wird dann die Regulierungsfrage neu gestellt. Vorgaben des obersten deutschen Gerichts müssen allerdings sofort vollzogen werden. Sollte sich der Mietende-

FOTO: F+B

Dr. Bernd Leutner

ckel als verfassungswidrig erweisen, rechnen wir mit hunderten, wenn nicht Tausenden von Gerichtsverfahren, in denen es um die Nachforderung von zu wenig gezahlter Miete und der Legalität von sogenannten Schattenmieten geht, die in den neueren Mietverträgen vielfach vereinbart wurden.

9. Klar ist aber auch, dass das Thema „Corona-Pandemie" das zuvor so zentrale Thema „erschwinglicher Mieten" zwar nicht verdrängt oder obsolet gemacht hat, aber doch in den medialen Hintergrund hat treten lassen. Mietenmoratorien, die durchaus wiederholt werden können, höheres Wohngeld und andere Existenz sichernde Maßnahmen haben hier vielfach für eine Beruhigung gesorgt. Sorgen um Gesundheit und Arbeitsplätze werden im Bewusstsein der Nachfrager zwar klar dominieren, das Verhalten insbesondere der Wohnungswirtschaft steht in der Corona-Krise aber weiterhin unter öffentlicher Beobachtung.

10. Der Anlagedruck im Immobilienmarkt wird bei verringerten Renditeerwartungen angesichts fehlender Alternativen weiter anhalten. Ökonomisch bleibt das Modell börsennotierter Wohnungsbestandshalter für Investoren weiter attraktiv, zeigt sich doch erneut, dass Wohnen als Grundbedürfnis nicht substituiert werden und damit für stabile und berechenbare Cash Flows sorgt.

xpecto talonec

Software für Sachwerte

Online-Zeichnung für tokenisierte Wertpapiere

Unsere Software unterstützt Sie mit einem durchdachten Workflow über die gesamte Laufzeit Ihres Sachwertefonds: Von der Zeichnung bis zur Verwaltung. Komplett digital und nachhaltig!

Dabei erhalten Sie den Überblick über Ihre Daten und die Möglichkeit für individuelle Anpassungen.

Erfahren Sie mehr:
vertrieb@xpecto.com
www.xpectotalonec.com

WIRD DIE INFLATION ZUM PROBLEM?

Trotz Corona-Krise legten die Preise für Wohnimmobilien im vergangenen Jahr deutlich zu. Der Trend könnte sich auch 2021 fortsetzen. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass die Finanzierungskonditionen günstig bleiben. Die Chancen dafür stehen gut.

Ditmar Rompf: „Besonders attraktiv sind Objekte in ballungsraumnahen Standorten."

Der deutsche Markt für Wohnimmobilien blickt auf bemerkenswerte Zeiten zurück. Bemerkenswert deshalb, weil die Preise für Wohneigentum trotz der durch die Corona-Pandemie ausgelösten schweren wirtschaftlichen Einschnitte auch im Krisenjahr 2020 nur eine Richtung kannten: nach oben. Zuletzt hat sich der Trend sogar noch beschleunigt. Nach Angaben des Statistischen Bundesamts in Wiesbaden sind die Preise für Wohnimmobilien in Deutschland im 3. Quartal des Jahres 2020 gegenüber dem Vorjahresquartal um durchschnittlich 7,8 Prozent gestiegen. Das ist die höchste Zuwachsrate zu einem Vorjahresquartal seit fast vier Jahren.

Anstieg der Kaufpreise

Die Marktdaten von Hüttig & Rompf bestätigen die außergewöhnliche Stärke, mit der der deutsche Wohnungsmarkt die Krise bislang meistern konnte. Eine Auswertung der im vergangenen Jahr vermittelten Darlehensverträge (rund 7.200 Stück mit einem Gesamtvolumen von 2,6 Milliarden Euro) zeigt interessante und detaillierte Einblicke in das Marktgeschehen. Demnach lag der Kaufpreis von Wohneigentum für Eigennutzer im vergangenen Jahr bei durchschnittlich 493.000 Euro.

Daraus ergibt sich ein Anstieg der Kaufpreise um sechs Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Preise von Wohnimmobilien, die zu Zwecken der Kapitalanlage finanziert wurden, stiegen zwar ähnlich stark, doch der durchschnittliche Kaufpreis lag mit 329.000 Euro deutlich unter dem der Eigennutzer. Die Erklärung dafür findet sich in der geringeren Objektgröße. Während Kapitalanleger bevorzugt Eigentumswohnungen mit einer überschaubaren Quadratmeterzahl finanzieren, wünschen sich Eigennutzer in erster Linie ein Heim für die ganze Familie.

Wohneigentum bleibt erschwinglich

Was bei der Analyse der Daten von Hüttig & Rompf außerdem auffällt, ist der Trend rückläufiger Eigenkapitalquoten. Bei Eigennutzern sank der Anteil, den sie für ihre Wohnimmobilie selbst zusteuern, von 24 Prozent im Jahr 2016 auf nunmehr 20 Prozent. Bei Kapitalanlegern ging die Eigenkapitalquote im gleichen Zeitraum von 26 auf 21 Prozent zurück. Dies ist im Wesentlichen auf die gestiegenen Kaufpreise zurückzuführen. Geringere Selbstbeiträge bergen die Gefahr, dass sich die Häuslebauer bei der Finanzierung übernehmen könnten – gerade in wirtschaftlich höchst unsicheren Zeiten. Allerdings wird dieser Aspekt durch zwei gegenläufige Entwicklungen relativiert. Zum einen sind seit 2016 auch die Haushaltseinkommen gestiegen. Zum anderen sind die Finanzierungskosten in den vergangenen Jahren auf immer neue historische Tiefstände gefallen. Wer vor zehn Jahren einen Hypothekenkredit mit zehnjähriger Zinsbindung aufnahm, musste dafür im Schnitt mehr als vier Prozent Sollzinsen zahlen. Im vergangenen Jahr lag der Satz im Schnitt nur noch bei rund 0,8 Prozent. Vor diesem Hintergrund sind Wohnimmobilien trotz der Preissteigerungen für die meisten Kreditnehmer nicht weniger erschwinglich als in den Jahren zuvor. In vielen Fällen sogar erschwinglicher.

FOTO: HÜTTIG & ROMPF AG

Steigende Inflation als Spielverderber?

Legen die Preise für Wohnimmobilien weiter zu? Das ist eine spannende Frage, denn einige Entwicklungen könnten dem steigenden Preistrend zuwiderlaufen. So ist ein fast schon tot geglaubtes Schreckgespenst jüngst wieder zum Leben erwacht. Die Rede ist von der Inflation. In Deutschland zog die Teuerungsrate zuletzt auf 1,3 Prozent an (Februar) und das Gros der Volkswirte rechnet nicht damit, dass es sich dabei um einen Ausreißer handelt.

Stattdessen gehen Ökonomen davon aus, dass die Inflationsrate in diesem Jahr noch weiter anzieht und im Jahresschnitt zwei Prozent erreichen könnte. Eine nachhaltig anziehende Teuerung stellt für den Wohnungsmarkt deshalb eine Herausforderung dar, weil steigende Inflationsraten für gewöhnlich mit steigenden Zinsen einhergehen. Tatsächlich zogen die Zinsen in den letzten Wochen sowohl auf der Anlegerseite (z. B. Bundesanleihen) als auch Schuldnerseite (z. B. Darlehen) bereits leicht an.

Wohnimmobilien bleiben attraktiv

Die höheren Fremdfinanzierungskosten für den Kauf von Eigentumswohnungen oder Wohnhäusern könnten sowohl Kapitalanleger als auch Eigennutzer vor etwaigen Anschaffungen zurückschrecken lassen. Die gute Nachricht ist: Mit der Europäischen Zentralbank haben potenzielle Darlehensnehmer einen mächtigen Verbündeten an ihrer Seite. Der EZB sind anziehende Zinsen bekanntlich ebenfalls ein Dorn im Auge. Möglichkeiten, um die Zinsentwicklung zu kontrollieren, hat die Notenbank beispielsweise über ihr Wertpapierkaufprogramm PEPP. Erst unlängst wurde eine Ausweitung der Ankäufe beschlossen. Zudem hat EZB-Chefin Christine Lagarde deutlich gemacht, dass die EZB sich alle Maßnahmen offenhalte, um auch zukünftig „günstige Finanzierungsbedingungen" sicherzustellen. Egal ob es sich bei den Kreditnehmern um Staaten, Unternehmen oder eben um Hauskäufer handelt. Daraus ergibt sich ein interessanter Aspekt. Denn in einem Szenario, in dem das Zinsumfeld weiterhin günstig bleibt, obwohl die Inflation anzieht, würde die Attraktivität von Sachwerten für Kapitalanleger sogar noch weiter zunehmen. Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass zahlreiche Finanzanalysten weiterhin zum Kauf von Wohnimmobilien raten.

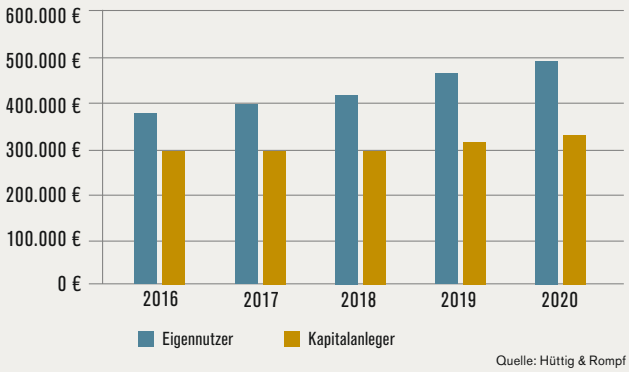
Unsicherheitsfaktor Konjunktur

Gegenwind könnte noch von einer anderen Seite kommen. Und zwar von der Wirtschaft. Zwar rechnet der Großteil der Volkswirte in diesem Jahr mit einer Konjunkturerholung. Doch die Prognosen sind mit erheblicher Unsicherheit behaftet. Im vergangenen Jahr sorgten Kurzarbeit und temporäre Zins- und Tilgungsstundungen dafür, dass die wirtschaftlichen Belastungen für die Inhaber von Hypothekendarlehen nicht überhandnahmen und die Zahl der Kreditausfälle auf relativ niedrigem Niveau verharrte. Sollte allerdings die Konjunktur erneut aus dem Tritt geraten, dürften die negativen Folgen daraus nicht mehr so leicht zu kompensieren sein. Die Kreditausfallraten könnten sich also erhöhen. Zudem schauen die finanzierenden Banken mittlerweile etwas genauer auf die Einkommenssituation und das Eigenkapital ihrer Kunden. Wer in krisengebeutelten Branchen arbeitet und wenig Eigenmittel mitbringt, könnte Schwierigkeiten bei der Finanzierung bekommen.

Weg aus den Metropolen, hinein ins Umland

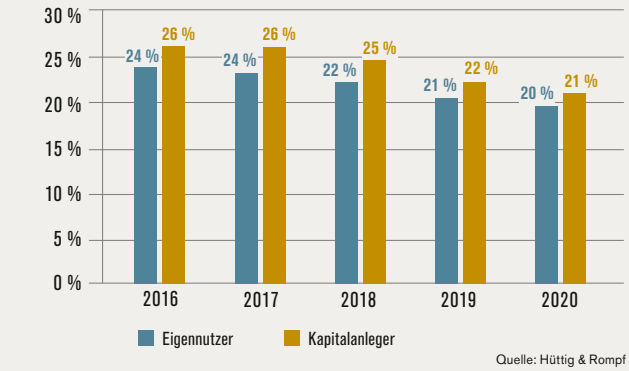
Alles in allem ist nicht davon auszugehen, dass sich die Angebots- und Nachfragesituation am Wohnungsmarkt entspannen wird. Der Bedarf an Wohneigentum ist in Deutschland weiterhin hoch und die Leerstandsquoten niedrig. So wohnen lediglich 45 Prozent der deutschen Haushalte in den eigenen vier Wänden. Vor diesem Hintergrund gehen wir davon aus, dass das Preisniveau für Wohneigentum auch in diesem Jahr noch weiter zunehmen wird. Gleichzeitig rechnen wir mit einer Verschiebung der Prioritäten. Man baut oder kauft vermutlich eher eine preisliche Nummer kleiner. Das könnte zur Folge haben, dass die Menschen

Entwicklung Kaufpreise 2016 - 2020



Quelle: Hüttig & Rompf

Entwicklung Eigenkapital-Quoten 2016 - 2020



Quelle: Hüttig & Rompf

verstärkt ins Umland ziehen, weil sie dort wegen der niedrigeren Preise keine solch großen Abstriche an ihren Wohnwünschen vornehmen müssen. Marktdaten zeigen, dass der Traum von den eigenen vier Wänden in den sieben deutschen Metropolen (Berlin, Hamburg, München, Köln, Düsseldorf, Stuttgart und Frankfurt) im Schnitt um 55 Prozent teurer ist als im Umland. Der Trend weg aus hochpreisigen Metropolen hinein in die nähere Peripherie war schon im vergangenen Jahr zu beobachten. Besonders attraktiv sind dabei Objekte in ballungsraumnahen, verdichteten ländlichen Standorten mit guter Anbindung und Infrastruktur. Der von der Corona-Pandemie ausgehende Trend zum Homeoffice dürfte diese Entwicklung noch verstärken.

Autor Ditmar Rompf ist Vorstandsvorsitzender des Immobilienfinanzierungsvermittlers Hüttig & Rompf AG.

WIE SICH EUROPAS IMMOBILIENBRANCHE DIGITALISIERT

Europa wird immer stärker als Einheit und zusammenhängender Wirtschaftsraum wahrgenommen. Gemeinschaftlich sollen zum Beispiel Klimaziele erreicht, Innovationen vorangetrieben, digitale Ökosysteme und Rahmenbedingungen ausgebaut werden. Wie weit Letzteres gelingt, hängt oftmals von der konkreten Digitalisierungsstrategie der einzelnen Länder ab.

Unternehmen sind an die am Standort geltende Gesetzeslage und Regulatorik gebunden. Vor allem für international aufgestellte Player sind deshalb zwei Blickrichtungen wichtig: Einerseits muss es gelingen, die lokalen Marktgegebenheiten und kulturellen Besonderheiten einzubeziehen, gleichzeitig muss das Unternehmen über Ländergrenzen hinweg ganzheitlich orientiert sein und durchlässig agieren – und das im Rahmen der jeweiligen lokalen Gesetze.

Einheitliche Standards sind der Schlüssel

Oftmals fehlt es jedoch an einheitlichen, länderübergreifenden Standards. Gerade für heterogen aufgestellte Branchen wie die Immobilienwirtschaft ist das eine Herausforderung – insbesondere durch die starke Fragmentierung der Gesamtwertschöpfungskette, deren verschiedene Phasen von verschiedenen Akteure abgedeckt werden, die sich wiederum in Bezug auf Unternehmensprofil und -größe unterscheiden. Hinzu kommt die Bandbreite verschiedener Immobiliennutzer, die in den Objekten wohnen oder ihrer Primärtätigkeit aus anderen Wirtschaftsbereichen nachgehen. Ein internationales Portfolio oder Mandate in anderen Ländern sorgen für zusätzliche Komplexität. Denn wenn die Daten eines Portfolios gesammelt, verarbeitet und analysiert werden müssen, kommen Einzellösungen in den jeweiligen Regionen an ihre ökonomischen Grenzen. Und auch die Systeme und Daten zahlreicher Kooperations- und Geschäftspartner müssen in den digitalen Arbeitsablauf integriert werden. Nur so kann ein möglichst vollständiger Datenaustausch mit wenig Medienbrüchen, Konvertierungs- und Übertragungsfehlern gelingen.

Dass einheitliche Standards zur Erleichterung der Prozesse in Unternehmen selbst, aber auch über Unternehmensgrenzen hinweg führen, ist nicht neu. Bestes Beispiel ist die DIN-Norm: Im Ersten Weltkrieg aus der Not heraus entstanden, gelang es durch die Norm, die limitierten Ressourcen effizient einzusetzen und dringend benötigte Stückzahlen zu liefern. Einzelteile konnten landesweit in verschiedenen Fabriken einheitlich hergestellt und zu einer funktionierenden Maschine zusammengesetzt werden. In der Immobilienbranche gab es bisher keine ähnliche Dringlichkeit, sich zu einem Standard durchzuringen. Wodurch also könnte eine Einigung aller Akteure angestoßen werden?

Auslöser könnte ein Unternehmen mit großer Marktmacht sein – oder ein Zusammenschluss mehrerer Unternehmen, die einen länderübergreifenden Standard für Immobiliendaten etablieren. Problematisch wird es jedoch, wenn verschiedene Allianzen und Initiativen konkurrieren. Bereits seit Jahren gibt es unterschiedliche Nachhaltigkeitszertifikate für Immobilien wie DGNB, LEED und BREEAM. Auch im Smart-Home Bereich hat sich bisher kein Kommunikationsstandard durchsetzen können: Diverse Funkprotokolle wie ZigBee, Z-Wave oder EnOcean koexistieren seit längerer Zeit, auch wenn die Kompatibilität der Geräte darunter leidet und den Nutzer einschränken. Oftmals endet der Versuch, einen allgemeingültigen Standard zu etablieren, darin, dass lediglich eine weitere Variante entsteht.

Wird der Datenaustausch gesetzlich reguliert?

Sowohl Proptechs als auch etablierte Unternehmen zeigen Interesse an gemeinsamen Richtlinien zum Austausch von Immobiliendaten. Mit dem deutschen „gif-IDA“ wurde eine Grundlage geschaffen, die sich allerdings bislang nicht flächendeckend durchsetzen konnte, auch wenn es ein Mapping zum französischen „FIDJI“ gibt. Braucht es also eine zentrale Instanz, die eine Einigung der Immobilienbranche auf einen länderübergreifenden Datenstandard einfordert? Welche Vorteile es hat, wenn der Gesetzgeber durch EU-Verordnungen und Richtlinien für eine verbindliche Umsetzung sorgt, zeigt das folgende Beispiel: Die Einführung des universell einsetzbaren Eurosteckers für elektronische Geräte in den 1970er-Jahren erspart uns den Mehraufwand einer Adapterbeschaffung vor jeder innereuropäischen Reise und beschert den Stecker-Herstellern Skalierungseffekte.

Ob für einen Datenstandard in der Immobilienwirtschaft ein EU-Regelsystem eingeführt wird, lässt sich nur schwer vorhersagen. Die aktuelle EU-Taxonomie-Verordnung, die Kriterien für nachhaltige Wirtschaftsaktivitäten einheitlich definiert,

zeigt, dass eine Einigung über Ländergrenzen hinweg durchaus möglich ist. Ob Europa sich stärker als Einheit begreift und präsentiert, wird jedoch von einer intrinsischen Motivation sowie von äußeren Gegebenheiten beeinflusst. Würde eine außereuropäische Wirtschaftsmacht wie etwa Amerika oder China stärker als Konkurrenz wahrgenommen, muss sich Europa bündeln. Inwiefern der Bedarf an Einheit dann auch bis zur Immobilienwirtschaft durchdringt, kann nur die Zeit beantworten. Dem Streben nach Einheitlichkeit stehen immer wieder Beispiele entgegen, wo EU-Normen auf Länderebene unterschiedlich interpretiert und umgesetzt werden. Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) ist ein weiteres interessantes Beispiel: Zwar schafft sie ein einheitliches Rahmenrecht, ermöglicht den Gesetzgebern von EU und Mitgliedstaaten aber zugleich, es lokal mit Öffnungsklauseln zu konkretisieren, zu ergänzen oder zu modifizieren.

Open Data für mehr Attraktivität

Relevant werden die Unterschiede auch dann, wenn sich Proptechs und Digitalunternehmen, beispielsweise aus den USA, den europäischen Markt erschließen wollen. Die entsprechenden Akteure treffen auf eine Vielfalt von Prozessen, Gesetzeslagen und Sprachen. Attraktivität gewinnt ein Land dabei durch eine hohe Markttransparenz als auch Datenverfügbarkeit. Nicht umsonst heißt es mittlerweile „data is not the new oil, but the new soil“. Aus Daten können neue Informationen gewonnen werden, die Grundlage neuer Geschäftsmodelle und innovativer Ideen sind – vorausgesetzt sie sind in ausreichender Menge und Qualität vorhanden. Extrem wichtig sind deshalb Open-Data-Initiativen, um Informationen digital besser bereitzustellen und eine homogene, hochwertige Qualität zu schaffen.

