

PRESSESPIEGEL

Cash.

10.11.2015 Cash.:
Aha-Erlebnis beim Vermittler
(Ausgabe 12/2015)

Aha-Erlebnis beim Vermittler

VERTRIEB Die Tatsache, dass die Sachwerte zurückkommen werden, ist gewiss. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass Anbieter, Vertriebe und Verbände den Kunden plausibel machen, was der Gesetzgeber in ihrem Sinne beabsichtigt hat.

Das Jahr 2015 begann mit einer sehr positiven Grundstimmung. Wir hatten in der Frühjahrsroadshow über 250 Vermittler, und alle waren motiviert, die neu auf den Markt gebrachten AIFs bei den Kunden zu vermitteln. Besondere Aufmerksamkeit fanden die neuen Flugzeugfonds, deren unterschiedliche Konzeptionen teilweise bis ins Detail diskutiert wurden. Es wurde aber auch deutlich, dass die Bewältigung der Schifffahrtskrise und auch die Betrugsskandale in der Branche und beim Vertrieb noch einen großen Raum einnehmen. In diesem Kontext wurde der rechtliche Regulierungsrahmen des KAGB und der Anbieter als eher selbstverständlich aufgenommen. Zumindest ist unser Eindruck, dass durch die anhaltende Bewältigung der Vergangenheit beim freien Vertrieb noch sehr viele Kapazitäten gebunden sind.

Das Feedback der Vertriebspartner zeigt uns, dass es immer noch massive Vertrauensprobleme bei den Anlegern gibt und diese von der Art der unternehmerischen Beteiligung in Form des geschlossenen Fonds Abstand halten. Auch können nach Meinung der Vertriebspartner Argumente, die auf die Sinnhaftigkeit von Investitionen in Sachwerte oder Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen hinweisen, noch nicht viel beim Kunden bewirken. An der Namenswahl geschlossene Fonds merkt man aber auch, dass viele Berater immer noch die alte Struktur der Beteiligungsart meinen, und dass es im Wesentlichen um Sichtweisen von Bestandskunden geht, die schlechte Erfahrungen gemacht haben. Es ist aber auch klar, dass Kunden, die Geld verloren haben, nur schwer zu überzeugen sind, in die neuen AIFs zu investieren.

Hinzu kommt, dass viele Vertriebsorganisationen und auch Banken die „alte“ Produktwelt und deren Usancen in das zukünftige Risikoprofil des eigenen Geschäftsmodells einarbeiten. Die Frage stellt sich also, ob man das Risiko der unternehmerischen Beteiligungen über-



Helmut Schulz-Jodexnis: „Überzeugt, dass die Umsätze wieder deutlich steigen.“

haupt will, zu welchem Risiko-Chancen-Profil man das Geschäft weiter betreiben würde und natürlich, wie man dieses Chancen-Risiko-Profil überhaupt prüfen kann. Auch diese Überlegung ist geprägt von der Sichtweise im Vertrieb: „Gewinne oder verliere ich mehr Kunden durch unternehmerische Beteiligungen, und lohnt es sich überhaupt, dieses Risiko für den zu erwartenden wirtschaftlichen Erfolg auf sich zu nehmen?“

Zusätzlich sind viele freie Vertriebspartner und Banken immer noch mit der juristischen Abarbeitung der Vergan-

genheit beschäftigt. Obwohl die Fälle teilweise drei, fünf oder mehr Jahre zurückliegen, werden sie jetzt erst juristisch behandelt. Dieser Aufwand ist enorm und wird oft auf der Anbieterseite nicht gesehen. Uns haben Vertriebspartner berichtet, dass sie teilweise bis zu fünf Tage im Monat allein vor Gericht gebunden sind und dass noch einmal mindestens derselbe Aufwand für die Vorbereitung entsteht.

Diese Tatsache ist natürlich nicht unbedingt nur der Performance der Angebote geschuldet. Viel öfter haben die Gerichtsprozesse ihren Ursprung in der massiven Tätigkeit von Anlegerwerbenden Anwälten, die ihr Geschäftsmodell darauf aufgebaut haben, Investoren zu suggerieren, dass sie ihr Geld plus Zinsen zurückbekommen, wenn sie klagen. Die Qualität der Anwälte ist hier genauso breit gestreut, wie die Ergebnisse, die vor Gericht herauskommen. Man kann aber sicher behaupten, dass bisher kaum ein Anleger das investierte Kapital plus Zinsen zurückbekommen hat und dass es auch Anleger gibt, die mehr an den Anwalt bezahlen mussten, als sie gegebenenfalls zurückerhalten haben. Darüber hinaus gibt es Kanzleien, die mitnichten in guter Kundenabsicht unterwegs sind, sondern schlichtweg Anlegern nur das Geld abnehmen wollen.

