



BILD: GETTY IMAGES

5876 000
Millionär-Haushalte

USA Tennis ist eine der Sportarten der Reichen und Schönen. Am Final des US Open kostet die «luxury suite» 80 000 Dollar – gut also, wenn man auf die Wertvermehrung seines Geldes bei einem Online-Broker zählen kann.

Vermögensverwalter der neuen Welt

Unabhängige, externe Institute haben sich den Angriff auf die etablierten Vermögensverwalter auf die Fahnen geschrieben. Ihr Kosten-Ertrags-Verhältnis ist unübertroffen – bei angeblich guter Qualität. In der Schweiz dürfte ihre Aufholjagd aber trotzdem dauern.

Von Gérard Moinat

Ob Apple, Google oder Paypal: In Zukunft werden vermehrt Nichtbanken in den Vermögensverwaltungsmarkt eintreten und bankenähnliche Angebote präsentieren. So weit der bisherige Erkenntnisstand zur Branchenentwicklung der nächsten Jahre.

Aber wer sind die Neuen – abseits der bekannten Internet-Riesen? Es sind zum Beispiel Intermediäre, die keine Banken sind (Paypal hat im Gegensatz dazu seit 2007 eine EU-Banklizenz), die aber den Kunden eine umfassende Finanzplanung und -beratung bieten. Quasi ergänzend zum Konto bei ihrer Hausbank werden Kunden bei diesen Instituten künftig ein Depot führen.

Vor allem in angelsächsischen Ländern ist diese Art der Geschäftsmodelle schon weit fortgeschritten. Die Institute werden sich zwar

in der Schweiz nicht schlagartig am Markt durchsetzen – aber auch Schweizer Banken werden längerfristig ihren Druck zu spüren bekommen. Und sie werden technologisch zur Flucht nach vorne gezwungen.

Vertriebskanal Internet

«Das Vermögensverwaltungsgeschäft befindet sich an einem Wendepunkt», ist Matthias Memminger, Leiter Wirtschaftsberatung Finanzdienstleistungen von PWC Schweiz überzeugt. Denn für ihn ist klar: «Neue digitale Kundenberater mit innovativen Ansätzen greifen die traditionellen Banken an.»

Ausgelöst wurde die Entwicklung gemäss Memminger durch die Regulierungswelle der letzten Jahre. «Dies hat das Fundament des Schweizer Private Bankings nachhaltig verändert.» Hinzu kommt ein Schritt für Schritt ausser Kraft gesetztes Bankkundengeheimnis und

ein garstiges Anlageumfeld. Die neuen, technologiebasierten Wealth Manager fokussieren hingegen lediglich auf die Rolle des Kundenberaters, dessen Aufgaben sie durch intuitive und hoch standardisierte Applikationen abbilden. Sie sind also keine Banken im eigentlichen Sinn, sondern eher unabhängige, externe Vermögensverwalter, die ihren Vertriebskanal über eine Internetplattform aufgebaut haben. Die meisten von ihnen sind – etwa gut ein Dutzend Online-Vermögensverwalter – in den USA angesiedelt. Aber auch in Europa, allen voran Grossbritannien, gibt es bereits solche Anbieter.

Wealthfront & Co.

Deren Geschäftsmodell ist es, ihren Kunden die Schnittstelle zwischen Privatanlegern und ETFs beziehungsweise fondsbasierten Anlageoptionen von Fondsmanagern wie Blackrock, Vanguard oder Fidelity anzubieten. So erhält auch die weniger vermögende Masse von Anlegern – das minimale Investment beträgt 10 000 Dollar – Zugang zu den Vorteilen der Grossen. Da diese Player keine Banklizenz benötigen, stehen sie rasch und mit minimalen Anfangsinvestitionen auf den Beinen – durchschnittlich betragen diese 20 Millionen Dollar,

so Memminger. Eines dieser Institute, Wealthfront (ehemals KaChing) benötigte nur sieben Monate zum Starten. Das Institut mit dem Silicon-Valley-Approach zielt mit seinem Vermögensverwaltungsangebot auf Internet-affine und kostenbewusste Klienten. In nur einer Minute kann man auf der Website ein Portfolio erstellen. Ein anderer Anbieter heisst Betterment, der Kunden bei der Erfüllung ihrer finanziellen Ziele hilft.

Gemeinsam ist den beiden Playern neben ansprechenden Tablet- und Mobile-Applikationen eine tiefe Verwaltungsgebühr von 0,25 Prozent (Wealthfront) beziehungsweise 0,15 Prozent (Betterment). Dies macht sie insbesondere für preissensible Kunden attraktiv. Kostenvorteile holen sich die Institute mit geringen Regulierungskosten und über einfache interne Strukturen rein. So ist selbst die Kernapplikation der digitalen Kundenberater simpel: Sie basiert meistens auf der gleichen Standardsoftware, die auch viele US-Grossbanken wie J.P. Morgan für ihr Internetbanking einsetzen.

Obwohl sie nicht müssten, lassen sich viele Anbieter freiwillig regulieren – so ist auch Wealthfront ein «registered investment adviser» – ein registrierter Anlageberater. Die gemeinsame Vision der Anbieter ist, datenbasierten Mehrwert zu schaffen. Ähnlich wie bei Amazon-Kaufempfehlungen sind beispielsweise «Andere Investoren wie Sie haben XY gekauft»-Empfehlungen möglich. Auch Daten von Social-Media-Profilen fliessen in die Beratung ein. All das mache insgesamt die Beratung besser, ist Memminger überzeugt.

Gleichbleibende bis höhere Qualität zu tieferen Preisen – das wäre ein wahrlich bedrohlicher Cocktail für Banken und andere eingesessene Vermögensverwalter.