Die Schweiz ist einer der Vorreiter: Benötigte Daten sind transparent, gut aufbereitet und digital verfügbar. Alle Verwaltungseinheiten und öffentliche Organe machen frei und maschinell nutzbare Verwaltungsdaten (Open Government Data) digital zugänglich – darunter zahlreiche Datensätze aus dem Bau- und Wohnungswesen. Auch England und Frankreich bieten auf diese Weise eine gute Basis für datengetriebene Proptechs. In Deutschland ist eine solche Transparenz aufgrund der föderalistischen Aufstellung noch nicht auf vergleichbarem Niveau gegeben. Die Daten unterscheiden sich je nach Bundesland in ihrer Verfügbarkeit und Qualität; bereits für Unternehmen innerhalb des Landes ist es erschwert, diese einheitlich und wertstiftend einzusetzen. Daten zu Gebäuden sowie zahlreiche makroökonomische Daten, Standort- und Geodaten und allgemeine Daten aus dem öffentlichen Bereich sind nicht nur für die Immobilienbranche relevant, sondern für Analysen innerhalb der gesamten Volkswirtschaft. Ihre Verfügbarkeit hängt von der Digitalisierungsstrategie des jeweiligen Landes ab, die erst die Voraussetzungen schafft, damit in den entsprechenden Sektoren und Geschäftsmodellen eine Wertschöpfung erfolgen kann.

Wer wartet, verpasst seine Chance

Unternehmen müssen sich ihrer Verantwortung bewusst werden. Abzuwarten, bis politische Entscheidungsträger etwa durch eine Open-Data-Initiative erleichterte Bedingungen herstellen, wäre falsch. Denn der Vorsprung, den Unternehmen in anderen Ländern dadurch gewinnen, lässt sich kaum einholen. Wichtig ist es, jetzt zu handeln – wenn noch nicht geschehen - die gegebenen Potenziale zu nutzen und eine eigene Strategie zu entwickeln. Werden dann Regelungen angepasst, sind Unternehmen mit Strategie im Vorteil. Sie können ihre Konzepte auf die

Susanne Hügel, CBRE: „Inwieweit Proptechs den Nachbarmarkt jenseits der Landesgrenzen erobern, hängt von vielen Faktoren ab.“

FOTO: JESSICA SCHÄFER

Zug, Schweiz: Der Kanton Zug gilt als Vorreiter in Europa in Sachen Blockchain.

neuen Gegebenheiten einstellen und mit Unternehmen aus dem Ausland konkurrieren, die schon die entsprechenden Kompetenzen und Modelle besitzen. Denn jene Proptechs, die bisher von den offenen Daten in anderen Ländern profitiert haben, können effektiver skalieren und einen schnellen Markteintritt hinlegen.

Proptechs adressieren nicht nur generelle Problemstellungen, sie reflektieren auch Standortgegebenheiten, sodass regional unterschiedliche Lösungen entstehen. Im südländischen Raum ist beispielsweise das Thema Shopping-Center relevanter, denn aufgrund des Klimas bieten diese Vorteile gegenüber Highstreet-Konzepten. Zahlreiche Start-ups beschäftigen sich mit Lösungen rund um diese Immobilienklasse – sei es mit digitaler Frequenzmessung, anonymisierten Bewegungsprofilen auf Objektebene oder Plattformen zum Vermieten von Shop-Units. Für andere Länder und Regionen sind solche Innovationen weniger relevant.

Unterschiedliche Schwerpunkte des Immobilienmarkts und Nutzerverhaltens führen ebenfalls zu diversen Proptech-Schwerpunkten: Durch die hohe Vermietungsquote sind hierzulande zahlreiche Plattformen zur Vermietung von Wohnungen und Häusern entstanden. In Großbritannien hingegen ist die Eigentumsquote vergleichsweise hoch. Ein noch junger Teilmarkt im Vermietungsbereich, Build to Rent (B2R), rückt vermehrt in den Vordergrund – und mit ihm die Entwicklung spezifischer Proptech-Lösungen. Die Eigenarten und Bedingungen der jeweiligen Länder haben also eine starke Auswirkung darauf, welche Geschäftsmodelle vorangetrieben werden und ob mit Konkurrenz aus anderen Ländern zu rechnen ist.

Standortwahl: Proptechs umgehen mögliche Hürden

Wie stark bestimmte Entwicklungen voranschreiten und Proptechs jenseits der Landesgrenzen den Nachbarmarkt erobern, hängt zudem von weiteren Faktoren ab. Sprache kann eines der Kriterien sein. Während amerikanische Start-ups in den USA leicht in anderen Bundesstaaten skalieren können, treten beim Eintritt in den europäischen Markt einige Hürden auf. Siedeln sie sich in Großbritannien an, können sie zumindest die Sprachbarriere umgehen. Es ist nicht verwunderlich, dass gerade London zu den beliebtesten Orten für junge internationale Unternehmen gehört.

Mit Standortvorteilen für Entwicklungen im Blockchain-Bereich kann die Schweiz überzeugen. Das Land profitiert von seinem Finanzhintergrund und fortschrittlichen klaren Regelwerken, insbesondere im Kanton Zug, dem sogenannten Crypto Valley, wo Gebühren beim Handelsregister mit Bitcoins bezahlt werden können. In nur wenigen Jahren gelang es der Schweiz, zahlreiche Unternehmen und Gründer anzuziehen und sich als Vorreiter in diesem Bereich zu etablieren. Allerdings hat sich die Zahl der Blockchain-Proptechs nach dem aktuellen FIBREE Industry Report von 2019 bis 2020 fast halbiert. Ein Grund dafür ist die Schwierigkeit, die Technologie in bestehende alternative Settings zu integrieren. Es fehlen rechtliche Rahmenbedingungen, wo solche Entwicklungen Fuß fassen können. Die Schweiz ist mit ihrem Rechtsraum fortschrittlicher aufgestellt, und ihre geringe Größe begünstigt zusätzlich einen guten Austausch und die Zusammenarbeit innerhalb der Community.

Technologie funktioniert nicht ohne Talente

Einen entscheidenden Vorteil hat die Schweiz zudem durch ihre renommierten Universitäten: Dort setzen sich zahlreiche junge technische Talente mit Zukunftsthemen auseinander und sind bei ansässigen Unternehmen gefragt. Dieses Humankapital bildet die Grundlage für die erfolgreiche Umsetzung von Digitalisierungsstrategien.

Technologie-Experten finden sich auch zahlreich in Spanien, Portugal und Osteuropa. Während junge Leute vor Jahren noch nach Zentraleuropa und Großbritannien zogen, um vor der Arbeitslosigkeit im eigenen Land zu fliehen, hat sich die Situation mittlerweile geändert. Der Arbeitsmarkt ist attraktiver geworden und sorgt dafür, dass viele Experten wieder in ihre Heimat zurückkehren. Junge Talente machen sich die verbesserten Bildungsmöglichkeiten zunutze und profitieren von der Internationalisierung, von überall „remote“ arbeiten zu kommen. Das gute Humankapital, niedrige Lohnkosten und das Klima sorgen dafür, dass Tech-Unternehmen oftmals weitere Standorte in Spanien und Portugal errichten. Eines aber gilt für alle Länder, unabhängig von Datenschutzgrundverordnungen und Richtlinien: Technologien können nur dann Mehrwert-generierend zum Einsatz kommen, Digitalisierungsstrategien entwickelt und angepasst sowie einheitliche Standards geschaffen werden, wenn die notwendigen Kompetenzen vorhanden sind.

Autorin Dr. Susanne Hügel ist Head of Digital Innovation & Business Acceleration Continental Europe bei CBRE.

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

ING DEUTSCHLAND

Digitale Präsenz in vielen Kanälen

Filialschließungen und eingeschränkte Kontaktmöglichkeiten haben zu einem veränderten Kommunikationsverhalten geführt. Je besser die Kommunikation zwischen Bank und Vermittlerschaft, desto nahtloser ist die Verbindung auch zu den Kundinnen und Kunden. Die Tendenz zu mehr Austausch auf digitalem Weg zeigt sich auch im Baufinanzierungsvertrieb der ING Deutschland, wo man schon seit Jahren verstärkt auf den Einsatz digitaler Services und Kommunikationskanäle setzt. Immer im Blick: Der enge Austausch und wo immer es möglich ist auch der persönliche Kontakt.

Mit digitaler Unterstützung bleibt im Beratungsgespräch mehr Raum für Kundenwünsche.

Mit digitalen Services punkten

Thomas Hein, Leiter Vertrieb Immobilienfinanzierung der ING Deutschland hebt die Bedeutung der digitalen Präsenz besonders in den letzten Monaten hervor. „Unsere Liveberatungslösung mit Screen-Sharing und seit kurzem auch Videofunktion war in den letzten Monaten sehr stark gefragt. So konnten die Kundinnen und Kunden nicht nur direkt mit uns, sondern auch mit ihrer Vermittlerin bzw. ihrem Vermittler via Screen-Sharing und Video in Kontakt treten und sich die Fragen zu ihrer Baufinanzierung in Wort und Bild erläutern lassen. Also alles fast so, wie im Face-to-Face-Gespräch."

Neben der Liveberatung zählen technische Features wie der Dokumenten-Upload, die Online-Prolongation oder die digitale Kundendatenanfrage noch vor dem Beratungsgespräch zu fix installierten Services. Diese Prozesse ermöglichen eine schnelle Abwicklung des Tagesgeschäfts, so bleibt im Beratungsgespräch mehr Raum für die individuellen Fragen der Kundinnen und Kunden.

In der Kommunikation neue Wege gehen

Auch in der eigenen Kommunikation geht die Bank neue digitale Wege. So entsteht aktuell ein Blog-Format, das die Information via E-Mail-Newsletter in Zukunft ergänzen wird. Dabei ersetzen die Blog-Artikel die E-Mail-Newsletter-Inhalte. Sie sind archiviert und können jederzeit wieder abgerufen werden. Die zeitgemäße Form der Informationsübermittlung bietet viel Potenzial und zeigt, dass die Digitalisierung in jeder Hinsicht an Bedeutung gewinnt.

Seit September vergangenen Jahres setzt die ING Deutschland im Vertrieb der Baufinanzierung auch auf ein derzeit sehr angesagtes Podcast-Format. „Backstage Baufinanzierung" heißt der Partner-Podcast, in dem ein Key-Account-Manager der Bank in einem wiederkehrenden Rhythmus unterschiedliche Gäste aus der Bank und von Schnittstellen zu einer lockeren Gesprächsrunde ein lädt. Ziel ist es, den Vermittlerinnen und Vermittlern Einblicke zu liefern – natürlich zu Themen, die für die Praxis der Baufinanzierungsberatung von Bedeutung sind.

Am Ende zählt immer die persönliche Beratung

„Unsere Zahlen 2020 waren trotz der Krise sehr überzeugend," freut sich Thomas Hein. „Auch die Akzeptanz unserer Online-Angebote ist im letzten Jahr stark gestiegen. Besonders hat mich gefreut, dass wir auch auf Seiten unserer Vermittlerinnen und Vermittler mehr Offenheit gegenüber digitalen Themen spüren. Wir merken: So lässt sich die Beratung auch in schwierigen Zeiten optimal sicherstellen."

Dass die Beratung bei allen technischen Features nicht zu kurz kommt, ist Thomas Hein besonders wichtig. Mit einem Netz von mehr als 20 Key-Account-Managerinnen und -Managern ist die Bank immer auch sehr persönlich und ganz nah bei ihren Vermittlerinnen und Vermittlern. Sie transportieren die Ziele der Bank in den Markt, haben ein offenes Ohr für die Belange der Beraterinnen und Berater vor Ort und sind insbesondere in Corona-Zeiten auch dann da, wenn es im operativen Geschäft der Bank einmal ruckelt. Ob am Telefon – wie aktuell - oder irgendwann auch wieder persönlich: Am Ende wird der Anbieter punkten, der für alle Beteiligten möglichst auf allen Wegen gut zu erreichen ist.

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

FOTO: ROOSEN PHOTOGRAPHY

FERIENIMMOBILIEN: DAS POTENZIAL FÜR ANLEGER STEIGT

Entgegen einiger anfänglicher Prognosen hat der Immobilienmarkt die Corona-Pandemie nahezu unbeschadet überstanden. Das Preisniveau ist vielerorts weiterhin gestiegen. Insbesondere der Markt der Ferienimmobilien verzeichnet eine signifikant steigende Nachfrage – und dies kommt nicht überraschend.

Sylter Idyll: Klassische Ferienziele stehen gerade in Pandemiezeiten bei Investoren hoch im Kurs.

FOTO: PICTURE ALLIANCE / IMAGEBROKER

Die Pandemie hat den Wunsch vieler Menschen nach Ruhe, Privatsphäre und der Möglichkeit, Kontakten aus dem Weg gehen zu können, noch einmal deutlich verstärkt. Darüber hinaus hat sie der Lust aufs Reisen außerhalb Europas einen ordentlichen Dämpfer verpasst – und der Liebe zur Heimat ein nie dagewesenes Hoch beschert.

Naherholungsgebiete erfinden sich neu

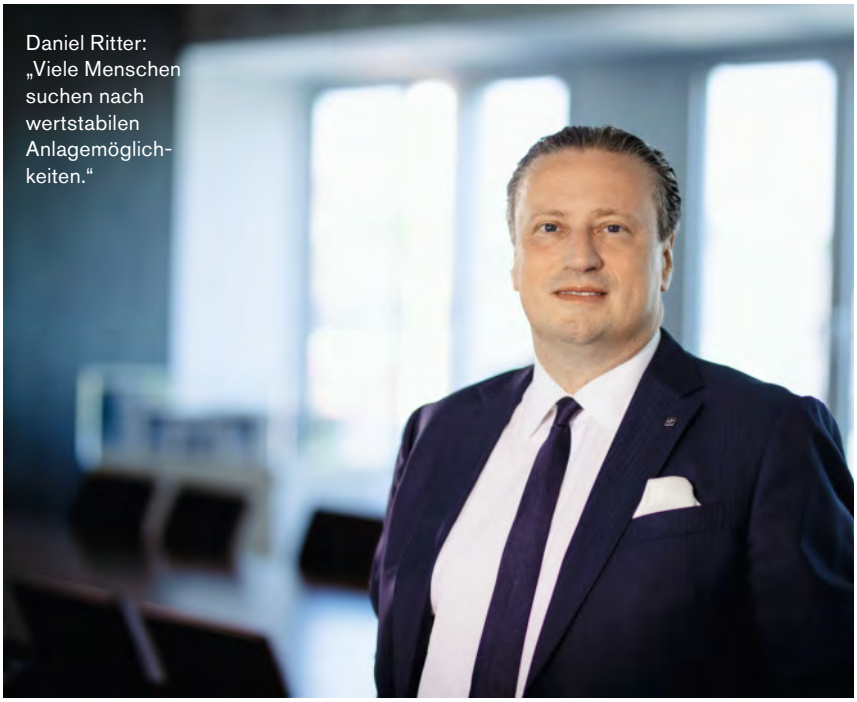
Aus der Stadt in die Natur entfliehen und in der eigenen Zweitwohnung mit Meerblick oder im Wochenendhäuschen im Grünen entspannen. Von dieser immer weiter um sich greifenden Sehnsucht profitieren die klassischen Urlaubsdestinationen an der Ost- und Nordseeküste, in den Alpenregionen oder im Allgäu mehr denn je. In den Toplagen, wo Ferienwohnungen schon vor der Krise um die 10.000 Euro pro Quadratmeter und mehr kosteten, sind die Preise im vergangenen Jahr zusätzlich um bis zu 20 Prozent gestiegen.

Doch auch unbekanntere Orte gewinnen zunehmend an Attraktivität – besonders dann, wenn sie über eine funktionierende Infrastruktur und eine gute Erreichbarkeit zur Großstadt verfügen. So werden beispielsweise die Erholungsgebiete rund um Eifel, Mosel, Spreewald oder die Mecklenburgische Seenplatte immer mehr nachgefragt, was nicht zuletzt auch der Nähe zu Metropolen wie Frankfurt am Main, Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Köln, München und Stuttgart zu verdanken ist.

Klassische Premiumlagen boomen

Wer in den klassischen Top-Destinationen eine Ferienimmobilie erwerben will, sollte ein höheres Eigenkapital zur Verfügung haben. So kann ein Zweitwohnsitz auf der Nordseeinsel Sylt oder im Starnberger Fünf-Seen-Land schon mal bis zu 15.000 Euro pro Quadratmeter kosten – selbst 20.000 Euro pro Quadratmeter sind keine Seltenheit. Diese Preise resultieren aus der Wertbeständigkeit dieser Immobilien sowie ihrer Lage – etwaige Abschläge ergeben sich eher aufgrund der Größe, Ausstattung oder ob es einen Wasserblick beziehungsweise Bergpanorama gibt. Unsere Experten haben jedoch auch festgestellt, dass die Immobilienpreise in den nichtgefragten Lagen deutlich stärker gestiegen sind als in den klassischen Premiumlagen. Dies ist auch der Tatsache geschuldet, dass immer mehr Kaufinteressenten ihren Suchradius vergrößern und vermehrt einen Blick auf Angebote außerhalb der bekannten Toplagen werfen.

Doch auch im Preissegment von bis zu 150.000 Euro sind noch Objekte zu haben. Wer auf den direkten Meerblick verzichten kann und bereit ist, ein paar Fahrminuten mehr in Kauf zu nehmen, findet im Hinterland der Ost- und Nordseeküsten oder rund um die Mecklenburgische Seenplatte durchaus noch vergleichsweise günstige Ferienhäuser und -wohnungen. Neu im Fokus stehen auch die Regionen rund um Mosel und Eifel: Diese galten bereits vor einigen Generationen als klassische



Daniel Ritter: „Viele Menschen suchen nach wertstabilen Anlagemöglichkeiten."

Feriengebiete, in denen die Großeltern ein eigenes Domizil besaßen – und erleben nun ein beachtliches Comeback.

Homeoffice away from home

Eine weitere Folgeerscheinung der Pandemie, die auf die Nachfrage nach Ferienimmobilien einzahlt, ist der Homeoffice-Trend. Die für viele Menschen neue Möglichkeit des ortsunabhängigen Arbeitens wird zunehmend auch im privaten Feriendomizil mit einem zusätzlichem Arbeitszimmer umgesetzt. Durch den Wegfall der Geschäftsreisen und den dafür virtuell stattfindenden Konferenzen lassen sich beide Welten bestens verbinden: Remote Working inklusive Strandspaziergang in der Mittagspause. Wichtige Voraussetzung ist hier entsprechend eine gute Infrastruktur samt leistungsfähiger Internetverbindung.

Bei der Nachfrage zu einem Zimmer mehr und dem Wunsch nach Außenflächen stellt sich schnell die Frage: neukaufen oder an- beziehungsweise umbauen? Was wir als Entwicklung für den Erstwohnsitz annehmen, lässt sich als logische Konsequenz auch auf Ferienimmobilien übertragen: Beispielsweise könnten größere 3-Zimmer-Wohnungen zugunsten eines separaten Arbeitszimmers in 4-Zimmer- Wohnungen umgewandelt werden, wenn es die baurechtlichen Gegebenheiten zulassen. Denn natürlich orientieren sich die Preise neben der Lage an den Quadratmetern. Daher ist eine Veränderung der aktuellen Raumkonzepte und die Tendenz zu kleineren Räumen vorstellbar.

Eine Investition mit Zukunft

Der Wunsch nach stabilen Wertanlagen sowie die anhaltende Niedrigzinsphase begünstigen den Ferienimmobilienmarkt ebenfalls. Viele Objekte werden komplett oder zu großen Teilen mit Eigenkapital bezahlt und gegenüber Aktien immer häufiger als Anlagemöglichkeit bevorzugt. Zudem erhöht auch die Tatsache, dass auf Ersparnisse seit einiger Zeit Negativzinsen verlangt werden, die Investitionsfreudigkeit in Ferienimmobilien – und das mit Recht. Unbestritten ist dabei, dass der deutsche Markt als besonders sicheres Umfeld gilt.