Grundsätzlich entstand im ersten Halbjahr 2015 aus diesen Tatsachen beim freien Vertrieb ein Trend, der vereinfacht lauten könnte: „Ich verkaufe nur das, was in der Vergangenheit funktioniert hat, oder nichts.“ Für uns als Pool war das daran ablesbar, dass die Anbieter, die eine makellose Leistungsbilanz haben, im Absatz ganz weit vorn waren. Auch der starke Trend zu den Direktinvestments beruht wohl eher auf der Tatsache, dass bisher über einen langen Zeitraum die Performance stimmt.

Die Vorteile der Regulierung durch das KAGB, die sich für Vertrieb und Anleger ergeben, sind dagegen noch nicht



PRESSESPIEGEL

wahrgenommen worden. Es herrscht immer noch die Ansicht, dass Anbieter sehr viel Aufwand mit der Regulierung haben und auch für den Vertrieb der Aufwand deutlich größer geworden ist. Interessant ist sicher, dass das so auch stimmt und im Ergebnis zu einer Ertragsverschlechterung auf beiden Seiten führt.

Der Mehraufwand auf der Anbieter- und Vertriebsseite wird konkurrierend wahrgenommen – „Anbieter zu teuer“ versus „Vertrieb verdient zu viel“. Beides ist falsch, denn beide Seiten haben mehr Aufwand und reduzierten Ertrag. Die Sichtweise, dass das der Qualitätsverbesserung und eventuell effizienteren Beratungssystemen zugutekommt, ist noch nicht vollständig vorhanden, wird sich aber durchsetzen. Umso wichtiger ist es allerdings, den Nutzen aus diesem Aufwand für den Anleger sichtbar und nachvollziehbar zu machen. Als Maklerpool haben wir das im Laufe des Jahres geändert und deutlicher über die Vorteile der AIFs aufgeklärt. Es ist klar zu sehen, dass damit beim Vermittler ein „Aha-Erlebnis“ stattfindet. Denn gerade das KAGB schließt viele Versäumnisse und Möglichkeiten zur Unredlichkeit aus, die es in der Vergangenheit gab.

Aber auch das Thema „gemanagte Sachwerte“ ist noch nicht angekommen. So handeln Kunde und Vertrieb immer noch unter dem Eindruck des schlecht gelaufenen KG-Fonds und nicht in der Welt eines gut gemanagten Sachwerts, der diversen Kontrollmechanismen zum Kundenwohl unterliegt. Es mag jetzt mancher – je nach Kundenklientel – widersprechen wollen, aber in Summe liegt hier noch viel Arbeit vor uns allen, denn die Absatzzahlen wären längst schon viel besser, wenn alle positiven Inhalte der – vermeintlich übertrieben wirkenden – Regulierung schon angekommen wären.

Sicher haben wir sehr erfolgreiche Börsenzeiten und es ist naheliegend, zunächst auf ein ähnlich reguliertes Vehikel zu schauen, welches aber fungibel ist. Viele Vertriebspartner sehen hier einen großen Vorteil: „Man kann ja aussteigen, wenn es nicht funktioniert.“ Aber hat das immer funktioniert? Nein, denn sonst wären wir in Deutschland auch in diesem Anlagefeld noch viel erfolgreicher. Dennoch gibt es zahlreiche gute Ansätze, um für Kunden Aktien-, Fonds- oder ETF-Depots zu verwalten. Solange also die Börse gut läuft, wird das weniger flexible Angebot nicht so fokussiert.

Fakten zu Jung, DMS & Cie.

- Jung, DMS & Cie. ist ein Verbund aus rund 16.500 Poolpartnern in Deutschland und Österreich.
- Das Unternehmen ist ein Vollsortimenter und bietet seinen Poolpartnern nach eigenen Angaben über 12.000 Produkte von mehr als 1.000 Gesellschaften aus den Bereichen Versicherungen, Investmentfonds, Beteiligungen sowie Finanzierungen und im Haftungsdach der österreichischen Tochter auch strukturierte Bankprodukte wie zum Beispiel Zertifikate und ETFs an.
- Das Eigenkapital von Jung, DMS & Cie. beläuft sich nach Angaben des Unternehmens auf über 15 Millionen Euro.