Schweizer Anbieter

Zwar kennt die Schweiz etwa mit Swissquote internetbasierte Geschäftsmodelle schon län-

crowdinvest.ch

Auch das Luzerner Start-up crowdinvest.ch reitet derzeit die Online-Welle. Die Idee des Jungunternehmens: Das Wissen einer grossen Anzahl von Laien nutzen, um die Anlagestrategie eines Aktienfonds zu bestimmen. Dazu sammelt die Website die Anlagemeinungen zu den 30 liquidesten und grössten Titeln des Schweizer Aktienmarktes. Nach erfolgreichem Abschluss dieses Testlaufs wird gemäss den Machern ein Crowd-Fonds gegründet, in den «richtig» investiert werden kann.

ger – allerdings insbesondere die eidgenössisch lizenzierten. Neue Anbieter, wie etwa moneyland.ch oder moneypark.ch, beschränkten sich bisher jedoch vor allem auf die Vergleiche von Konti, Geldanlageprodukten und Versicherungen – alles Dienstleistungen, für die es (noch) keine Lizenz braucht. Mit

«Selbst die Nettobank konnte mit ihrem gelungenen Konzept und Wegelin im Hintergrund erstaunlich wenig Mittel anziehen.»

Andreas Dietrich, IFZ Zug

ihrer bisher ungekannten Transparenz bringen sie die Schweizer Bankenlandschaft aber auch so gehörig ins Schwitzen.

Andreas Dietrich vom Institut für Finanzdienstleistungen Zug nennt weitere Schweizer Anbieter, die kürzlich auf den Markt gekommen sind, wie etwa die Website mydepotcheck.com. Dort kann ein Kunde zwar sein Risikoprofil mit seinem Depot abgleichen und sich Anlagen, welche seinem Risikoprofil entsprechen, vorschlagen lassen, aktive Beratung erhält er aber ausdrücklich nicht.

«Eine solche Website will wohl ausdrücklich nicht dorthin, wo die amerikanischen Anbieter sind, da sie sonst der Finma unterstellt würde», sagt Dietrich. Denn genau dann werde es teuer und aufwendig. Dietrich fragt sich darum vielmehr, warum nicht Banken selbst, die ja bereits Finma-reguliert sind, solche Online-Vermögensverwaltungs-Angebote lancieren.

Konservative Schweizer

Hauptgrund dafür ist wohl beim tief eingeschätzten Potenzial zu suchen. «Gerade Schweizer dürften noch sehr konservativ auf diese neuen Angebote reagieren», glaubt etwa Memminger – und so denken wohl viele Branchenvertreter. Anders sei das in Amerika – insbesondere in Asien: Dort ist die Kundschaft von Privatbanken aber auch jünger und entsprechend online-affiner.

Auch Dietrich erwartet, dass solche Anbieter in den nächsten drei bis fünf Jahren hierzulande eine Nischenerscheinung bleiben werden. «Denn selbst die Nettobank mit ihrem gelungenen Konzept und der Bank Wegelin im Hintergrund konnte erstaunlich wenig Mittel anziehen.» Obwohl das Institut wenig mehr als

1 Prozent Gebühren verlangte, erreichte es bis zu seinem Ende 2012 nie die Gewinnzone.

Auch Swissquote ist trotz konkurrenzlosen Transaktionsgebühren mit einem Depotvermögen von knapp zehn Milliarden Franken eher eine Randerscheinung im Vermögensverwaltungsmarkt geblieben.

Vier Prognosen

Nach einer Randerscheinung hört es sich wahrlich nicht an, wenn Memminger über die Zukunft der neuen Anbieter im Vermögensverwaltungsmarkt spricht. Seine Prognose diesbezüglich ist einerseits, dass die Fondsmanager irgendwann die Frontplayer mit vielen Kunden kaufen werden. Andererseits glaubt er, dass sich längerfristig Anbieter etablieren werden, die nicht nur die Aktiv-, sondern auch die Passiv-Seite ihrer Kunden managen werden. Sprich: nicht nur das Geldanlegen, sondern auch die Kredite, Hypotheken und Abzahlungsverträge ihrer Kunden. Das macht auch steuerlich Sinn: So können Steuerersparnisse optimal ins Vermögensmanagement einfließen. Wealthfront etwa könne dadurch gemäss CEO Andy Rachleff für seine Kunden 1 Prozent mehr Prämie erwirtschaften.

Und drittens brächten diese Anbieter einen fundamentalen Wandel von der Produkt- zur Zielfokussierung mit. So gibt es gemäss Memminger auch schon einen Versicherungskonzern aus Grossbritannien (www.legalandgeneral.com), der nicht nur die Hausfinanzierung übernimmt, sondern gleich auch den Bau des Hauses.

Der Schweizer Regulator dürfte mit seinen Anstrengungen zugunsten eines besseren Kundenschutzes das Geschäftsgebaren von solchen einheimischen Plattformen mittelfristig eher erschweren als erleichtern. Deshalb ist viertens vorstellbar, dass sich diese Angebote hierzulande in eine ganz andere Richtung als im Ausland entwickeln werden: Und zwar, dass sie zu einer interessanten Alternative für externe Vermögensverwalter (EVV) und nicht für Retailkunden werden könnten. Denn im Zuge der Regulierung ist vorstellbar, dass sich die Plattformen allenfalls gar nicht direkt Retailkunden, sondern nur «gut Informierten», sprich professionellen Kunden, zuwenden dürfen.

Doch auch für die externen Vermögensverwalter könnten die Plattform-Angebote interessant sein: Mit Hilfe der «Schweizer Wealthfront» wäre es ihnen möglich, ihren Kunden wiederum eine breitere Investitionspalette zu günstigen Preisen anzubieten. Um dann quasi als Intermediäre zwischen Plattformen und Kunden zu fungieren. ■