Dennoch erfreuen sich auch Ferienimmobilien in südeuropäischen Ländern wie Spanien, Griechenland, Portugal, Frankreich, Italien und auch Österreich wachsender Beliebtheit – was laut der Prognose unserer internationalen Experten vor Ort auch für potenzielle Käufer aus Deutschland interessant sein dürfte. Selbst wenn viele von uns seltener ins Flugzeug steigen wollen, bleibt doch die Sehnsucht nach Wärme, Sonne, Meer und mediterranem Klima – und schließlich lassen sich Länder wie Spanien, Frankreich, Italien oder Österreich auch mit dem Auto noch gut erreichen. Dieser Punkt trägt auch dem durch Corona veränderten Verhalten der Menschen und dem erhöhten ökologischen Bewusstsein Rechnung – und wird darüber hinaus sowohl für die Vermietung als auch für die Eigennutzung von Ferienimmobilien künftig eine entscheidende Rolle spielen.

Fest steht, dass Käufer mit dem Erwerb einer Ferienimmobilie die berühmten zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: Neben der Freude über einen eigenen Zweitwohnsitz als Rückzugsort, könnten sie sich gleichzeitig eine nachhaltige Anlagemöglichkeit durch Mieteinnahmen sichern.

Trend zur Zweit- und Drittimmobilie

Für viele stellt sich möglicherweise dennoch die Frage, ob sich diese Tendenzen nach überstandener Pandemie, wenn Beherbergungsverbote und Einreisestopps hoffentlich der Vergangenheit angehören, wieder zurückentwickeln werden. Wenn wir uns die gesellschaftliche und immobilienwirtschaftliche Entwicklung anschauen, ist hiervon eher nicht auszugehen. Die Menschen werden zwar ab 2022/23 auch innerhalb Europas wieder mehr reisen, jedoch werden sich Angebot und Nachfrage vor allem im Hinblick auf die Fluggesellschaften und die Hotellerie deutlich verändern. Bewussteres und nachhaltigeres Reisen mit mehr Sicherheit und Individualität wird den Menschen wichtiger sein. Gleichzeitig sind viele auf der Suche nach wertstabilen Anlagemöglichkeiten – zu diesen Kriterien passt der Erwerb einer oder sogar mehrerer Ferienimmobilien optimal.

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Nachfrage und den damit verbundenen Preissteigerungen ist es also ratsam, sich lieber schon heute als morgen nach passenden Optionen umzuschauen und hierfür ein europaweit aufgestelltes Maklerunternehmen wie Von Poll Immobilien ins Boot zu holen – auch um vor Ort wertvollen Expertenrat einzuholen.

Autor Daniel Ritter ist geschäftsführender Gesellschafter bei von Poll Immobilien mit Hauptsitz in Frankfurt.

FOTO: VON POLL IMMOBILIEN

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

Hier geht's zum Partner-Podcast der ING

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ OPTIMIERT DUE DILLIGENCE

Trotz aller wirtschaftlichen und Corona-bedingten Herausforderungen bleibt der deutsche Immobilienmarkt stabil und gilt bei europäischen Investoren als „safe haven“: Auch in diesem Jahr wird das erwartete Transaktionsvolumen laut dem Trendbarometer „Immobilien-Investmentmarkt 2021“ von Ernst & Young Real Estate bei rund 80 Milliarden Euro liegen. Bei der Abwicklung der Deals gehören virtuelle Datenräume schon lange zum Standard. Mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz kann dabei der Due Dilligence Prozess schneller, sicherer und effizienter durchgeführt werden.

Alexandre Grellier: „KI wird bei der Automatisierung monotoner und zeitaufwendiger Aufgaben immer häufiger unterstützen.“

FOTO: DROOMS

Die Due Diligence, die Prüfung aller relevanten rechtlichen, betriebswirtschaftlichen und technischen Aspekte, spielt bei großen Immobilientransaktionen eine wichtige Rolle. Die Bereitstellung der erforderlichen Unterlagen und Informationen erfolgte bis Anfang der 2000-er Jahre über rein physische „Datenräume". Ganze Häuser wurden angemietet, um in getrennten Räumen potenziellen Käufern und Beratern Zugang zu den benötigten Informationen zu erteilen. Erst mit dem Siegeszug der Cloud entwickelten sich virtuelle Datenräume zur echten Alternative. Ihre Vorteile liegen auf der Hand. Sie funktionieren per Knopfdruck in Echtzeit ohne Verzögerungen über das Internet, sind global und 24/7 nutzbar, verfügen über ausgefeilte, Iso-zertifizierte Sicherheitsvorkehrungen und Zugangsberechtigungen, ermöglichen effiziente Workflows, liefern aussagekräftige Reportings und tragen zur Kostensenkung bei.

Auch wenn virtuelle Datenräume die Vorteile einer vernetzten, sicheren und über Zeitzonen hinweg effektiven Zusammenarbeit bieten, lassen sich die Funktionen weiter optimieren. Die Menge an Informationen, die im Rahmen der Due Dilligence von Käufern, Anwälten, Beratern und anderen Experten gesichtet und geprüft werden müssen, sind gewaltig und die Datenmengen steigen kontinuierlich. So kommen beispielsweise allein für den Verkauf eines Einkaufszentrums bis zu 50.000 Seiten an Dokumenten zusammen. Der Zeitaufwand zur Prüfung kann abhängig von der Komplexität des Assets bis zu einem Jahr und länger dauern. Insbesondere der Prozess des manuellen Einstellens und Sichtens der Unterlagen ist zeit- und ressourcenaufwendig. Das schlägt sich dann auch in den Berater- und Anwaltskosten nieder. Ebenso sind die Dokumente meist nicht einheitlich oder falsch benannt, was dazu führt, dass Unterlagen nicht gefunden oder falsch abgelegt sind, was problematisch für den Deal werden kann.

KI für mehr Geschwindigkeit und Effizienz

Anwendungen des maschinellen Lernens, die unter dem Überbegriff künstliche Intelligenz zusammengefasst werden, helfen, diese Prozesse zu beschleunigen, effizienter zu gestalten, Probleme zu minimieren und Kosten zu senken. KI steckt schon in vielen Programmen, die wir in unserem Alltag nutzen. So optimiert beispielsweise Google seine Suchmaschine mit Hilfe von KI oder Amazons Sprachassistentin Alexa unterhält sich mit uns ebenfalls auf Basis dieser Technologie. Auch wir bei Drooms setzen bei unserem Datenraumangebot auf künstliche Intelligenz, um den Anforderungen der Nutzer gerecht zu werden und ihnen die Arbeit so einfach wie möglich zu machen.

Vier Beispiele: Die Features Auto-Allokation und Auto Naming basieren auf Machine Learning-Algorithmen und lernen aus individuellem Verhalten und Mustern. Auto-Allokation ist eine intelligente Funktion zum Kategorisieren und Zuordnen von Dokumenten basierend auf ihren Inhalten, um diese dann automatisch den zugehörigen Indexpunkten zuzuordnen. Dieses Feature hilft vor allem der Partei, die die Dokumente im Datenraum bereitstellt. Werden Dokumente im Register oder Index verschoben, berücksichtigt der Machine Learning-Algorithmus diese Eingabe für alle weiteren Uploads und platziert die Dateien mit zunehmender Genauigkeit. Den Zeitaufwand, der mit der Prüfung gescannter Dokumente und deren Umbennenung einhergeht, wird durch das sogenannte Auto Naming minimiert, indem Dokumente auf Basis ihrer Inhalte automatisch benannt werden. Das System kann auch falsch eingestellte Dokumente herausfiltern und nach einer zuvor festgelegten Betitelung umbenennen. Auch diese Anwendung entwickelt sich selbständig weiter und erleichtert die Arbeit desjenigen, der die Dokumente finden und prüfen muss.

Große Immobilientransaktionen verlangen ausführliche Risiken- und Chancen-Analysen, die eine finanzielle Einschätzung des Immobilienwertes ermöglichen. Auf Basis der Reports können Entscheidungen, ob die Due Dilligence weitergeführt oder abgebrochen wird, schnell getroffen werden. Der Drooms Findings Manager hilft dabei, potenzielle Risiken und Chancen zu ermitteln, indem er den Inhalt des Datenraums nach bestimmten Wörtern, Synonymen und semantischen Mustern filtert und zuordnet. So können zum Beispiel nach dem Suchwort „Wasserschaden" alle Inhalte zu dieser Thematik über den Findings Manager zusammengestellt werden. Je nachdem, in welchem Kontext die Ergebnisse gefunden wird, kann dann über die nächsten Schritte im Prozess entschieden werden. Ein maßgeblicher Geschwindigkeitsvorteil für Transaktionsprofis.

Die meisten Due Dilligence-Prozesse bei großen Immobilientransaktionen werden über internationale Teams gesteuert. Dokumentenübersetzungen sind daher notwendig, um die Inhalte zu verstehen und den Nutzern zu ermöglichen, in ihrer bevorzugten Sprache zu arbeiten. Ein KI-gestütztes Übersetzungstool liefert eine sofortige Übersetzung in der gewählten Sprache. Der Nutzer muss keine Inhalte an Dritte herausgeben oder außerhalb des Datenraums über Online-Tools übersetzen. Es entstehen keine Sicherheitsrisiken, indem hochsensible Informationen im Internet zur Übersetzung hochgeladen werden. Das World-Wide-Web vergisst nichts und in einem Due Dilligence-Prozess, der auf absoluter Vertraulichkeit basiert, müssen sensible Daten geschützt werden und dürfen den Datenraum nicht verlassen. Bei den ersten Anwendungen von künstlicher Intelligenz in Datenräumen bezieht Drooms den Menschen weiterhin mit ein. Er bestätigt oder lehnt die Vorschläge der Maschine ab und hilft so, die Algorithmen weiter zu trainieren. Somit ist sichergestellt, dass der Nutzer die Kontrolle behält.

KI und Datenräume – wie geht es weiter?

KI wird in Zukunft immer mehr Einzug in Datenräume erhalten und bei der Automatisierung zeitaufwendiger oder monotoner Aufgaben unterstützen. Sie wird sich auf längere Sicht so weiterentwickeln, dass kein Mensch mehr zur Qualitätskontrolle notwendig ist und die Maschine Aufgaben zu 100 Prozent eigenständig übernimmt und sogar akkurater ausführt als der Mensch. Das bedeutet eine enorme Zeitersparnis, die für andere Tätigkeiten genutzt werden kann. Bei Drooms wird mit einem eigenen Entwicklerteam daran gearbeitet Workflows noch stärker zu optimieren. Dazu gehört beispielsweise die Weiterentwicklung des Frage-Antwort-Prozesses verschiedener Parteien im Datenraum. In Sachen Digitalisierung gilt es für Immobilienexperten weiter aufzuholen und komplette Immobilienportfolios digital in nur einem Datenraum zu zentralisieren – das gelingt mit der Unterstützung von KI jetzt leichter als je zuvor. Ein Langzeitdatenraum ermöglicht es, alle Unterlagen immer auf dem neusten Stand und an einem Ort zentral verfügbar zu halten, sodass diese bei einer Transaktion schnell in einen Transaktionsdatenraum für die Due Dilligence überführt werden können. Das spart Zeit und Ressourcen und bietet einen Wettbewerbsvorteil und so die Basis für einen erfolgreichen Deal.

Autor Alexandre Grellier ist CEO und Co-Founder von Drooms.

IMPACT INVESTING IN IMMOBILIEN

Wirkungsorientierte Geldanlagen verfolgen neben wettbewerbsfähigen Renditen auch soziale, ökonomische und ökologische Ziele. Diese Anlagephilosophie, auch Impact Investing, hat bei Anlegern in den vergangenen Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen.

Gerhard Jarosch: „Ein hoher CO2-Fußabdruck eines Objekts wirkt sich zunehmend auch auf den Wert der Immobilie aus."

Investitionen im Immobiliensektor bieten die Möglichkeit, klimaneutrales Bauen mit ökonomischen sowie sozialen und soziokulturellen Zielaspekten zu verbinden. Diese Form der Geldanlage hat eine Wirkung, mit der Zukunft mitgestaltet werden kann.

Angebote für nachhaltiges Investieren boomen! Nicht nur, dass zwei Drittel der befragten Anleger laut Umfrageergebnis des Bundesverbands deutscher Banken vom Dezember 2020 sagen, dass es für sie wichtig oder sogar sehr wichtig ist, dass ihre Geldanlage nachhaltig ist, sie handeln auch entsprechend. Über ein Drittel der Anleger (35 Prozent) gibt an, aktuell tatsächlich auch in nachhaltige Geldanlagen investiert zu haben. Diesen Trend bestätigen auch die Zahlen des Forums Nachhaltige Geldanlagen: In 2019 haben Investitionen in nachhaltige Geldanlagen in Deutschland um mehr als 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr zugelegt. Ihr Volumen erreichte knapp 270 Milliarden Euro.

Die Corona-Pandemie mit ihren Unsicherheiten und weitreichenden Auswirkungen auf die Gesellschaft, die fortschreitende Digitalisierung sowie das sich verändernde Weltklima verstärken diesen Trend weiter. Denn es wird klar: In einer Welt des permanenten Wandels, der Transformation und der existenziellen Bedrohung durch die Klimakrise müssen ökologische und gesellschaftliche Belastungen verringert und positive Einflüsse bestärkt werden.

Mit Investments negative Folgen für Umwelt und Gesellschaft vermeiden

Im Zuge großer Unsicherheiten wurden und werden allerorts Lösungen und Antworten für die wirtschaftlichen und sozialen Herausforderungen unserer Zeit gesucht. Ein Ansatz beim Thema nachhaltige Investitionen ist etwa, dass bestimmte Branchen, Produkte oder Unternehmen bzw. Wertpapiere vom Portfolio ausgeschlossen werden. Solche Ausschlusskriterien sind etwa: Korruption, Umweltzerstörung, Menschenrechtsverletzungen, Fossile Energieträger, Waffen und Rüstung, Kernenergie, Tabak oder Glücksspiel.

FOTOS: SKAPA INVEST GMBH

Ein Anleger hat beispielsweise Investitionen in den Branchen Kohle, Alkohol, Rüstung und Tabak ausgeschlossen. Er investiert stattdessen in ein Unternehmen aus der Textil- und Bekleidungsindustrie. Das bedeutet aber nicht, dass das Unternehmen seine Kleidung nicht für Hungerlöhne und durch Kinderarbeit in Bangladesch produzieren lässt und grundlegende Umweltschutzstandards bei der Produktion missachtet. Das Problem wird an diesem Beispiel offensichtlich: Wo das Geld nicht wirken soll ist klar. Nicht klar hingegen ist auf den ersten Blick, was die Geldanlage neben den Ausschlusskriterien noch alles "bewirkt".

Wirkungsorientierte Immobilien mit sozialem Nutzen

Beim Impact Investing meiden Anleger nicht nur Unternehmen, Branchen oder Produkte, die nach ESG-Kriterien "schädlich" sind. Vielmehr soll sich die Investition insgesamt positiv auf Umwelt und Gesellschaft und deren Zukunft auswirken und diese gar fördern. Beispiel Immobilie: Ein ambitioniertes Projekt wird dann zu einer nachhaltigen Immobilie, wenn die folgenden drei Punkte verschmelzen.

- Ökologische Aspekte (z. B. Klimaneutrales Bauen, ökologische Standortfindung, Nutzung regenerativer Energien, Minimierung von Wasser- und Flächenverbrauch)
- Ökonomische Aspekte (z. B. optimierte Bau- und Baunutzungskosten, intelligente Erneuerungs- und Wartungszyklen, Schutz von Vermögen)
- Soziale Aspekte (z. B. Integration unter städte- und landschaftsräumlichen Aspekten, Wohlbefinden, Komfort und Barrierefreiheit)

Ökologische Aspekte

Gebäude – ob gewerbliche Immobilien oder Wohnimmobilien – benötigen im gesamten Lebenszyklus Rohstoffe und vor allem Energie: beim Bau, während des Betriebs, im Zuge von Instandhaltungs- und Renovierungsarbeiten und schließlich bei der Verwertung (Kernsanierung oder Abriss). So sind mit einem Anteil von ca. 30 Prozent Gebäude in Deutschland in erheblichem Ausmaß für den Ausstoß klimaschädlicher Treibhausgase wie CO2 verantwortlich. Hier steckt gewaltiges Potenzial, CO2 einzusparen, etwa durch den Einsatz energieeffizienter Technologien sowie effizienter Systeme und Infrastruktur (z. B. integrale Planungsprozesse, hochwirksame Wärmedämmung, Gebäudeautomation, nachhaltige und regenerative Energiekonzepte, etc.).

Ökonomische Aspekte

Ein hoher CO2-Fußabdruck eines Objekts wirkt sich zunehmend auch auf den Wert der Immobilie aus. So sind (und werden künftig noch viel mehr) Gebäude mit geringer Energieeffizienz überproportional von steigenden Energiepreisen getroffen. Aufgrund der hohen Energiepreise oder zukünftiger CO2-Abgaben wird eine Vermietung der Gebäude zunehmend schwerer. Es kommt zu einer verminderten Vermietungsquote und in der Folge zu einem sinkenden Immobilienwert. Die energetische Nachrüstung von Gebäuden mit geringer Energieeffizienz ist zudem mit hohen Kosten verbunden.

Soziale Aspekte

Zu guter Letzt wirkt sich die Gestaltung der Gebäude auf die Lebensqualität und das Wohlbefinden der Bewohner aus. Und auch die Gebäudeumgebung hat einen Einfluss auf den Menschen in allen Lebensbereichen – zuhause, auf der Arbeit, in der Freizeit. Gebäudekonzepte müssen also genauso auf die Bedürfnisse, Verhaltensweisen und Anforderungen der Nutzer eingehen. Die Gestaltung der Umgebung muss gesundheitsfördernde Elemente beinhalten (z. B. vielfältige öffentliche Räume, Ausstattung öffentlicher Flächen, Nachbarschaft und Natur, etc.). Ebenso kann ein Gebäude einem sozialen Zweck dienen.

Das „wob Seniorenzentrum Freigericht" ist eine Pflegeimmobilie, die in die Kategorie Impact Investing fällt.

Positive Wirkungsmöglichkeiten für Immobilienanleger können etwa in nachhaltigen Sozialimmobilien realisiert werden. So ist beispielsweise bereits heute der Markt für altersgerechten Wohnraum (Pflegeeinrichtungen, Betreutes Wohnen, Seniorengemeinschaften, etc.) unterversorgt. Durch die höhere Lebenserwartung und die gleichzeitig rückläufige Geburtenrate in Deutschland ist die Nachfrage überproportional hoch. Nach Prognosen der Bundesanstalt für Bevölkerungsforschung wird die Zahl der Pflegebedürftigen bis 2030 um 20 Prozent auf 4,10 Mio. und bis 2060 um 57 Prozent auf 5,36 Mio. gegenüber 2017 steigen. Laut Studie des Zentralen Immobilien Ausschusses ZIA müssen demzufolge bis 2030 in Deutschland bis zu 293.000 zusätzliche Pflegeheimplätze entstehen – das entspricht rund 210 bis 390 neuen Heimen pro Jahr. Die Zahlen zeigen, dass die Schere zwischen Bedarf und Bestand gerade in dieser Assetklasse viel zu groß ist. Das übergeordnete, soziale Ziel eines Impact Investments ist hier etwa die Verbesserung der Lebensqualität der Betroffenen und die Bereicherung ihres sozialen Umfelds, die Steigerung der physischen Gesundheit und die Entlastung lokaler Gesundheits- und Sozialdienste.

Impact Investing ist ein Modell, das eine gesunde Gesellschaft, Umwelt, Wirtschaft und robuste Anlagerenditen für die Zukunft fördert und aktiv formt. Diese Form der Geldanlage hat eine Wirkung, mit der Zukunft mitgestaltet werden kann.

Autor Gerhard Jarosch ist seit Februar 2021 Geschäftsführer der .

Den Ruhestand mit einer speziellen Immobilienanlage absichern

IMMOBILIENVERRENTUNG: IST DAS WAS FÜR MEINE ELTERN?