Die hier dargestellte Sichtweise der Produkt- und Anlagestrategie wird für die Zukunft aber keine Gültigkeit mehr haben können. Es geht zukünftig um breit diversifizierte Anlegerportfolios, die möglichst wenig Korrelation aufweisen und weltweit Ertragschancen ermöglichen. Das Ganze muss dann für den jeweiligen Kunden und seine individuelle Risikoneigung geeignet sein.

Das bedeutet: Sobald klar wird, dass die Regulierung hier eine Annäherung hinsichtlich des gesetzlichen Rahmens gebracht hat, wird auch der Portfoliogedanke nicht alternativ, sondern kumulativ umgesetzt. Dann kommen auch die AIFs wieder deutlicher zum Zug, denn sie sind nicht nur von der Sachwertorientierung her, sondern auch hinsichtlich der „Non-Korrelation“ ein sehr wichtiges Vehikel. Zusätzlich ermöglichen die AIFs jedem Anleger, an einer professionellen Investitionsstrategie teilzuhaben, die er so allein nicht umsetzen könnte. Es werden ja sehr oft große und erfolgreiche institutionelle Anleger als Vorbilder zitiert.

Ein weiterer, wichtiger Schritt für eine positive Entwicklung der AIFs wird die zunehmende Standardisierung bei den Sachwertanlagen sein. Aus dem KAGB ergeben sich schon gewisse Standards, die alle Anbieter erfüllen müssen. Zukünftig wird es auch zu einheitlichen Zeichnungsscheinen, eindeutigen IDs (ISIN) und ähnlichen Dingen kommen, welche die Digitalisierung fördern und das Handling erleichtern. Denn dadurch wird die Einbindung von Sachwertanlagen in der Abwicklung, im Berichtswesen und neben anderen Depotinhalten technisch adäquat erst möglich.

2015 war sicher noch das Jahr des Produktvertriebes. Bei den erfolgreichen Beratern waren die Börsen, die Direktinvestments und die Einzelimmobilie die Erlösbringer. Bei den AIFs wurde trotz ihrer Vorzüge und wegen der Vergangenheitsbewältigung noch nicht erkannt, was sie in Wahrheit zu leisten fähig sind. Notwendige Prozessveränderungen werden eher nach Aufwand und Schwierigkeit als nach Qualitätsvorteil und Zukunftsfähigkeit bewertet. In unseren JDC-Haftungsdächern kennen wir das schon und haben bereits viele Prozesse zur Prüfung, zur laufenden Qualifikation von Vermittlern und Mitarbeitern sowie zur Kundenberatung umgesetzt. Das ist ein längerer, oft anstrengender Prozess, den aber jede Vertriebsorganisation bis hin zum Einzelvermittler erledigen muss.

Wir haben einige Einzelvermittler und Vertriebsorganisationen, die sich nicht lange der Frage der Umsetzung gestellt haben, sondern die Anforderungen der Regulierung einfach umgesetzt haben. Diese verfolgen mit sehr großem Erfolg ihr Geschäftsmodell und gewinnen Kunden und Marktanteile. Leider sind Vertriebsexperten noch in der Minderheit. Wer Schwierigkeiten hat, geeignete Prozesse mit der geeigneten Qualität für den Kunden umzusetzen, wird Probleme bekommen, in den Markt und in ein ganzheitliches Portfoliokennen zurückzukehren. Ein „Zurück“ oder „Vorbei“ wird es nicht geben, es gibt nur ein Vorwärts und zwar mit allen Vorteilen, welche die Regulierung mit sich bringt.

Wir sind überzeugt, dass die Umsätze wieder deutlich steigen werden. Eventuell war der Wunsch, dass es schneller geht, nicht erfüllbar, aber die Tatsache, dass die Sachwerte zurückkommen werden, ist gewiss. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass Anbieter, Vertrieb und Verbände die Vorzüge der Regulierung aktiv „verkaufen“ und den Kunden plausibel machen, was der Gesetzgeber im Kundensinne beabsichtigt hat. Die Prozesse müssen durch Standards noch effektiver werden, damit auch Erträge erwirtschaftet werden können. Wir als Pool unterstützen unsere JDC-Poolpartner dabei, die Prozesse und Anforderungen der Regulierung umzusetzen und sind für die Digitalisierung gerüstet. ■

Autor **Helmut Schulz-Jodexnis** ist Leiter des Produktbereichs Sachwerte und Immobilien bei Jung, DMS & Cie.