Wenn die eigenen Eltern älter werden, stellen sich auch viele Kinder die Frage, wie es mit ihnen weitergeht. Die Immobilienverrentung kann eine Option sein, dass die Eltern so lange wie möglich im eigenen Zuhause bleiben – vorausgesetzt, das Haus oder die Wohnung gehört ihnen.

Die Immobilienverrentung ist in vielen anderen Ländern längst gang und gäbe – bietet sie doch die Möglichkeit, im Alter in den eigenen vier Wänden zu leben und zugleich den Wert der Immobilie zu nutzen. Denn: Während das Immobilienvermögen durch den Immobilienboom seit Jahren stetig zunimmt, fehlt oft das Geld für Pflege, medizinische Versorgung, Instandhaltung oder Freizeit. „Kinder sollten gemeinsam mit ihren Eltern prüfen, ob sich das Dilemma durch eine Immobilienverrentung lösen lässt“, rät Manuela Ebeling, Verrentungsexpertin der DEGIV. Selbst das Erbschaftsthema lasse sich bei dieser Gelegenheit ansprechen und weiterhin für beide Seiten praktikabel umsetzen.

Jeder zweite Seniorenhaushalt in Deutschland lebt in den eigenen vier Wänden. Studien zeigen zudem, dass die allermeisten Menschen im Alter nicht mehr umziehen möchten. Genau zu diesem Umzug in ein Pflegeheim kommt es jedoch oftmals dann, wenn eine intensivere Pflege oder Betreuung notwendig wird. Allerdings müssen der Verkauf und der Auszug nicht die einzige Option sein. „Ebenso ist es möglich, dass die Eltern die eigene Immobilie durch eine Immobilienverrentung zu Geld machen und weiterhin autonom darin wohnen – ein für viele Senioren besonders wichtiger Wunsch“, sagt Manuela Ebeling.

Das Prinzip der Immobilienverrentung mit Einmalzahlung und Nießbrauch: Der Wert der Immobilie wird unabhängig ermittelt und ein Investor kauft das Objekt. Der bisherige Eigentümer, also die Eltern, dürfen jedoch bis zum Ableben mietfrei darin wohnen und die Immobilie so nutzen wie bisher. Dieser Nießbrauch wird im Grundbuch an erster Stelle verbürgt und erlischt erst mit dem Tod. Dieses Nießbrauchrecht bleibt ebenso im Falle eines Weiterverkaufs bestehen, ist insolvenzsicher und berechtigt die Senioren sogar dazu, die Immobilie zu vermieten, falls sie sich doch für ein Pflegeheim entscheiden sollten. Eine Alternative zur Immobilienverrentung mit Einmalzahlung und Nießbrauch ist die Leibrente mit Wohnrecht, die allerdings weniger Sicherheit bietet.

Ein weiterer Vorteil: Wenn sich Eltern für eine Verrentung entscheiden sollten, können sie einen Teil des Erlöses als vorgezogene Erbschaft weitergeben. Sie können also mit dem Geld, das sie nicht für die Pflege brauchen, ihre Kinder zu einer Zeit unterstützen, in der diese das Geld in aller Regel dringender benötigen. Zudem lassen sich die Summen so bemessen, dass sie steuerfrei weitergereicht werden können. „Wenn die Kinder rechtzeitig in diese Überlegungen eingebunden sind, lassen sich emotionale Unstimmigkeiten vermeiden“, weiß Manuela Ebeling aus der Beratungspraxis. Wichtig ist eine offene Kommunikation.

„Weil die Familienimmobilie meist die wichtigste Erbsache ist, sollte ein solcher Schritt frühzeitig und offen mit den Kindern besprochen werden“, sagt Ebeling. Nicht selten bringt die Verrentung weitere Vorteile: In den Ballungsräumen übersteigen die Immobilienwerte die Freibeträge der Erbschaftssteuer meist deutlich und der Zeitpunkt des Vererbens kommt dank der gestiegenen Lebenserwartung für viele Kinder sehr spät. Ebeling: „Das lässt sich mit der Immobilienverrentung und klaren Vereinbarungen mit den Kindern umgehen.“ Denn zum Zeitpunkt des Immobilienverkaufs im Rahmen einer Verrentung fließt besonders in Großstädten eine hohe Summe an die bisherigen Eigentümer, die je nach Immobilienwert den benötigten und gewünschten Liquiditätsbedarf deutlich übersteigen kann.

Frank Milewski, Cash.

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

ZWANGSVERSTEIGERUNG: WAS JETZT SCHNELL HILFT

Es ist wohl der Worst-Case für Immobilienbesitzer: Nach Jahrzehnten des glücklichen Lebens in den eigenen vier Wänden droht plötzlich die Zwangsversteigerung und damit der Verlust des geliebten Zuhauses, weil die angehäuften Schulden einfach nicht mehr anders zu tilgen sind. Auswege aus dieser misslichen Lage sind schwer zu finden, wenn das Kind einmal in den Brunnen gefallen ist.

Eine noch recht neue Lösungsvariante für dieses Dilemma ist das Konzept des Rückmietverkaufs: Dabei wird die eigene Immobilie gegen sofortige Auszahlung des Gesamtbetrags verkauft und anschließend zu einem niedrigen, marktüblichen monatlichen Preis zurück gemietet. Aus dem Eigenheim beziehungsweise der Eigentumswohnung wird, kurz gesagt, einfach ein Mietshaus beziehungsweise eine Mietwohnung. Von zentraler Bedeutung ist dabei, dass dem Neumieter ein lebenslanges Mietrecht zugesichert wird.

Fokus auf Schnelligkeit

Die Uhren ticken bei Zwangsversteigerungen – der Natur der Sache geschuldet – schneller. Ein Hausverkauf „auf den letzten Drücker" im Rahmen eines Rückmietverkaufs muss nicht nur flexibel und zeitnah abgewickelt werden, sondern darüber hinaus die Rahmenbedingungen berücksichtigen. Beispielsweise die gesetzliche Vorgabe, dass zwischen Vertragsangebot und Unterschrift beim Notar mindestens zwei Wochen liegen müssen – trotz Zeitdrucks. Dann die organisatorische Seite: Der Kauftermin muss kurzfristig noch vor dem Zwangsversteigerungstermin angesetzt werden, alternativ gilt es, den Insolvenzverwalter davon zu überzeugen, dass ein Kaufvertrag in Aussicht steht, sodass dieser den Zwangsversteigerungstermin aufhebt. Dabei ist es hilfreich, wenn die Prozesse beim Rückmietverkauf bereits so eingespielt sind, dass sie problemlos auch auf den Sonderfall Zwangsversteigerung Anwendung finden können. Unterm Strich ist es so möglich, den gesamten Ablauf auf bis zu drei Wochen herunterzubrechen.

Hausaufgaben machen

Am Ende des Rückmietverkaufsprozesses steht ein ortsüblicher Mietvertrag zwischen dem ursprünglichem Immobilienbesitzer, also dem Rückmietverkäufer, und dem neuen Immobilienbesitzer beziehungsweise Rückmietkäufer. Ob der Rückmietverkauf sich als Zwischenlösung entpuppt oder aber als langfristige Lösung erweist, liegt in der Hand des Rückmietverkäufers. Damit dieser im besten Fall auf Lebenszeit in seiner Immobilie bleiben kann, muss er seine Hausaufgaben machen. Soll heißen: Finanziell gut haushalten, dafür gegebenenfalls auch professionelle Beratung in Anspruch nehmen, damit nicht doch noch der unfreiwillige Auszug aus dem geliebten Zuhause droht. Um Letzteres zu verhindern, erhält der Rückmietverkäufer neben einem persönlichen Gespräch auch noch einen schriftlichen Hinweis.

Psychologische Komponente

Der ursprünglich von der Zwangsversteigerung bedrohte Immobilienbesitzer schlägt durch den Rückmietverkauf mehrere Fliegen mit einer Klappe: Nicht nur, dass er dank des Rückmietverkaufs sein Heim nicht verlassen muss oder, ausgehend vom schlimmsten Fall, gar obdachlos wird, es wird ihm zudem ermöglicht, im Familien- und Bekanntenkreis sein Gesicht zu wahren – ein nicht zu unterschätzender psychologischer Aspekt. Mehrkosten fallen durch den Sonderfall der Zwangsversteigerung ebenfalls nicht an – hat der Neumieter seine alten Schulden beglichen, kann er unbelastet ein sein neues altes Leben durchstarten.

Autor Dr. Henryk Seeger ist Geschäftsführer GNIW.

FOTO: GNIW

WAS BEIM „MIETERKAUF“ ZU BEACHTEN IST

Immer wieder fallen Mieter aus allen Wolken, wenn sie erfahren, dass die Wohnung, in der sie leben, den Besitzer wechseln soll. Viele fürchten dann eine Mieterhöhung, Sanierungsarbeiten mit Baulärm und Dreck – oder gar die Kündigung des Mietvertrags. Wie man sich dann verhalten soll.

In den meisten Fällen können sich Mieter aber auch freuen, wenn es zur Aufteilung und somit zum erstmaligen Verkauf der Wohnungen in ihrem Mietshaus kommt. Denn daraus ergibt sich die Chance, die bislang gemietete Wohnung selbst zu erwerben. Was viele Mieter nicht wissen: Mieter haben ein gesetzliches Vorkaufsrecht. Aber dieses Vorkaufsrecht besagt nur, dass sie in einen abgeschlossenen Kaufvertrag einsteigen dürfen. Wenn der Verkauf der Wohnung also bereits erfolgt ist, ist es zu spät mit dem Verkäufer selbst zu verhandeln. Mieter sollten daher frühzeitig aktiv werden und direkt auf ihre Vermieter zugehen, sobald sie davon erfahren, dass Wohnungen in ihrem Haus verkauft werden sollen. Dann kann sich der Kauf der Wohnung, in der der Mieter bislang zur Miete lebt, in vielen Fällen auch finanziell rechnen. Wir haben die fünf wichtigsten Punkte für den sogenannten Mieterkauf zusammengefasst.

1. Frühzeitig mit dem Eigentümer sprechen

Beim Mieterkauf besteht die Chance, dass der Mieter einen Vorzugspreis erhält. Denn der Eigentümer hat, wenn die Entscheidung, die Wohnung zu verkaufen, gerade frisch getroffen ist, noch keinen Makler eingeschaltet oder Anzeigen veröffentlicht.

Das heißt: Die Verkaufskosten des Eigentümers sind noch sehr gering, und das bringt Verhandlungspotenzial für den Mieter. Daher gilt grundsätzlich: Je früher man mit dem Eigentümer in die Verhandlungen tritt, desto besser. Am klügsten ist es, man meldet sich sofort beim Eigentümer, wenn man von einem geplanten Verkauf erfährt – damit geht man noch keine Verbindlichkeiten ein und ist zu nichts verpflichtet, erhält aber frühzeitig Informationen.

2. Der Mieterkauf lohnt sich für den Verkäufer

Leer stehende Wohnungen sind grundsätzlich mehr wert als solche mit einem laufenden Mietvertrag. Eine „Wohnung mit Mieter“ kann heutzutage häufig nur noch als Kapitalanlage genutzt werden, Eigenbedarfskündigungen werden bekanntlich immer schwieriger. Beim Mieterkauf fallen also neben den Werbungskosten auch Sonderzahlungen weg, die Eigentümer häufig erbringen müssen, um Mieter von einem freiwilligen Auszug aus der Wohnung zu überzeugen. Der Eigentümer spart also beim Mieterkauf Zeit und Kosten – und von diesen Faktoren sollte der Mieter beim Mieterkauf unbedingt profitieren.

Daher gilt: Augen auf, wenn der Eigentümer die Wohnung an den Mieter zum gleichen Preis verkaufen will wie an Dritte. Hier gibt es Verhandlungspotenzial!

3. Passt eine Eigentumswohnung zu meinem Lebensmodell?

Als Mieter lebt es sich bequem. Anders als der Vermieter kann der Mieter jederzeit seinen Mietvertrag kündigen. In der Regel gilt: Drei Monate – und schon ist man weg. Das ist eine Flexibilität, die Eigentümer in den meisten Fällen nicht haben. Darüber muss man sich beim Erwerb einer Immobilie im Klaren sein, unabhängig davon, ob man ein Eigenheim baut, eine leer stehende Wohnung erwirbt oder den Mieterkauf nutzt. Daher sollte man als Mieter genauso prüfen, ob der Erwerb einer Immobilie zu den eigenen Lebensvorstellungen passt. Wie ist die Situation im Beruf? Wie sehen das partnerschaftliche und familiäre Umfeld aus? Und gefallen einem die Stadt und die Lage? Auch beim Mieterkauf sollte man sich objektiv informieren und zunächst die gleichen Fragen beantworten wie beim Kauf einer fremden Wohnung. Das zeigt sich im Übrigen

Es steht Ärger ins Haus: Ein Paar erhält die Kündigung ihres Mietvertrags, weil die Wohnung verkauft werden soll.

bei der Frage der Finanzierung: Die Bank, mit der man der Erwerb einer Immobilie plant, macht bei ihrer Prüfung keinen Unterschied, ob es sich um einen Mieterkauf handelt oder nicht.

Diese strengen Fragen dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Erwerb einer Immobilie sich in vielen Fällen lohnt, insbesondere angesichts der anhaltend niedrigen Zinsen. Das Sparbuch bringt einem nichts ein, Aktien mögen eine feine Sache sein, sind aber riskant – dagegen ist die selbst genutzte Immobilie eine sichere, sinnstiftende und zugleich auch dankbare Investition. Freilich haben viele Mieter vor dieser großen Kaufentscheidung Angst, zumindest großen Respekt. Den sollte man auch haben – ganz gleich, ob Mieterkauf oder nicht. **Die Faustregel lautet:** Es muss gut überlegt sein, eine Immobilie zu kaufen aber man darf sich nicht davor abschrecken lassen, eine solche Lebensentscheidung zu treffen.

4. Der Mieter kennt Wohnung und Lage bereits

Einer der größten Vorteile beim Mieterkauf ist, dass man die Wohnung, die man erwirbt, bereits über längere Zeit kennt. Bei vielen Immobilienkaufentscheidungen müssen sich Interessenten nach einer oder zwei Besichtigungen entscheiden. Dass nicht jeder ohne weiteres so schnell sagen kann, ob eine Wohnung passt oder nicht, leuchtet ein. Manch ein Kaufinteressent würde am liebsten auch einmal probeschlafen – wie ruhig ist die Straße, wie fällt morgens das Licht in die Wohnung, wann und wie geht die Sonne am Abend unter? Das sind alles Aspekte, die sich bei einer Maklerbegehung kaum in Erfahrung bringen lassen.

Die Vorteile des Mieterkaufs: Als Mieter kennt man die Vor- und Nachteile des Objekts und kann daher deutlich klarer entscheiden, ob diese Wohnung für den Eigentumserwerb passt oder nicht. Auch kennt sich der Mieter in seinem angestammten Kiez aus – der Wechsel aus der Miet- in die Eigentümerposition ändert also wenig am Lebensumfeld, sondern ist eine finanzielle Entscheidung.

5. Was lohnt sich: Miete versus Annuität?

Nicht jeder Mieterkauf lohnt sich, das ist klar. Denn manche Mieter haben alte und sehr günstige Mietverträge, wie man sie heutzutage nicht mehr bekommen kann. Ob solche Mietverträge mit Mietzinsen von vor 30 Jahren und mehr fair gegenüber anderen Mietern sind oder nicht, gehört nicht hierher – das ist eine andere Diskussion. Für den Mieterkauf gilt lediglich die ökonomische Gegenüberstellung. Als Mieter muss man durchrechnen, ob sich der Kauf der eigenen Mietwohnung lohnt. Dafür muss man die monatliche Nettokaltmiete mit dem Kapitaldienst vergleichen, mit dem bei einem Erwerb zu rechnen wäre. Eine Vorabprüfung durch den Bankberater genügt dabei meist, um sich ein Bild zu machen. Die Nebenkosten kann man dabei zunächst unbeachtet lassen, da man sie als Mieter ebenso wie als Eigentümer zahlen muss und sie nur unterschiedlich heißen. Aufgrund der niedrigen Zinsen wird man dabei selbst in vielen Metropolen und Großstädten zum Ergebnis kommen, dass sich ein Kauf rentiert. Die Kosten für Zins und Tilgung werden zwar etwas über den bisherigen Mietzahlungen liegen, aber dafür zahlt man in sein eigenes Vermögen ein, statt in den Geldbeutel des Vermieters.

Als Faustregel sollte man sich merken: Bei monatlichen Mehrkosten bis 20 Prozent im Vergleich zur Miete lohnt sich die Investition in den Mieterkauf auf jeden Fall!

Autor Oliver Koch ist Vorstand Fortis Real Estate Investment AG.

FOTO: FORTIS REAL ESTATE INVESTMENT AG

G.U.B. ANALYSE

HEP-SOLAR PORTFOLIO 2

Beteiligung ab 10.000 Euro

Abbildung: Titelseite der Werbemitteilung/Produktinformation

MANAGEMENT UND PROJEKTPARTNER

Die hep-Gruppe entwickelt, baut, betreibt und finanziert seit 2008 international Photovoltaikanlagen für private und institutionelle Investoren. Die HEP Kapitalverwaltung AG verfügt nach den vorliegenden Informationen seit 2018 über die Erlaubnis als Kapitalverwaltungsgesellschaft (KVG) und ist damit zur Verwaltung von alternativen Investmentfonds (AIF) berechtigt. Laut Prospekt hat hep bis dato 50 Solarparks mit einer installierten Kapazität von mehr als 800 Megawatt entwickelt und 15 Parks im eigenen Betrieb. Die Leistungsbilanz 2019 (Stand 19. Januar 2021) weist die bisherigen Ergebnisse von neun Fonds mit Investitionen in Solarprojekte in Deutschland, Großbritannien, Japan und den USA aus. Die Fonds haben demnach ihre Ziele im Ergebnis bislang durchweg erreicht und teilweise übertroffen. Aktuell umfasst die Produktpipeline nach den vorliegenden Informationen rund 4,5 Gigawatt in Deutschland, Japan, Kanada und den USA. Insgesamt verfügt hep über eine ausgeprägte Spezialisierung auf Photovoltaik sowie internationale Erfahrung in der Entwicklung, dem Bau und dem Betrieb der Anlagen.

INVESTITION UND FINANZIERUNG

Der Fonds plant mittelbare Investitionen in Photovoltaikprojekte in Japan, USA, Europa (insbesondere Deutschland) sowie Kanada. Nach den Anlagebedingungen müssen die Investitionen über mindestens drei Spezial-AIFs sowie gegebenenfalls Objektgesellschaften erfolgen und den Grundsatz der Risikomischung einhalten. Die Spezial-AIFs werden voraussichtlich ebenfalls von der HEP Kapitalverwaltung AG verwaltet, es sind aber auch Investitionen in Spezial-AIFs anderer KVGen zulässig. Aus der sehr umfangreichen Pipeline mit Photovoltaikprojekten wurden die ersten drei Projekte in den USA nach Angaben von hep schon konkret priorisiert. Die Investitionen können auch Projekte oder Projektrechte umfassen, die zuvor von hep oder HEP-Fonds entwickelt worden sind, wobei laut KVG dann nach einer internen Bewertungsrichtlinie sowie einem standardisierten Auswahlprozess, den ein Wirtschaftsprüfer begleitet, vorgegangen wird. Die emissionsabhängigen Kosten auf Ebene des Fonds liegen im marktüblichen Rahmen. Ein konsolidierter Investitions- und Finanzierungsplan (Prognose) für den Fonds und die Spezial-AIFs/Objektgesellschaften ist in den Emissionsunterlagen nicht enthalten. Das Fremdkapital soll grundsätzlich auf Ebene der Spezial-AIFs oder der Objektgesellschaften aufgenommen werden. Eine Fremdkapitalaufnahme auf Ebene des Fonds wäre nach den Anlagebedingungen zwar zulässig, ist bei planmäßigem Verlauf aber nicht vorgesehen.

Hinweis: Frühere Entwicklungen, Prognosen und Simulationen sind kein verlässlicher Indikator für zukünftige Entwicklungen. Die steuerliche Behandlung hängt auch von den persönlichen Verhältnissen des jeweiligen Anlegers ab und kann künftig Änderungen unterworfen sein.

WIRTSCHAFTLICHES KONZEPT

Photovoltaik zählt neben der Windenergie zu den wichtigsten Technologien zur Erzeugung von Strom aus regenerativen Quellen und damit zur Reduktionen des CO2-Ausstoßes. Die rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in den Zielländern werden im Prospekt jeweils kurz geschildert. Daneben werden die Ergebnisse maßgeblich von der tatsächlichen Sonneneinstrahlung und der Zuverlässigkeit der Anlagen sowie von den Betriebskosten oder auch politischen Entwicklungen beeinflusst. Der Fonds ist entsprechend unternehmerisch geprägt. Grundlage für die Prognose im Prospekt ist nach den Erläuterungen der typische Verkauf eines Investments in Photovoltaikanlagen. Laut Prospekt sind zunächst auch Re-Investitionen vorgesehen, sofern Projekte frühzeitig wieder veräußert werden, diese sind in der Prognose jedoch nicht explizit berücksichtigt. Aufgrund des Fremdkapitalanteils auf Ebene der Spezial-AIFs oder der Objektgesellschaften von bis zu 300 Prozent des dort verfügbaren Netto-Eigenkapitals können Abweichungen von den kalkulierten Einnahmen und Kosten entsprechenden Einfluss – in positiver wie negativer Richtung – auf die Ergebnisse haben. Da in der jeweiligen Landeswährung investiert wird, bestehen auf Ebene der Spezial-AIFs gegebenenfalls Wechselkursrisiken. Die gesetzlichen Beschränkungen des Währungsrisikos sowie der Fremdkapitalaufnahme bei Publikumsfonds sind laut der KVG bei dieser Konzeption nicht berührt. Die laufenden Fondskosten auf Ebene des Publikums-AIF liegen im unteren Bereich des marktüblichen Rahmens.

RECHTLICHES KONZEPT

Als Publikums-AIF unterliegt der Fonds einem hohen Regulierungsniveau. Die Komplementärin und die KVG sind von dem Selbstkontrahierungsverbot des Paragrafen 181 BGB befreit. Gesellschafterbeschlüsse erfolgen grundsätzlich schriftlich, nur in Ausnahmefällen werden Präsenzversammlungen einberufen. Die Anleger können jedoch mit zusammen mindestens zehn Prozent des Kapitals eine weitere Beschlussfassung oder Gesellschafterversammlung verlangen. Positiv ist zu bewerten, dass die Haftsumme auf ein Prozent der gezeichneten Pflichteinlage reduziert wurde.

STÄRKEN VS. SCHWÄCHEN

+ KVG mit ausgeprägter Spezialisierung auf Photovoltaik • Erfahrungen von hep mit internationalen Investitionen • Vorherige Fonds bislang durchweg erfolgreich • Photovoltaik international mit hohen Wachstumsraten • Umfangreiche Projekt-Pipeline/drei Projekte in USA bereits priorisiert • Risikomischung durch mehrere Projekte und internationale Streuung angestrebt • Moderate laufende Fondskosten

– Blind Pool • Interessenkonflikte nicht ausgeschlossen • Auf Ebene der Spezial-AIFs hoher Fremdkapitalanteil und Währungsrisiken möglicht • Kein konsolidierter Investitionsplan im Prospekt

INTERESSENKONSTELLATION

Die Treuhänderin gehört zu hep. Wenn sie keine andere Weisung des Anlegers erhalten hat, enthält sie sich bei Gesellschafterbeschlüssen aber grundsätzlich der Stimme. Sofern wie geplant Projekte von HEP-Projektentwicklungsgesellschaften in die Spezial-AIFs oder Objektgesellschaften übernommen werden, sind Interessenkonflikte nicht ausgeschlossen. Obwohl eine externe Bewertung der Investitionen durch einen zugelassenen Bewerter, die Zustimmung der Verwahrstelle sowie ein internes Interessenkonfliktmanagement der KVG gesetzlich vorgeschrieben sind und darüber hinaus das standardisierte interne Auswahlverfahren installiert wurde, ist hier auch entsprechendes Vertrauen in die Geschäftsführung erforderlich.

PROSPEKT UND DOKUMENTATION

Der Verkaufsprospekt ist insgesamt gut verständlich, beschränkt sich jedoch zum Teil auf die gesetzlichen Mindestangaben. Einige ergänzende Informationen sind in der Broschüre (Werbemitteilung) „Produktinformation“ enthalten. Daneben wurden der G.U.B. weitere Informationen zügig zur Verfügung gestellt.

VOLLSTÄNDIGE ANALYSE JETZT DOWNLOADEN

www.gub-analyse.de

Die G.U.B. Analyse Finanzresearch GmbH ist Deutschlands ältestes Analysehaus für Sachwertanlagen – seit 1973. Diese Anzeige enthält eine Kurzfassung der genannten G.U.B. Analyse (**Datum der ersten Veröffentlichung: 8. März 2021**). Der Download der vollständigen Analyse ist unter www.gub-analyse.de kostenlos möglich. Dort finden Sie auch Angaben zu Bewertungsgrundlagen, Interessenkonflikten sowie weitere wesentliche Informationen. **RISIKOHINWEIS**: Der beurteilte Fonds enthält Risiken bis zum vollständigen Verlust des eingesetzten Kapitals. Durch eventuelle steuerliche Implikationen sind auch Vermögensschäden darüber hinaus möglich. **DISCLAIMER:** Diese Anzeige und die G.U.B. Analyse selbst sind keine Aufforderung und kein Angebot zur Investition. Ein positives G.U.B.-Urteil bietet keine Garantie vor Verlusten. Die G.U.B. Analyse Finanzresearch GmbH übernimmt keine Gewähr und keine Haftung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der enthaltenen Tatsachen, Schlussfolgerungen und Werturteile. Grundlage für eine etwaige Investition sind ausschließlich der Verkaufsprospekt (22. Oktober 2020), erhältlich unter www.hep.global, sowie ggf. weitere, vom Emittenten oder Anbieter bereitgestellte Informationen.

„Man muss diesen Beruf aus Leidenschaft wählen“

In unserem Podcast „Die Zwei & Dein Geld“ spricht Dr. Dirk Reiffenrath, Mitglied des Vorstands der Deutschen Vermögensberatung (DVAG), über die Aus- und Weiterbildung von Vermögensberatern und die Gewinnung von Nachwuchskräften.

Dirk Reiffenrath

Laut Reiffenrath ist der persönliche Kontakt der wichtigste Faktor bei der Gewinnung von Nachwuchskräften. „Durch Werbung erzeugt man ein Entrée, aber dann muss jemand kommen, der auch vertrauenswürdig und interessant ist und der ihnen das Gefühl gibt: Mit dem zusammen könnte ich was bewegen. Von daher ist für mich die persönliche Ansprache das entscheidende Erfolgskriterium.“

Beim Berufseinstieg sei das Umfeld ein entscheidender Faktor, die „Community“: „Man muss jungen Menschen einen Berufseinstieg mit viel unternehmerischer Freiheit bieten, dass heißt, dass sie sich mit anderen jungen Menschen zusammentun können und dann eine ähnliche Atmosphäre entsteht wie in einem Fintech. Wenn wir junge Vermögensberater haben, die sich zu einem Büro zusammenschließen, da geht die Post ab.“ Das sei modern, innovativ und sehr attraktiv für junge Leute.

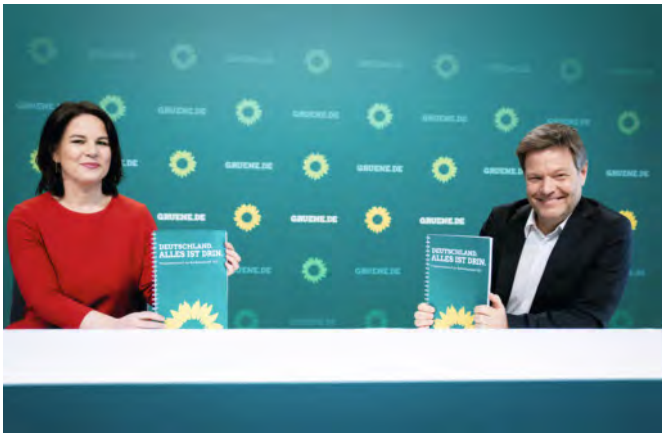
Reiffenrath hat klare Vorstellungen davon, was einen guten Vermögensberater heute ausmacht: „Man muss wirklich Lust haben, anderen Menschen zu helfen und sie dazu zu befähigen, Ziele zu erreichen, die sie sich vielleicht nie vorstellen haben können. Da ist der Vermögensberaterberuf besonders prädestiniert, weil wir auf langfristige Kundenbeziehungen aus sind.“ Wichtig seien lebenslanges Lernen, Empathie und die Fähigkeit, mit Rückschlägen umzugehen. „Der Vertrieb ist ja nicht nur von Erfolg geprägt, sondern auch von Rückschlägen“, so Reiffenrath. „Wer den Beruf wählt, der muss ihn aus Leidenschaft wählen. Wir haben viele Vermögensberater, die das wirklich tun.“

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

„Vom Kopf auf die Füße“

Die Bundesvorsitzenden der Grünen, Annalena Baerbock und Robert Habeck, haben den Entwurf für ihr Wahlprogramm zur Bundestagswahl vorgestellt. Die Provisionsberatung soll nach ihren Plänen bald der Vergangenheit angehören.

„Häufig werden Kund*innen Finanzprodukte angedreht, die für sie zu teuer, zu riskant oder schlicht ungeeignet sind. Diese Produkte sind häufig gut für die Gewinne der Banken und Versicherungen, aber schlecht für die Kund*innen“, heißt es im Programmentwurf. „Wir wollen die Finanzberatung vom Kopf auf die Füße stellen. Dafür schaffen wir ein einheitliches und transparentes Berufsbild für Finanzberater*innen. Alle Vermittler*innen und Berater*innen sollen künftig von der BaFin beaufsichtigt werden.“ Man wolle weg von der Provisionsberatung und schrittweise zu einer unabhängigen Honorarberatung übergehen. „Dafür schaffen wir eine gesetzliche Honorarordnung, die Finanzberater*innen stärkt und unabhängiger macht. Die Finanzaufsicht soll von der Möglichkeit, den Vertrieb von schädlichen und irreführenden Finanzprodukten zu untersagen, stärker als bisher Gebrauch machen.“ Auf das Wohlwollen des Finanzvertriebs können die Grünen mit diesen Plänen eher nicht hoffen.



Annalena Baerbock und Robert Habeck, Bündnis 90/Die Grünen

Der Programmentwurf sieht außerdem vor, die Riester-Rente durch einen öffentlich verwalteten Bürgerfonds zu ersetzen, durch den die Menschen am Wertezuwachs der Wirtschaft profitieren sollen. An der Riester-Rente lassen die Grünen kein gutes Haar, sie habe sich als ein „völliger Fehlschlag“ herausgestellt: „Die Produkte sind teuer und undurchschaubar und haben zum Teil eine geringere Rendite als Omas Sparstrumpf. Profitabel sind sie oft nur für die Versicherungswirtschaft oder dank der öffentlichen Förderung. Deswegen haben bei weitem nicht alle davon Gebrauch gemacht.“

FOTOS: DVAG, DPA/PICTURE ALLIANCE

„Ich hatte immer großes Glück mit Immobilien“

Cash. sprach mit der Schauspielerin und Moderatorin Collien Ulmen-Fernandes über ihre Erfahrungen und Strategien bei der Kapitalanlage.

Frau Ulmen-Fernandes, Ihre erste größere Geldanlage – erinnern Sie sich?

Ulmen-Fernandes: Als ich 19 Jahre alt war, habe ich zwei Eigentumswohnungen in Hamburg gekauft. Das habe ich gemacht, weil meine Eltern Angst hatten, was meine Karriere in der Medienbranche angeht. Sie haben immer gesagt: Das kann nicht lange gut gehen, du musst für später vorsorgen. Als Eigentümerin musste ich zumindest keine Miete mehr zahlen, konnte selbst vermieten und hatte damit Einnahmen für den Fall, dass es in der Medienbranche nicht mehr so gut laufen sollte. Mein Vater hat mich am Anfang sehr stark beraten. Das war gut, denn sonst hätte ich bestimmt die ein oder andere Immobilie gekauft, bei der ich es im Nachhinein bereut hätte. Mittlerweile mache ich das aber schon seit 20 Jahren und weiß, worauf ich achten muss.

Haben sich die Investments rentiert?

Ulmen-Fernandes: Ja, ich hatte immer großes Glück mit Immobilien. Häufig sind die Objekte kurz nach dem Kauf schon stark im Wert gestiegen. Ich habe mir zum Beispiel später in Berlin eine Immobilie in einer Gegend gekauft, die damals noch nicht so richtig angesagt war, mittlerweile aber total boomt. Ich würde als nächstes gerne in Gewerbeimmobilien investieren, vor allem in Supermärkte. Ich kann diesen Bereich aber noch nicht so ganz einschätzen, deshalb habe ich mich bisher noch nicht getraut.

Worin investieren Sie noch?

Ulmen-Fernandes: Ich investiere nur in Immobilien. Andere Anlageformen sind mir zu abstrakt. Bei Unternehmen weiß ich ja nicht, was hinter den Kulissen passiert. Eine Immobilie kann ich mir anschauen, ich kann reingehen und die Mängel selbst entdecken. Ich kann sie einfach besser greifen. Bei größeren Immobilien ziehe ich natürlich einen Gutachter hinzu, denn viele Mängel erkennt man ja mit bloßem Auge gar nicht.

Es werden immer wieder Studien zum Anlageverhalten von Männern und Frauen veröffentlicht, die meistens einen ähnlichen Tenor haben: Frauen seien sicherheitsorientierter als Männer. Sie sind mit dem Schauspieler Christian Ulmen verheiratet, können Sie das bei sich privat auch feststellen?

Ulmen-Fernandes: Ich beobachte das auch. Ich weiß nicht, woran es liegt, ob es eine Frage der Sozialisation ist. Oft ist es ja so, dass die Unterschiede zwischen Mann und Frau doch mehr mit der Prägung und Erziehung zu tun haben als damit, dass es in der Natur der Geschlechter liegt. Männlichkeit wird mit Mut assoziiert, als Frau wird man zu Zurückhaltung und Vorsicht erzogen. Auch ich habe ein ganz extremes Sicherheitsdenken, im Gegensatz zu meinem Mann. Das ist bei mir aber ganz klar auf meine schwäbischen Wurzeln zurückzuführen. Ein achtsamer Umgang mit Geld ist so sehr Teil meiner Erziehung, dass ich gar nicht anders kann.

Das Gespräch führte Kim Brodtmann, Cash.

So wollen die Deutschen den Soli investieren

Der Solidaritätszuschlag („Soli“) entfällt seit Jahresanfang für die meisten Steuerzahler. In einer Umfrage gaben 39 Prozent der Befragten an, das so gesparte Geld in Produkte für die eigene Alters- und Gesundheitsvorsorge oder in Aktien zu investieren. Die repräsentative Umfrage hat das Marktforschungsinstitut Innofact im Auftrag der R+V Versicherung im Februar durchgeführt, dafür wurden bundesweit 1.042 Menschen befragt.

Demnach wollen 17 Prozent den Soli für die Altersvorsorge zurücklegen und weitere 6 Prozent in die eigene Gesundheitsvorsorge investieren. Genau 16 Prozent planen ein Investment in Aktien (Mehrfachnennungen waren möglich). Fast jeder fünfte Befragte (19 Prozent), der vom Soli-Wegfall weiß, ist dagegen noch unentschlossen, wofür er das zusätzliche Geld ausgeben wird. Außerdem plant der Umfrage zufolge ein Viertel (24 Prozent), das gesparte Geld nicht auszugeben und auf dem Konto zu lassen. Weitere 21 Prozent wollen dagegen verstärkt konsumieren und planen Ausgaben für Hobbys und Konsumgüter. Jeder achte Befragte (12 Prozent) wusste dagegen gar nicht, dass der Soli überhaupt wegfällt.

Beim Soli wird ein Zuschlag von 5,5 Prozent auf Einkommen-, Lohn- und Kapitalertragsteuern erhoben. Seit Januar müssen den Soli jedoch etwa 90 Prozent aller Einkommensteuerpflichtigen gar nicht mehr zahlen, für weitere rund 6 Prozent fällt er geringer aus.

17 Prozent der Befragten wollen den Soli für die Altersvorsorge zurücklegen.

FOTOS: DPA/PICTURE ALLIANCE

„Eine absolute Regresssicherheit ist schwierig zu erreichen“

Cash.-Interview mit dem Versicherungskaufmann Klaus Hermann über die richtige Absicherung des eigenen Maklerunternehmens.

Klaus Hermann: „Man fällt sonst schnell durchs Rost.“

Wie sollte das eigene Maklerunternehmen grundsätzlich abgesichert sein?

Hermann: Ganz klar ist schon mal die Vermögensschadenhaftpflicht. Für die Vermittlung von Versicherungen gemäß Paragraf 34d Absatz 1 Gewerbeordnung (GewO) besteht grundsätzlich eine Versicherungspflicht. Die Pflichtversicherungssumme für die Versicherungsvermittlung beträgt mindestens 1,2 Millionen Euro für jeden Versicherungsfall und 1,85 Millionen Euro für alle Versicherungsfälle eines Jahres. Ergänzend dazu darf die Bürohaftpflicht nicht fehlen. Wenn nicht gerade aus dem Kartoffelkeller über das Smartphone und mit drei Leitz-Ordnern gearbeitet wird, ist die Inventarversicherung angebracht, gegebenenfalls mit Elektronikbaustein. Wahnsinnig wichtig ist meiner Meinung nach auch die Cyberversicherung. Es gibt Kollegen, die der Meinung sind, eine Betriebshaftpflicht mit IT-Baustein sei hier ausreichend. Weit gefehlt, da in der Haftpflichtversicherung immer ein Verschulden vorausgesetzt wird. Die Cyberdeckung geht weit darüber hinaus.

Welche Absicherung ist erforderlich, um nicht in Regress genommen werden zu können?

Hermann: Eine absolute Regresssicherheit ist meines Erachtens schwierig zu erreichen. Die wichtigste Entscheidung eines Versicherungsmaklers ist hier die Wahl des richtigen Vertragspartners und Deckungskonzeptes für die Vermögensschadenhaftpflicht. Die wissentliche Pflichtverletzung ist ausgeschlossen, also dann, wenn ich als Vermittler weiß, welche Konsequenzen sich aus meinem Fehlverhalten ergeben können. Das gibt im Schadensfall eine Menge Interpretationsspielraum. Ein Vermittler sollte bei der Wahl des Versicherers für seine Vermögensschadenhaftpflicht darauf achten, dass die Bedingungen möglichst wenige Obliegenheiten enthalten. Es gibt Versicherer, die zum Beispiel grundsätzlich ein Beratungsprotokoll voraussetzen. Das ist in der Praxis kaum machbar. Interessant ist auch, wie die Versicherer mit Falschangaben bei der Antragsaufnahme, zum Beispiel einer Krankenversicherung, umgehen, wenn der Antrag durch einen Mitarbeiter aufgenommen wurde. Meine Empfehlung ist die Mitgliedschaft im Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) und deren Partner, das Maklerbüro Pickhardt in Gütersloh. Dort sind echte Experten auf dem Gebiet, die tolle Bedingungskonzepte und Preise verhandelt haben.

Gibt es Unterschiede je nach Art des Vermittlungsgegenstandes? Benötigt also ein Immobilienmakler andere Versicherungen als ein Versicherungsmakler?

Hermann: Im Wesentlichen, nein. Der Bedarf des Versicherungsschutzes ist ähnlich, wenn nicht sogar fast identisch. Jedoch unterliegt der Immobilienmakler keiner Versicherungspflicht. Dennoch sollte die Absicherung natürlich bestehen. Spätestens bei einem Ratingverfahren fällt man da als Immobilienmakler sonst schnell durchs Rost.

Die Regulierung nimmt immer weiter zu, unter anderem müssen Makler ihre Kunden künftig auch zu ihren Nachhaltigkeitspräferenzen befragen. Wird dies weitere zusätzliche Absicherungen erforderlich machen?

Hermann: Die Regulierung schießt schon lange über das Ziel hinaus und dient meiner Meinung nach deutlich mehr den sogenannten „Abmahnanwälten“ als dem wirklichen Verbraucherschutz. Vor diesem Hintergrund ist sicherlich eher die Rechtsschutzversicherung, wenn vorhanden, zu überprüfen und dort zu klären, ob etwaige Streitigkeiten mitversichert sind.

Die Fragen stellte Kim Brodtmann, Cash.

Neue Partner

Matthias Hansen

Der Maklerverbund Charta kooperiert ab sofort mit der Hypoport-Tochter Smart Insurtech, die die Versicherungsplattform Smart Insur betreibt. Die rund 400 an den Verbund angeschlossenen Versicherungsmakler können nun ein Komplettpaket aus cloud-basiertem Maklerverwaltungsprogramm, KI-gestütztem Dokumentenservice, Qualitätsbewertung, Versicherungsvergleich und einer Beratungslösung inklusive elektronischer Signatur nutzen.

„Durch die Bündelung dieser vielfältigen Technologien in einer Hand laufen Daten nicht mehr durch externe Drittsysteme“, so Matthias Hansen, Vorstandschef von Smart Insurtech. „Vielmehr sind sie sicher, transparent und können jederzeit online abgerufen werden. Wichtig ist uns auch die Unabhängigkeit der Nutzer. Sie bleiben Inhaber ihrer Daten und behalten die Direktverbindung zum Versicherer.“

FOTOS: KLAUS HERMANN, SMART INSURTECH

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

Martin Pöll und Stefanie Alt, Telis: „Der Markt wird sich in drei Segmente unterteilen."

LICHT INS DUNKEL

Bis die Coronakrise überwunden ist, müssen die Finanzvertriebe und Maklerpools versuchen, unter erschwerten Bedingungen stabiles Geschäft zu machen. Dabei hätte die Branche der Finanzdienstleister auch ohne Covid-19 genug zu tun.

FOTO: R-PHOTO.DE

Das Corona-Chaos in Deutschland nimmt kein Ende: Während andere Länder bereits große Fortschritte bei der Impfung ihrer Bevölkerung machen, taumelt die deutsche Politik von Coronagipfel zu Coronagipfel. Die Infektionszahlen steigen weiter, und auch die Kritik am Krisenmanagement von Bundesregierung und Länderchefs nimmt zu – womit wohlgemerkt jede sachliche, konstruktive Kritik gemeint ist, nicht der Irrsinn, den sogenannte „Querdenker" und sonstige Wirrköpfe seit Monaten im Netz und auf der Straße verbreiten.

Auch in der Finanzdienstleistungsbranche wächst im zweiten Jahr der Pandemie der Unmut, wie sich zum Beispiel beim Thema Schule zeigt. Auch dort herrscht weiterhin Corona-Chaos, eine Digitalstrategie für die Schulen ist noch immer nicht erkennbar. Eine verheerende Situation – meint auch Norbert Porazik, geschäftsführender Gesellschafter des Maklerpools Fonds Finanz. „Auch nach einem Jahr Homeschooling sind Deutschlands Schulen nicht für den digitalen Unterricht gerüstet", ließ er sich kürzlich in einer Pressemitteilung des Unternehmens zitieren. „Es macht mich wütend, dass sich an der Lage zum digitalen Unterricht noch nichts Nennenswertes getan hat: Bildung ist unser höchstes Gut; und unseren Schulen fehlt es noch immer an Ausstattung."

Die Fonds Finanz hat daraus ihre Konsequenzen gezogen und die Kooperation mit „Netzklasse" um ein weiteres Schuljahr verlängert. Mit „Netzklasse" können Lehrer Unterrichtsstunden ortsunabhängig halten und diese mittels pädagogischer Tools interaktiv gestalten. Für Vertriebspartner der Fonds Finanz bedeutet die Kooperation, dass sie bundesweit beliebig viele Schulen für eine kostenfreie Nutzung des virtuellen Klassenzimmers anmelden können. Das Engagement der Fonds Finanz zeigt, dass es in der Finanzdienstleistungsbranche durchaus Bemühungen gibt, dort einzuspringen, wo Bund und Länder bei der Krisenbewältigung einfach nicht vorankommen. Ein weiteres Beispiel: Wie andere große deutsche Unternehmen will auch die Allianz wegen der lahmenden Impfkampagne den Schutz der Belegschaft vor dem Coronavirus in die eigenen Hände nehmen und sie durch Betriebsärztinnen und -ärzte impfen lassen.

Nach einem wachstumsstarken Jahr 2020 bezeichnen viele Vertriebe und Pools auch den Start ins neue Jahr als gelungen

Die Branche selbst steht nach einem Jahr Coronakrise vergleichsweise gut da: Im Jahr 2020 konnten viele Finanzdienstleister steigende Geschäftszahlen verzeichnen, auch den Start ins neue Jahr bezeichnen viele Vertriebe und Pools als gelungen. „Das Jahr 2021 ist bisher sehr gut angelaufen – unsere Belegschaft ist gesund und wirtschaftlich ist das neue Geschäftsjahr außerordentlich erfolgreich gestartet. Im Vergleich zu Januar und Februar 2020, den Vormonaten der Corona-Pandemie, konnten wir in den ersten zwei Monaten dieses Jahres eine Umsatzsteigerung von über sieben Prozent verzeichnen", sagt Porazik. Dabei seien alle Sparten ähnlich stark aufgestellt. „Zusätzlich erhalten wir von unseren angebundenen Vermittlern großen Zuspruch", so Porazik.

Auch der Maklerpool Qualitypool konnte nach einem wachstumsstarken Jahr 2020 im Januar und Februar noch einmal zulegen: „Das Baufinanzierungsgeschäft erwischte einen hervorragenden Jahresstart, das Ratenkreditgeschäft entwickelt sich sehr erfreulich und auch im Versicherungsbereich haben wir von Beginn an zweistellige Wachstumsraten erzielt", erklärt Geschäftsführer Jörg Haffner. Grundsätzlich zeige sich seit Beginn der Pandemie, dass das digitalisierte Geschäftsmodell des Unternehmens durch die Krise helfe und sogar Marktanteile gewinnen lasse.

Beim Finanzvertrieb Telis werden sogar Superlative bemüht, wenn es um den Start ins Jahr 2021 geht. „Die ersten Monate waren sensationell: Bereits im Januar konnten wir das Vorjahr um 25 Prozent übertreffen, die Neuregistrierungen nach Paragraf 34d Gewerbeordnung haben sich im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt und unsere Vertriebsaktivitäten laufen auf Hochtouren – ein phänomenaler Start in ein neues Rekordjahr", sagt Vorstandschef Pöll. Wohl dem, der in Zeiten wie diesen, solche Zahlen vermelden kann.

Insbesondere die Nachhaltigkeitsregulierung wird künftig zu einem erheblichen Mehraufwand im Vertrieb führen

Ob 2021 für die gesamte Branche ein neues Rekordjahr wird, muss sich aber erst noch zeigen. Mittlerweile befindet sich Deutschland in der dritten Corona-Welle, verschiedene Virus-Mutationen breiten sich auch hierzulande aus. Was zwangsläufig zu der Frage führt, ob der Finanzvertrieb auch die kommenden Monate so gut überstehen wird wie das Jahr 2020. Bei der Beantwortung dieser Frage dürfte die zunehmende Digitalisierung ein entscheidender Faktor sein, meint Haffner. „Die Krise hat Entwicklungen, die sich bereits vor Corona abgezeichnet hatten, noch einmal deutlich beschleunigt. Allen voran natürlich die Digitalisierung der Branche, die sich zuletzt insbesondere im Versicherungsgeschäft intensiviert hat", sagt er und warnt: Die Kombination hoher digitaler Investitionskosten mit Einbußen im Pandemie-Verlauf aufgrund eines nicht ausreichend digitalisierten Geschäftsmodells könne dazu führen, dass einige Marktteilnehmer zunehmend an Boden verlieren. „Vieles wird vom weiteren Pandemieverlauf abhängen, den aktuell niemand vollständig abschätzen kann", so Haffner.

Prognosen, wie sich die Kunden in den nächsten Monaten verhalten könnten, gibt es aber durchaus. Kritisch sei die Lage zum Teil im Privatkundensegment, sagt Hartmut Goebel, Vorstand des Maklerpools Germanbroker.net. „Kunden, die wegen Corona mit den Folgen von Kurzarbeit oder im schlimmsten Fall Arbeitslosigkeit zu kämpfen haben, agieren in den nächsten Monaten sicher vorsichtiger. Sie werden grundsätzlich überlegen, ob und wenn ja an welcher Stelle eine finanzielle Investition im Moment sinnvoll ist." Eine größere Stornowelle sei jedoch bisher ausgeblieben, auch steige unter Umständen das Risikobewusstsein und damit verbunden die Bereitschaft zur Absicherung biometrischer Risiken.

Gewerblich ausgerichtete Makler seien bisher ebenfalls vergleichsweise gut durch die Krise gekommen, so Goebel. „Davon teilweise ausgenommen sind Spezialmakler, insbesondere in den Geschäftsfeldern Reise, Gastronomie, Veranstaltungen, Taxi und Hotellerie. Sollte der Lockdown weiter anhalten, sind die Folgen für Branchen wie das Gastronomie- und Hotelgewerbe vermutlich verheerend." Der Ausfall werde für die Fi-

„Digital und Präsenz“

Was sind die wesentlichen Erfolgsfaktoren im Vertrieb 2021? Cash. hat in der Branche nachgefragt.

„Ein wesentlicher Faktor für ein erfolgreiches Vertriebsjahr 2021 ist ein im Handling leichter und transparenter Beratungsprozess, der einen leichten Wechsel zwischen Digital und Präsenz ermöglicht. Jedoch darf nicht außer Acht gelassen werden, dass die Neumakler-Akquise, die Bestandskundenterminierung und Social Media weiterhin essenziell sind. Daher ist uns eine facettenreiche Aufstellung in allen Bereichen sehr wichtig: So arbeiten wir weiter daran, dass der komplette Beratungsprozess von der Akquise bis zur Verwaltung komplett digital und papierlos funktioniert.“ Norbert Porazik, Fonds Finanz

„Flexibles Handeln durch die Nutzung innovativer digitaler Hilfsmittel, die Bereitschaft, neue Wege in der Kundenberatung zu gehen und das Beste aus der Krise zu machen, nach vorne zu schauen statt zu lamentieren – auch Makler sollten die Krise als Chance sehen, sich neu aufzustellen, falls sie das nicht schon vorher gemacht haben. Corona sehen wir eher als Herausforderung und Chance denn als Hindernis. Unsere Partner empfinden das zum Großteil ebenso.“ Hartmut Goebel, Germanbroker.net

„Ein umfassend digitalisiertes Geschäftsmodell ist aktuell unerlässlich. Es reicht aber nicht aus: Das digitale Angebot muss unbedingt von einem umfassenden Serviceangebot flankiert werden. Erst die Mischung aus Beratungs- und Lösungskompetenz, aus Menschen und Technik, führt zum Erfolg. Eine Konzentration auf lukrative Teilbereiche und Produkte zahlt sich zudem aus, um den Vertriebspartnern das bestmögliche ‚Futter‘ für ihre Kunden an die Hand zu geben. Und selbstverständlich ist es in Zeiten ohne face-to-face-Kontakte enorm wichtig, mit den Vertriebspartnern im Gespräch zu bleiben.“ Jörg Haffner, Qualitypool

„Ganz klar: die Nutzung der technischen und digitalen Möglichkeiten zur Entlastung und Effizienzsteigerung beim Berater. Denn der Zugang zu Mandanten und Kunden wird ein anderer sein als heute, ja ganze Beratungsstrecken werden sich verändern. Aber was dabei immer zentraler Mittelpunkt ist und bleiben wird: der Mandant. Seine Interessen und Ziele sind es, die in jedem einzelnen Beratungsgespräch im Fokus stehen.“ Martin Pöll, Telis

nanzdienstleistungsbranche deutliche Folgen nach sich ziehen. Bei Telis hat man konkrete Vorstellungen davon, wie sich die Branche in der Krise entwickeln wird. „Wir gehen davon aus, dass sich der Markt in drei Segmente unterteilen wird“, sagt Vorständin Dr. Stefanie Alt. „Es wird Unternehmen geben, die unter der Krise enorm leiden und das Voranschreiten der Digitalisierung leider verpasst haben. Es wird diejenigen geben, die sich um die Nulllinie bewegen und darum kämpfen, ihre Marktposition aufrechtzuhalten. Aber es wird auch Unternehmen geben, die aus der Krise als Gewinner hervorgehen. Das sind die Unternehmen, die dank digitaler Kommunikationswege und kluger Geschäftsmodelle die Kundenbedürfnisse optimal bedienen und sich in Krisenzeiten als verlässlicher Partner erweisen.“ Die meisten Finanzdienstleister dürften in das letztgenannte Segment fallen, wenn man ihren Verlautbarungen aus den vergangenen Monaten Glauben schenken darf. Noch aber dauert

FOTOS: ALEXANDER VON SPRETI, GERMANBROKER.NET, FLORIAN SONNTAG, R-PHOTO.DE

die Krise an. Bis sie überwunden ist, müssen die Finanzdienstleister versuchen, unter erschwerten Bedingungen stabiles Geschäft zu machen. Dabei hätte die Branche auch ohne Covid-19 genug zu tun. Insbesondere die Nachhaltigkeitsregulierung wird künftig zu einem erheblichen Mehraufwand im Vertrieb führen. Zu den aufsichtsrechtlichen Maßnahmen, mit denen sich die Branche auseinandersetzen muss, gehören die „Transparenzverordnung", die „Taxonomieverordnung" und die Anpassung anderer Regelwerke wie der EU-Finanzmarktrichtlinie Mifid II.

Die Transparenzverordnung ist bereits am 10. März in Kraft getreten. Sie sieht vor, dass die Unternehmen offenlegen müssen, inwieweit sie selbst und ihre Produkte die ESG-Kriterien (Environmental, Social, Governance) berücksichtigen. 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 Transparenzverordnung. Was wiederum zu massiver Kritik aus der Branche führt. „Unserem ersten Eindruck nach ist der Vertrieb noch nicht optimal auf die neue Regelung eingestellt. Dies ist angesichts fehlender Vorgaben für die praktische Umsetzung dieser Maßnahme auch kein Wunder", bemängelt Haffner. „Regulierungsstandards werden voraussichtlich erst im nächsten Jahr feststehen. Bis dahin müssen Vermittler und Makler mit vorläufigen Materialien, Ratings und eigenen Einschätzungen arbeiten – eine Situation, die natürlich für Verunsicherung sorgt und so nicht hätte eintreten dürfen."

Ähnlich kritisch äußert sich Dr. Bernward Maasjost, Geschäftsführer des Finanzvertriebs PMA: „Die gesetzliche Aufgabenstellung ist klar formuliert. Doch erneut wird in der gesetzlichen Regulierungswut nicht festgelegt, wie dieses Vorhaben in der Praxis umgesetzt werden soll. Finanzmarktteilnehmer, von Banken über Vermögensverwalter und Finanzvertriebe bis hin zu Versicherungsvermittlern, sind seit März verpflichtet, den Verbrauchern Informationen über die Auswirkungen von möglichen Investitionsentscheidungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren zugänglich zu machen. Wie sie an belastbare Informationen gelangen sollen, ist noch völlig unklar." Zurzeit sei der Vertrieb orientierungslos und ohne Plan. „Der Berater weiß nicht konkret, welche Informationen er woher bekommt, was bedeutet, dass er kein Beratungsgespräch vorbereiten kann. Auch die Produktgeber stellen noch nicht ausreichende Informationen zur Verfügung – denn keiner weiß wirklich, was gefragt ist", sagt Maasjost. Was beim Kunden ankomme: „Kopfschütteln und Durcheinander." Wie so oft.

Dass sich der Vertrieb durch die Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen grundlegend verändern wird, erwartet kaum jemand

An Versuchen, Licht ins Dunkel zu bringen, mangelt es nicht: So ist der Maklerverband AfW kürzlich der Branchen-Initiative „Nachhaltigkeit in der Lebensversicherung" (BINL) beigetreten, um mehr Akzeptanz bei den Vermittlern zu schaffen. Die Initiative ist ein speziell auf die Lebensversicherungsbranche zugeschnittener Verbund, initiiert durch das Infinma Institut für Finanzmarktanalyse. Sie will Akteure der Branche vernetzen und Wissen rund um das Thema Nachhaltigkeit zur Verfügung stellen. Ein weiteres Ziel ist es, die Beratung zu ESG-Themen zu unterstützen, wovon insbesondere Vermittler und Vertriebe profitieren sollen. „Wir haben bewusst den 10. März, also den Tag des Inkrafttretens der EU-Transparenzverordnung, für den Beginn der Kooperation gewählt. Dieser Tag steht symbolisch für den Beginn der Regulatorik auch für Finanzberater zum Thema Nachhaltigkeit. Dieses große, gesamtgesellschaftliche Thema wollen wir als Verband proaktiv begleiten", sagte Norman Wirth, geschäftsführender Vorstand des AfW. Unterstützung bieten will auch der neu gegründete „Arbeitskreis Finanzvermittlung und Nachhaltigkeitsfaktoren", der zur Zeit eine DIN-Norm erarbeitet, die Aussagen über Nachhaltigkeitsfaktoren vergleichbar machen soll.

Unabhängig von der konkreten Ausgestaltung der rechtlichen Vorgaben erwartet in der Branche kaum jemand, dass sich der Finanzvertrieb durch die Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen grundlegend verändern wird. „Die Maßnahme verändert sicherlich die Rahmenbedingungen der Beratung, von größeren Auswirkungen auf die gesamte Branche ist aber nicht zwangsläufig auszugehen", sagt Haffner.

Das sieht Porazik ähnlich, aus seiner Sicht wird es zu keiner fundamentalen Strukturänderung innerhalb des Vertriebs kommen: „Vielmehr wird es zu Anpassungen in der nachhaltigen Produktauswahl kommen, die durch die gesetzliche Transparenzverordnung nochmal deutlich beschleunigt wurde."

Der Branche drohen neue regulatorische Maßnahmen – spätestens im September nach der Bundestagswahl

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

Bei Telis geht man zudem davon aus, dass das Thema Finanzaufsicht durchaus auch ein Wahlkampfthema werden könnte. „Wir hoffen hier aber auf sinnvolle Regelungen für Kunden und Vermittler", sagt Pöll. „Reine Bürokratie ohne echten Mehrwert für die Kunden gilt es aus unserer Sicht unbedingt zu vermeiden." Ob dies auch für die politischen Entscheidungsträger der entscheidende Maßstab sein wird, bleibt abzuwarten.

Kim Brodtmann, Cash.

„ICH WEISS, WAS DU BRAUCHST!“

Nur Vermittler mit exzellenter Datenbasis für professionelle Bestandsanalysen, automatisierte Vertriebsaktivitäten und smarte Kundenservices können das zum Kunden sagen. Und sich mit spezieller Beratungskompetenz und Effizienz gegen den Onlinevertrieb behaupten – auch in der Coronakrise.

Die Datenbasis ist das A und O für eine erfolgreiche Beratungstätigkeit.

Hinter jedem Vertrag steht ein Kunde. Ein Maklerverwaltungsprogramm (MVP) speichert und erfasst alle Kundendaten zentral. So hat der Vermittler jederzeit den Überblick. Außer den Kundendaten ist der Kontakt abgelegt und wie er entstand, sowie die Interaktionen des Vermittlers mit dem Kunden. Familienangehörige oder Ansprechpartner bei Firmen sind ebenfalls hinterlegt.

Die Daten sind Basis für professionelle Analysen von Bestands- und Vertragsdaten: die Entwicklung nach einzelnen Geschäftsjahren abgrenzen oder in aktive und gekündigte Kunden- und Vertragsbestände trennen. Oder nach Beitrags- und Courtageaufkommen, differenziert nach Produkt- und Versicherungssparten oder einzelnen Versicherern. Weiterhin möglich sind Selektionen nach Alter, ABC-Kundenselektionen sowie Kunden- und Vertragsbindungen.

Im Anschluss sind passgenaue automatisierte Vertriebsaktivitäten möglich, wie personalisierte Inhalte über standardisierte E-Mails. Der Vertriebsprozess wird vereinheitlicht, Kommunikationstätigkeiten nachvollziehbar. Wer vergangene Abläufe kennt, kann besser prognostizieren und Zielgruppen bestimmen. Effizienz, Kundenbetreuung und -beziehung werden gestärkt.

MVPs können auch automatisch Infos anzeigen, wie zum Beispiel Volljährigkeit bei Kunden. Oder Versorgungslücken wegen Änderungen. Über die Cloud oder Portale ist der Datenzugriff überall möglich. Auch über eine an das MVP gekoppelte Makler-App, die Vermittler und Kunde nutzen, können Unterlagen von überall gesehen und importiert werden. Direkte Kommunikation, zum Beispiel über Videochat und schnelle Reaktion ist möglich. Gerade bei Digital Natives essenziell. Netzwerken über Social Media, Chat- und Messenger-Systeme kann weitere Kundendaten einbringen und Nischen aufzeigen.

Digitalisierte Kundendaten sichern die Zukunft. Doch wie laufen die Prozesse?

Jeder Vermittler muss prüfen, ob ihm seine Produktgeber über normierte Schnittstellen die notwendigen Informationen in sein MVP liefern können. Im Idealfall werden Kunden- und Vertragsdaten sowie zugehörige Dokumente (Policen, Beitragsrechnungen...) nach den Branchenstandards GDV und BiPRO automatisch importiert und Folgeaufgaben gestartet: die Beratungsdokumentation erstellt, Vorversicherungen gekündigt oder die Policierung überwacht.

Und kann umgekehrt der Versicherer die Daten vom Vermittler zielgerichtet verarbeiten? Einheitliche Prozesse und Standards mit einfachem und sicherem Zugang scheinen noch nicht überall gegeben. Laut aktuellen Umfragen haben Versicherer deutlichen Nachholbedarf bei Angebots- und Vergleichsrechnern sowie bei digitalen Tools zur Bestandsdokumentation, sowie zur Bestands- und Bedarfsanalyse. Auch Datenschutz und -sicherheit muss bei allen Prozessen beachtet werden.

Autorin Silvia Fischer ist Diplom-Betriebswirtin und Journalistin (FJS).

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!

Andreas Pohl: „Wir waren direkt zu Beginn der Krise in der Lage, auf onlineunterstützte Beratung umzustellen."

FOTO: FRANK BLÜMLER

„VOM KRISEN- IN DEN KREATIVMODUS“

Cash.-Interview mit Andreas Pohl, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Vermögensberatung, über das Abschneiden des Unternehmens im Corona-Jahr 2020, Veränderungen im Nachfrageverhalten der Kunden und die Auswirkungen der Pandemie auf die Gewinnung von Nachwuchskräften.

Das Jahr 2020 stand ganz im Zeichen der Coronapandemie. Wie ist das Geschäftsjahr für die DVAG verlaufen?

Pohl: Die Pandemie hat nicht nur das Leben jedes Einzelnen, sondern auch die Wirtschaft generell und unser Unternehmen beeinflusst. Bei uns hat sie sich besonders auf den Beratungsalltag unserer 18.000 Vermögensberaterinnen und Vermögensberater ausgewirkt. Wir haben schnell auf die geänderten Rahmenbedingungen reagiert und dem Vertrieb alle Werkzeuge an die Hand gegeben, um die Kunden digital zu beraten. Das vergangene Jahr hat es einmal mehr verdeutlicht: Wer qualifizierte Finanzberatung sucht, kommt an der Deutschen Vermögensberatung nicht mehr vorbei. Unsere erneuten Rekordzahlen sprechen dabei für sich selbst. Auch in diesem herausfordernden Jahr haben wir unseren Umsatz um knapp sechs Prozent auf über 1,98 Milliarden Euro steigern können und in vielen Segmenten verzeichnen wir historische Höchststände. Allein beim vermittelten Direktgeschäft im Investmentbereich haben wir einen Zuwachs von über 55 Prozent.

Worauf führen Sie dieses Ergebnis zurück?

Pohl: Es ist vor allem dem Vertrieb zu verdanken, dass 2020 trotz oder gerade wegen aller Herausforderungen sehr erfolgreich für die Deutsche Vermögensberatung war. Weiter gehören strategische und vorausschauende Investitionen seit jeher zu unserer DNA. So haben wir ganz nach dem Motto „Früher an Später denken“ schon vor der Pandemie massiv in eine digitale Infrastruktur investiert. Dadurch waren wir in der Lage, direkt zu Beginn der Krise auf onlineunterstützte Beratung umzustellen. Digitale Anwendungen wie die Möglichkeit der Fernunterschrift wurden schnell umgesetzt und auch der Austausch der Berater untereinander wurde umgehend in digitale Formate verlagert. Als Familienunternehmen planen wir langfristig, handeln zukunftsgerichtet und lassen uns nicht von kurzfristigen Renditezielen leiten. Das kam uns auch während der Coronapandemie zugute – alle ziehen an einem Strang. Meine Devise ist, dass wir aus der Praxis für die Praxis Lösungen erarbeiten und umsetzen. Statt starre Vorgaben zu machen, entwickelt die Deutsche Vermögensberatung gemeinsam mit dem Vertrieb Lösungen. Der Fokus liegt auf mitgestalten, sich einbringen und gegenseitig helfen – das zeichnet den besonderen Zusammenhalt bei uns aus.

Die deutschen Privathaushalte haben 2020 über 100 Milliarden Euro mehr auf die hohe Kante gelegt als im Vorjahr. Allerdings blieben die Mittel größtenteils einfach auf den Girokonten und wurden nicht angelegt. Wie lässt sich dieser Trend wieder umkehren?

Pohl: Gerade die Coronakrise hat deutlich gezeigt, wie wichtig ein finanzielles Polster und gute Absicherung beziehungsweise Vorsorge sein können. Doch die Verunsicherung ist momentan sehr hoch. Mir ist es wichtig, die Menschen abzuholen und zu informieren – und zwar ganz individuell und angepasst an die verschiedenen Sorgen oder auch Wünsche. Das ist quasi die tägliche Aufgabe unserer Vermögensberater. Sie helfen ihren Kunden dabei, abseits des Girokontos gute Alternativen für die Geldanlage zu finden, die auch zu den individuellen Zielen und der Risikobereitschaft passen. Ziel ist es, den Kunden langfristig auch für schwere Zeiten gut aufzustellen.

Haben Sie in der Pandemie Veränderungen im Nachfrageverhalten der Kunden in Bezug auf Vorsorgethemen und -produkte feststellen können?

Pohl: Der Bedarf an qualitativ hochwertiger Finanzberatung ist ungebrochen. Ich würde sogar so weit gehen und sagen, er ist so hoch wie nie zuvor. Die Vermögensberaterinnen und Vermögensberater hatten im vergangenen Jahr überdurchschnittlich viele Kundenanfragen aus ganz unterschiedlichen Gründen. Wir wurden hinzugezogen, wenn es um das Verständnis zu Fördergeldern ging oder die Kunden wegen der Einkommenseinbußen aufgrund von Kurzarbeitergeld ihre Verträge optimieren wollten. Manche haben die Chancen gesehen, nach den massiven Kurseinbrüchen auf den Aktienmärkten günstig einzusteigen, und wollten dabei einen Experten zur Seite haben. Und wieder andere haben einfach die gewonnene Zeit genutzt, um ganz allgemein aufgeschobene Finanzthemen zu ordnen.

Nach wie vor ist der Kontakt zum Kunden oft nur virtuell möglich, zusätzlich muss künftig die Präferenz der Kunden hinsichtlich ihrer ökologischen und ethisch-sozialen Ausrichtung bei Kapitalanlagen abgefragt werden. Wie reagieren die Vermögensberater auf die neuen Herausforderungen?

Pohl: So wie sich die Bedürfnisse und Ansprüche der Kunden ändern, ändern sich natürlich auch die Beratung und die vorherrschenden Themen. Aktuell zeigt sich in den Beratungsgesprächen, dass Rendite, Sicherheit und Liquidität für Verbraucher weiterhin an vorderster Stelle stehen, doch auch Nachhaltigkeit gewinnt zusehends an Bedeutung und ist ein Aspekt, der uns meiner Meinung nach die nächsten Jahre in allen Lebensbereichen intensiv begleiten wird. Doch wir sind hier gut aufgestellt.

„Menschen brauchen Menschen“

Die DVAG hat 2020 ihr soziales Engagement weiter ausgebaut und den Verein „Menschen brauchen Menschen e.V.“ gegründet. Im Fokus stehen unter anderem die Förderung von Bildungschancen bei sozial benachteiligten Kindern und Jugendlichen sowie die Logistik bei der Lebensmittelrettung in enger Zusammenarbeit mit Tafel Deutschland. Als Gründungsmitglieder des Vereins leiten Annabell und Nathalie Pohl (die zweite Generation der Familie Pohl) das gesellschaftliche Engagement der Deutschen Vermögensberatung in eine neue Zeit.

Wie wirkt sich die Coronapandemie auf die Gewinnung von Nachwuchskräften aus?

Pohl: Auch in der Finanz- und Versicherungsbranche hat die Pandemie einiges ins Wanken gebracht und die ohnehin schon angespannte Lage noch verschärft. Viele vermissen Entwicklungsmöglichkeiten, und zu starren Arbeitszeiten und zunehmender Bürokratie kommt nun noch eine verstärkte Unsicherheit um den eigenen Job hinzu. Dabei merken wir, dass Finanzberatung jetzt gefragter ist denn je. Bei der Deutschen Vermögensberatung achten wir darauf, dass jeder genug Zeit für das Wichtigste hat: die Kunden. Vieles andere übernimmt die Servicegesellschaft im Hintergrund. Gerade die zu uns wechselnden Finanzprofis schätzen die einzigartigen Karriereperspektiven und die Anerkennung, die sie als Vermögensberater erfahren. Wir bieten ein Umfeld abseits von Produktvorgaben. Aber durch die aktuellen Entwicklungen wie beispielsweise Kurzarbeit sind auch viele Menschen aus anderen Zweigen auf der Suche nach einer neuen beruflichen Chance, weil sie in ihrer Branche keine Perspektiven sehen oder sich einfach weiterentwickeln wollen. Hier bieten wir die Möglichkeit für einen richtigen Neustart.

Ist denn ein Einstieg ohne Vorkenntnisse so einfach möglich?

Pohl: Wir suchen Menschen mit Leidenschaft, mit dem Willen, etwas Neues zu starten. Das erforderliche Know-how und alle wichtigen Kompetenzen lernen sie bei uns. Ob Branchenneuling oder Versicherungs- oder Bankenprofi – bei uns hat jeder die Chance auf einen beruflichen Neustart. Alle werden intensiv ausgebildet – je nach individuellem Bedarf. Dabei ist es unser Ansporn, dass die fachliche Ausbildung weit über das hinausgeht, was der Gesetzgeber heute vorschreibt. Daher investieren wir in die Aus- und Weiterbildung jährlich auch über 80 Millionen Euro und bieten ganz verschiedene Modelle an. Gerade dieses Jahr haben wir beispielsweise unsere Kooperation mit der Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) am Standort Marburg verlängert. Dort geben sowohl ein Bachelor- als auch ein Masterstudiengang die Chance, theoretisches Wissen direkt mit der Praxis zu verknüpfen.

Apropos berufliche Chancen: Sie haben das Jahr mit einer Offensive für den Vermögensberaterberuf gestartet. Wie sah das konkret aus?

Pohl: Gerade im Jahr der Krise hat sich gezeigt, wie gefragt eine ganzheitliche, hochwertige Beratung ist. Und wie wichtig hochqualifizierte Finanzexperten sind, die ihren Kunden bei allen Finanzthemen zur Seite stehen. Daher haben wir letzten Monat unter dem Motto „Gerade jetzt“ unsere große Informationsoffensive für den Beruf des Vermögensberaters gestartet. Ziel ist es, die Krise auch als Chance zu sehen, als Chance für den beruflichen Neustart. Zahlreiche hauptberufliche Vermögensberaterinnen und Vermögensberater geben in der Kampagne einen Einblick in ihren Beruf, berichten über ihre Beweggründe für den Wechsel zu uns und stehen als Ansprechpartner für Berufsinteressierte zur Verfügung. Die nachhaltigen Perspektiven des Vermögensberaterberufs sind sowohl bei Quereinsteigern als auch innerhalb der Branche immer stärker gefragt.

Informationsoffensive „Gerade jetzt“

- Start der Kampagne war der 2. März 2021
- Mit kräftigen Motiven ist die DVAG in zahlreichen Zeitungen, Zeitschriften, Online, im Radio und auf über 10.000 Plakatflächen präsent
- Eine komplett neue Landingpage für den Beruf bietet zugeschnittene Infos für die diversen Zielgruppen (zum Beispiel Quereinsteiger, Branchenkenner, Absolventen und Selbstständige)
- Auch die Vermögensberater selbst haben zahlreiche Tools, um aktiv zu werden und die Kampagne mitzugestalten

„Ich sehe die große Gefahr, dass wir auf eine Überregulierung der Finanzmärkte zusteuern."

FOTO: DVAG

Der Provisionsdeckel in der Lebensversicherung kommt vorerst nicht, die Verlagerung der Aufsicht über Finanzanlagenvermittler auf die BaFin bleibt aufgeschoben, doch es drohen neue regulatorische Maßnahmen. Mit welchen Erwartungen blicken Sie im Wahljahr nach Berlin?

Pohl: Ich sehe die große Gefahr, dass wir auf eine Überregulierung der Finanzmärkte zusteuern. Diese würde aber die Funktionsfähigkeit nicht unbedingt verbessern. Ganz im Gegenteil. Uns betreffen gesetzliche Regelungen aus fast allen Bereichen des Finanzmarkts. Dieses Regulierungsübermaß kann aber auch eine Chance sein. Die Umsetzung von Regulierungsmaßnahmen kostet extrem viel Kraft und Mittel – eine Belastung, die besonders kleine Unternehmen nur schwer stemmen können. Wir sind hier gut aufgestellt und setzen kontinuierlich die Anforderungen des Gesetzgebers um: Wir verfügen über das notwendige Fachwissen und die Ausbildungskapazitäten, die nötige Power und das richtige Gespür für Kunden und Vertrieb. Unseren Vermögensberaterinnen und Vermögensberatern bieten wir die beste Unterstützung und minimieren so die zusätzlichen Belastungen. Das haben wir bereits für IDD und Mifid II überaus erfolgreich realisiert.

Welche Pläne hat die DVAG für 2021?

Pohl: Wir sind in den letzten Monaten trotz Abstandsregeln näher zusammengerückt. Gemeinsam sind wir vom Krisen- in den Kreativmodus gewechselt und haben gezeigt, dass unser Geschäftsmodell krisensicher ist und wir wirkungsvoll auf die sich ändernden Bedingungen reagieren können. Während andere sparen, ist es unsere Devise, in die Zukunft zu investieren. Dieser Kurs hat in den vergangenen Jahren maßgeblich zu unserem Erfolg beigetragen und wir werden ihn 2021 beibehalten. Welche Auswirkungen die Pandemie auf das jetzige Geschäftsjahr haben wird, lässt sich aktuell noch nicht absehen, doch unsere Maßnahmen und die starke Nachfrage von Kunden nach Beratung lassen mich mehr als zuversichtlich auf die kommenden Jahre blicken.

Die Fragen stellten Frank O. Milewski und Kim Brodtmann, beide Cash.

DAS MITTELSTANDSMODELL

Nach dem Brexit stellt sich die Frage, welche Möglichkeiten sich bei einer Direktinvestition deutscher Unternehmer in Großbritannien und Nordirland noch bieten – und wie derartige Direktinvestitionen aus steuerlicher Sicht optimal strukturiert werden können.

Großbritannien ist unverändert ein herausragender Standort für deutsche Unternehmen.

Sehr häufig agieren deutsche Unternehmen in Großbritannien in der Rechtsform der sogenannten Limited Company. Diese Gesellschaftsform ist der deutschen GmbH in Art und Funktionsweise sehr ähnlich und erfreut sich daher auch unter deutschen Unternehmern großer Beliebtheit. Die Limited Company unterliegt als Kapitalgesellschaft in Großbritannien derzeit einem Körperschaftsteuersatz von 19 Prozent. Zum Vergleich dazu beträgt in Deutschland der Ertragsteuersatz derzeit in der Regel um die 30 Prozent. Dividendenzahlungen von Großbritannien an Kapitalgesellschaften sind gemäß Artikel 10, 23 Doppelbesteuerungsabkommen (DBA), Paragraf 8b Körperschaftsteuergesetz (KStG) in Deutschland von der Steuer befreit. Dies gilt unverändert auch nach dem vollzogenen Brexit. Entgegen der Regelung des Artikel 10 Absatz 2 DBA erhebt Großbritannien derzeit unverändert keine Quellensteuer auf Dividende. Dies gilt im übrigen EU-unabhängig. Es kann also festgestellt werden, dass Großbritannien auch nach dem Austritt aus der EU als steuerlich attraktiv angesehen werden kann.

Unbedingt zu beachten ist vor diesem Hintergrund die Hinzurechnungsbesteuerung. Die Hinzurechnungsbesteuerung (Paragrafen 7 bis 14 Außensteuergesetz/AStG) soll verhindern, dass unbeschränkt steuerpflichtige Personen in Deutschland ihre ausländischen Einkünfte auf eine steuerrechtsfähige Gesellschaft, die ihren Sitz in einem Niedrigsteuerland hat und in Inland nicht steuerpflichtig ist, übertragen und dadurch Steuervorteile erzielen. Dies geschieht dadurch, dass sogenannte passive Einkünfte der ausländischen Gesellschaft unabhängig von der Art der Gewinnverwendung unmittelbar den deutschen Gesellschaftern zuzurechnen sind. Es muss sich demnach um eine ausländische Gesellschaft handeln, die durch inländische Gesellschafter beherrscht wird, die passive Einkünfte erzielt, die niedrig besteuert werden. Die Tatbestände der Hinzurechnungsbesteuerung wirken sich über Paragraf 20 II AStG auch auf Beteiligungen an ausländischen Personengesellschaften oder Betriebsstätten aus. Rechtsfolge ist dann allerdings der Wechsel von der nach DBA eigentlich vorgesehenen Steuerfreistellung auf die Steueranrechnungsmethode.

FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) verstößt die Hinzurechnungs-besteuerung allerdings gegen die Niederlassungsfreiheit. Sie ist also für ausländische Gesellschaften mit Sitz in der EU und im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) nur zulässig, soweit eine ausländische Kapitalgesellschaft, an der sich ein deutscher Anteilseigner beteiligt hat, nicht als „Niederlassung", die eine wirkliche wirtschaftliche Tätigkeit ausübt, im europarechtlichen Sinne angesehen werden kann (Paragraf 8 II AStG). Da Großbritannien kein Mitglied der EU ist, findet Paragraf 8 II AStG keine Anwendung. Da der Körperschaftsteuersatz in Großbritannien derzeit 19 Prozent beträgt und damit unter der Grenze von 25 Prozent liegt, gilt Großbritannien als Niedrigsteuerland im Sinne des Paragrafen 8 III AStG.

Nachfolgend soll daher davon ausgegangen werden, dass die Aktivitäten in Großbritannien als aktive Tätigkeiten im Sinne des Außensteuergesetzes zu qualifizieren sind, da andernfalls die Hinzurechnungsbesteuerung einen Steuervorteil kompensieren würde. Geht man davon aus, dass die Obergesellschaft in Deutschland in der Rechtsform der GmbH & Co. KG organisiert ist, was in Deutschland insbesondere bei mittelständisch geprägten Unternehmen in Familienbesitz sehr häufig der Fall ist, so ergeben sich folgende Optionen. Wie bereits dargestellt, ist die Limited Company eine sehr populäre Rechtsform bei Direktinvestitionen in Großbritannien. Eine Direktinvestition in eine britische Limited Company bei hundertprozentiger Beteiligung und Anwendung des Teileinkünfteverfahrens (Paragraf 3 Nr. 40 Einkommensteuergesetz/EStG) ergibt auf Ebene von Gesellschaft und Gesellschafter eine Gesamtsteuerbelastung von maximal 41 Prozent. Den Vorteilen, die durch die Kapitalgesellschaft erwachsen, etwa die Möglichkeit lokale Geschäftsführer als Gesellschafter zu beteiligen sowie die Haftungsbeschränkung, steht eine vergleichsweise hohe Steuerbelastung gegenüber.

Die Personengesellschaft als Rechtsform für Auslandsinvestitionen wird daher mittlerweile von vielen deutschen Unternehmern, insbesondere familien- und inhabergeführten Unternehmen anstelle des Einsatzes einer Kapitalgesellschaft genutzt. Eine Personengesellschaft bietet neben den zivilrechtlichen Erfordernissen wie Flexibilität und Haftungsabschottung insbesondere auch steuerliche Vorteile. Wichtigste Voraussetzung, soweit es die steuerlichen Vorteile betrifft, ist allerdings, dass die Aktivitäten profitabel sind. Diese Gewinne werden bei diesem Modell, das auch als Mittelstandsmodell bekannt ist, dann nach Deutschland repatriiert oder – anders gesagt – nach Deutschland zurückgeholt.

Grundidee hierbei ist die Reduzierung der Gesamtsteuerbelastung bei der „Durchschüttung" des in Großbritannien erwirtschafteten Gewinns auf die Gesellschafterebene in Deutschland unter Ausnutzung der Freistellung der Gewinne der Personengesellschaft gemäß DBA Deutschland Großbritannien gemäß Artikel 7. Folglich ist bei einer sogenannten aktiven Tätigkeit der britischen Personengesellschaft in Großbritannien gemäß Paragraf 8 AStG schlussendlich eine Reduzierung der Steuerbelastung auf den niedrigeren britischen Steuersatz von 19 Prozent auf Gesellschafterebene in Deutschland möglich. Zu beachten ist ein Progressionsvorbehalt auf der Ebene der Gesellschafter der GmbH & Co. KG, was aber wegen der Höhe der übrigen Einkünfte in der Regel ohne Auswirkung bleibt.

Die deutsche Mutterpersonengesellschaft (Organträger) und die deutsche GmbH (Organgesellschaft) begründen unter Abschluss eines Ergebnisabführungsvertrags eine Organschaft. Durch das Zwischenschalten einer deutschen GmbH, die dann in Großbritannien als Komplementär-GmbH (General Partner) agiert und somit die Beteiligung an der britischen Personengesellschaft hält, wird der Gewinn der ausländischen Personengesellschaft der GmbH als Gesellschafterin als nach DBA steuerfreier Betriebsstättengewinn zugerechnet. In Deutschland ergibt sich dann aufgrund der körperschaftsteuerlichen Organschaft zwischen der GmbH als Organgesellschaft und der GmbH & Co. KG als Organträger bei der Ermittlung und gesonderten Feststellung des dem Organträger zuzurechnenden Einkommens, dass die ausländischen Gewinnanteile der deutschen GmbH darin nicht enthalten sind. Der Nachteil, nämlich die fehlende Haftungsbeschränkung, die eine britische Personengesellschaft mit sich bringt, wird durch diese Konstruktion somit eliminiert. Die eigentlich wichtigste Voraussetzung für die effektive Wirkungsweise dieses Modells ist, dass die Aktivitäten in Großbritannien profitabel sind. Bei Verlusten geht das Modell ins Leere. Unter Beachtung des Progressionsvorbehalt auf Gesellschafterebene ist der britische Gewinn in Deutschland damit steuerfrei.

Das Mittelstandsmodell führt zu einer ganz erheblichen Reduzierung der Steuerlast auf Gesellschafterebene in Deutschland

Die signifikante Reduktion der Steuerbelastung geht allerdings einher mit einer nicht unerheblichen Mehrbelastung an steuerrechtlichem und gesellschaftsrechtlichem Verwaltungsaufwand. Die Personengesellschaft ist wie bereits gesagt sowohl gesellschaftsrechtlich als auch steuerrechtlich als transparent anzusehen. Die Komplementär-GmbH muss daher in Großbritannien zur Körperschaftsteuer angemeldet werden, da ihr die Tätigkeit der Personengesellschaft zugerechnet wird. Die GmbH muss zudem ihren deutschen nach Handelsgesetzbuch erstellten Jahresabschluss in Großbritannien im Companies House offenlegen. Es bedarf außerdem der Bestellung eines Limited Partners, der in Großbritannien ebenfalls bestimmte steuerrechtliche und gesellschaftsrechtliche Pflichten erfüllen muss.

Wie bei grundsätzlich jeder Direktinvestition im Ausland bleibt das Risiko der Funktionsverlagerung. Dieses Risiko muss in jedem Fall geprüft werden. Die Entstrickung und somit Aufdeckung stiller Reserven und deren Besteuerung in Deutschland können hier ansonsten schwerwiegende steuerliche Folgen sein.

Abschließend kann festgestellt werden, dass Großbritannien als sechstgrößte Volkswirtschaft der Welt unverändert ein herausragender Standort für deutsche Unternehmen ist. Das sogenannte Mittelstandsmodell ist in Großbritannien unverändert attraktiv und führt zu einer ganz erheblichen Reduzierung der Steuerlast auf Gesellschafterebene in Deutschland. Einer Steuerbelastung von 41 Prozent im Falle der Direktinvestition in eine Kapitalgesellschaft wie zum Beispiel der Limited Company steht eine Steuerbelastung von derzeit 19 Prozent bei Anwendung des sogenannten Mittelstandsmodells gegenüber. Dies geht einher mit der für deutsche Unternehmer bevorzugten Haftungsbeschränkung bei einem Engagement in Großbritannien. Zu beachten ist die Hinzurechnungsbesteuerung (Paragrafen 7 bis 14 AStG). Die Gesellschaft in Großbritannien darf keine Einkünfte erzielen, die als passive im Sinne des AStG zu qualifizieren sind.

Autor Hans-Peter Raible ist Wirtschaftsprüfer, Steuerberater und Chartered Accountant (UK) bei Rödl & Partner.

SO SCHÜTZEN SIE IHRE BETRIEBSGEHEIMNISSE

Das neue Geschäftsgeheimnisgesetz stellt bisher unbekannte Anforderungen an den Geheimnisschutz und greift damit in die Vertriebspraxis ein. Dies zeigt eine Entscheidung des Landesarbeitsgerichts (LAG) Düsseldorf, die die Verwendung von Betriebsgeheimnissen durch einen ausgeschiedenen Vertriebler betraf.

Zur Prüfung der Provisionsabrechnungen hatte der Unternehmer seinem Außendienstler eine Kunden-Umsatz-Liste überlassen. Bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses hatte der Vertriebsmitarbeiter es versäumt, die Liste zurückgegeben. Nach seinem Ausscheiden kontaktierte er Kunden des Unternehmers. Wegen beanstandeter Spesenabrechnungen hatte der Außendienstmitarbeiter zudem ohne Wissen des Unternehmers Kundentermine in seinem privaten Kalender dokumentiert. Terminbezogen hatte er besuchte Kunden, Ansprechpartner und entfaltete Aktivitäten eingetragen, um später unter Nennung der Details die betriebliche Veranlassung seiner Reiseaufwendungen belegen zu können.

Nachdem der Unternehmer die Abwerbeaktivitäten im Kundenkreis festgestellt hatte, nahm er den Ausgeschiedenen unter anderem auf Unterlassung der Nutzung der Liste sowie der darin enthaltenen Daten zu Wettbewerbszwecken in Anspruch. Die Klage war in erster Instanz erfolglos. Im Berufungsverfahren hatte der Ausgeschiedene eingeräumt, Aufzeichnungen in seinem privaten Kalender gefertigt zu haben, um seine Reiseaktivitäten zu belegen. Der Unternehmer erweiterte das Unterlassungsbegehren dahin, dass auch die Nutzung

FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM, KANZLEI EVERS

der Aufzeichnungen zum Zwecke des Wettbewerbs zu unterlassen ist. Nur in dem Punkt war die Klage im Berufungsverfahren erfolgreich.

Zur Begründung seiner Entscheidung stützt sich das Berufungsgericht im Wesentlichen auf folgende Punkte: Inhalte einer Kunden-Umsatz-Liste, die nicht allgemein bekannte Absatzmengen und Umsätze enthalte, seien geeignet den Begriff eines Geschäftsgeheimnisses – auch nach neuem Recht – zu erfüllen. Auch Kalenderaufzeichnungen des Mitarbeiters, die besuchte Kunden, Ansprechpartner und die jeweiligen geschäftlichen Aktivitäten umfassen, erfüllten grundsätzlich ebenfalls die Anforderungen des neuen Geschäftsgeheimnisgesetzes. Kontaktinformationen erleichterten die Kundenansprache. Auch wenn danach ein berechtigtes Interesse des Betriebsinhabers bestehe, diese Informationen geheim zu halten, stelle das neue Recht weitergehende Anforderungen.

Zur Wahrung Ihrer Betriebsgeheimnisse sollte vertraglich genau definiert werden, was geheim zu halten ist

Nach neuem Recht müssen Unternehmer angemessene Geheimhaltungsmaßnahmen treffen, um den gesetzlichen Geheimnisschutz für sich in Anspruch nehmen zu können. Das Merkmal der angemessenen Geheimhaltungsmaßnahmen zeige, dass nur noch derjenige Schutz genieße, der geheime Information aktiv schützt. Wer keine Bestrebungen zum Schutz unternehme und einfach darauf vertraue, geheime Information fänden keine Verbreitung, könne – abweichend vom alten Rechts – unter Geltung des Geheimnisschutzgesetzes keinen Schutz mehr beanspruchen.

Zwar könnten auch einfache Vereinbarungen ein Mittel zum Geheimnisschutz darstellen. Dies gelte aber nicht, wenn lediglich vereinbart wird, dass die Vertriebskraft sich zu absoluter Verschwiegenheit gegenüber jedem unbefugten Dritten in Bezug auf alle geheimhaltungsbedürftigen Vorgänge verpflichte. Auch eine Klausel, mit der vereinbart wird, dass sich die Geheimhaltungspflicht sich auf „alle Angelegenheiten und Vorgänge“ erstrecken soll, die „im Rahmen der Tätigkeit bekannt werden“, reiche nicht aus. Dies gelte auch für Allgemeinplätze etwa in der Art, dass sich die Pflicht zur Geheimhaltung auf „sonstige sachliche und persönliche Umstände im Unternehmen“ erstrecken soll, oder dass die Geheimhaltungspflicht „nicht nur gegenüber Dritten bestehe, sondern auch gegenüber Kollegen, sofern nicht die Wahrnehmung der betrieblichen Aufgaben und die reibungslose Zusammenarbeit eine Mitteilung erforderlich machen“.

Solche Regelungen gingen zu weit. Außerdem seien sie inhaltsleer, da sie unspezifiziert alle Angelegenheiten und Vorgänge einbeziehen, die im Rahmen der Tätigkeit bekannt werden. Es fehle an einem Bezug zum Begriff des Geschäftsgeheimnisses. Ließe man sie ausreichen, würde das Geheimnisschutzgesetz seines Inhalts und Zwecks entleert.

Das neue Gesetz verlange ausdrücklich, dass Geheimhaltungsmaßnahmen angemessen sein müssen. Wann dies der Fall ist, müsse nach den konkreten Umständen des Einzelfalls beurteilt werden. Für eine Kunden-Umsatz-Liste fehle es jedenfalls an angemessenen Geheimhaltungsmaßnahmen, wenn lediglich vertraglich eine Rückgabeverpflichtung existiere.

Selbst für einen Kleinbetrieb reiche dies nicht aus. Wisse der Unternehmer, dass der Vertriebsmitarbeiter eine Kunden-Umsatz-Liste zum Ende des Arbeitsverhältnisses nicht zurückgegeben hat, so dürfe er nicht untätig bleiben. Wenn der Unternehmer die Liste weder zurückfordere noch nachfrage, ob der Außendienstler sie noch zur Kontrolle seiner Provisionen benötige, fehle es am erforderlichen aktiven Geheimnisschutz.

Dem Unternehmer könne allerdings nicht abverlangt werden, weitere Geheimhaltungsmaßnahmen zu nutzen, soweit es um ihm unbekannte Aufzeichnungen des Vertriebsmitarbeiters gehe. Der Unternehmer sei nicht verpflichtet, von sich aus, also ohne jeden Anlass, ein Vollständigkeitsverzeichnis der zurückgegebenen Unterlagen zu verlangen. Die gesetzliche Herausgabepflicht einer Vertriebskraft nach Paragraf 667 BGB erstrecke sich auch auf die Rückgabe von Aufzeichnungen über Kundentermine, die er zum Nachweis angefallener Reisekosten angefertigt hat. Dies gelte zumindest, wenn nicht ersichtlich sei, dass diese die Terminnotizen noch zum Beleg von Reisekosten benötigt werden. Deshalb sei dem Vertriebsmitarbeiter nur die Nutzung der privaten Aufzeichnungen zum Zwecke des Wettbewerbs zu untersagen.

Zur Wahrung Ihrer Betriebsgeheimnisse sollte vertraglich genau definiert werden, was geheim zu halten ist. Dabei sollten Sie sich auf wirklich geheim zuhaltende Vorgänge, Daten oder Unterlagen beschränken. Vermeiden Sie Allgemeinplätze.

Außerdem sollten Sie Herausgabepflichten vereinbaren und vor allem überwachen. Durch technisch-organisatorische Maßnahmen können Sie sicher stellen, dass Geschäftsgeheimnisse aus mobilen Rechnern, Tablets oder sonstigen digitalen Dienstgeräten nicht ohne weiteres ausgedruckt oder exportiert werden können. Im Rahmen eines klar definierten Prozesses bei Vertragsende sollten Sie stets ein Verzeichnis erstellen, damit ein der Vertriebskraft überlassener Dongle oder ein ihm ausgehändigtes Notebook nicht in Vergessenheit geraten können. Den Rückgabevorgang sollten Sie mit den zurückgegebenen Gegenständen in einem von beiden Vertragsparteien unterzeichneten Verzeichnis erfassen.

Fehlende Gegenstände sind dabei kenntlich zu machen, um deren Verbleib zu klären. Sind diese dem Außendienstler nach dessen Darstellung abhandengekommen, ist auch dies mit Ort und Zeit des letzten Vorhandenseins zu dokumentieren. Für den Fall, dass der Vertriebler die Gegenstände wiederfinden sollte, ist zu vereinbaren, dass er sie herausgibt oder die Unterlagen vernichtet und Ihre Firma hierüber unterrichtet. Außerdem sollten Sie dem Ausscheidenden eine Vollständigkeitserklärung abverlangen.

Autor Jürgen Evers ist Inhaber der Kanzlei Evers Rechtsanwälte für Vertriebsrecht.

CASH. 6/2021 ERSCHEINT AM 20. MAI

Fondspolicen: Mehr Ertragspower durch die Börse und das Megathema Nachhaltigkeit

VERSICHERUNGEN

Rendite-Push von der Börse

Infolge des anhaltenden Zinstiefs, das den Garantiezins künftig weiter nach unten drücken wird, erzielen klassische Produkte immer weniger Rendite. Oftmals schaffen sie noch nicht einmal mehr den Ausgleich der Inflation, die vermutlich aufgrund der Maßnahmen im Rahmen der Corona-Pandemie weiter steigen dürfte. Um dieses Dilemma – wenig Erträge auf der einen Seite und die Notwendigkeit, möglichst üppig für das Alter vorzusorgen auf der anderen Seite, zu lösen – gehört die Zukunft kapitalmarktnahen Produkten. Allen voran die Fondspolice, die nicht zuletzt auch wegen der in diesem Jahr verstärkt durch Deutschland schwappenden Nachhaltigkeitswelle, ein fulminantes Comeback feiert und schon seit langem als renditestarke Alternative zum klassischen LV-Geschäft gilt. Wie die Konzepte der Versicherer aussehen und mit welchen besonderen Features die Produkte bei den Kunden punkten sollen

FINANZBERATER

Besser ein „Sowohl-als-auch“ als ein „Entweder-oder“

Die Versuche der Politik reißen nicht ab, der Provisionsberatung hierzulande den Gar auszumachen. Erst jüngst wurde der viel diskutierte Provisionsdeckel im Versicherungsvertrieb ad acta gelegt. Was zukünftig kommt, weiß indes niemand, aber die endgültige Beerdigung des Themas wird das wohl noch nicht gewesen sein. Sollten sich die Machtverhältnisse in Berlin im September nachhaltig verändern, droht vermutlich neues Ungemach. Wohl dem, wer nicht nur ein Standbein hat, sondern sowohl Provisions- als auch Honorarberatung betreiben kann und auch will. Welche Entwicklungen sich in beiden Bereichen herauskristallisieren

SACHWERTANLAGEN/IMMOBILIEN

Viel Dynamik in der Baufinanzierung

Bislang profitiert die Immobilienfinanzierung von der Corona-Pandemie. Die Zinsen verharren jedenfalls nach wie vor in der Nähe ihrer Rekordtiefststände. Unsicher ist, wohin die Entwicklung gehen wird, auch wenn sich die Experten eine deutliche Änderung der Zinslage kaum vorstellen können. Sicher ist allerdings, dass die Digitalisierung in der Baufinanzierung rasant an Bedeutung gewinnt. Wie die Digitalstrategie der Produktanbieter aussieht, welchen Support die Vermittler in Sachen Digital-Abschluss erhalten und was die Kunden wünschen

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:
Oliver Bentz, Dr. Annika Bergbauer, Christian Euler, Jürgen Ewers, Silvia Fischer, Alexandre Grellier, Timo von Focht, Robert Halver, Alexander Horn, Dr. Susanne Hügel, Gerhard Jarosch, Tim Kunde, Alexander Mozer, Hans-Peter Raible, Marcus Renziehausen, Sabine Richter, Daniel Ritter, Michael Rodenberg, René Schoenauer

LAYOUT: Gaby Krabbe (FM)

LEKTORAT:
Dr. Gabriele Raudszus

VERTRIEB:
Karena Milewski

MEDIA SALES PRINT+DIGITAL:
Andreas Rullmann
Tel.: +49 (0)69/348 683-701
Mobil: +49 (0)176/460 83 110
Fax: +49 (0)69/348 683 - 702
E-Mail: rullmann@cash-online.de

Sabine Kulenkampff
Tel.: +49 (0)40/51 444-225
E-Mail: kulenkampff@cash-online.de

GESCHÄFTSFÜHRER:
Gerhard Langstein

ANSCHRIFT REDAKTION UND VERLAG:
Cash.Print GmbH
Friedensallee 25
22765 Hamburg
Tel.: +49 (0)40/51444-0
Fax: +49 (0)40/51444-120
E-Mail: info@cash-online.de
Internet: www.cash-online.de

EIN UNTERNEHMEN DER CASH. MEDIEN AG

VORSTAND:
Gerhard Langstein

LESERSERVICE:
Tel.: +49 (0)40/51444-347
Fax: +49 (0)40/51444-125
E-Mail: leserservice@cash-online.de

ABOSERVICE UND VERTRIEB ZEITSCHRIFTENHANDEL:
PressUp GmbH
Postfach 70 13 11
22013 Hamburg
Tel.: +49 (0)40/38 6666-337
Fax: +49 (0)40/38 6666-299
E-Mail: cash@pressup.de

VORSTUFE UND DRUCK:
Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG, Kassel

VERKAUFSPREIS: Einzelheft 6,00 Euro, Jahresabonnement 61,20 Euro für zwölf Ausgaben, inkl. Versandkosten, inkl. MwSt. (Inland). Europäisches Ausland: 68,40 Euro

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

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

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

HINWEIS: Zur Erstellung der Artikel, Interviews, Grafiken und Tabellen zieht die Redaktion Quellen und Informationen heran, die sie für vertrauenswürdig hält. Für die Richtigkeit der Angaben, die zudem bis zum Erscheinen des 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

Click and read!

www.globalinvestor.de

Bestnoten in allen drei Schichten

wwk-intelliprotect.de

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

Eine starke Gemeinschaft