

**Roundtable Finanzberatung: „Umsatz auch in der Baisse“**

**Beraten in der Krise: Finanzberater und Experten von Fondshäusern, Versicherungen, Pools und Vermögensverwaltungen diskutierten mit DAS INVESTMENT.com. Eingeladen hatten die Fondsgesellschaft Robeco und das Emissionshaus SHB als Sponsoren des „Gourmet Festivals“ auf Schloss Reinhartshausen.**

**DAS INVESTMENT.com:** Die Wirtschaftskrise macht auch vielen unabhängigen Finanzberatern und -vermittlern schwer zu schaffen. Die Bestände brechen ein, Neukundenakquisition ist schwierig. Wie viele Finanzmakler werden sich mittelfristig aus dem Markt verabschieden, Herr Dümmler?

**Karsten Dümmler, Netfonds:** Statistisch kann ich das für unseren Pool nicht eins zu eins auswerten, weil ja nicht alle bei uns angeschlossenen Makler ihr Gesamtgeschäft über Netfonds abwickeln. Doch wenn wir die Zahlen mit denjenigen zu Anfang 2007 vergleichen, dürften es absolut gesehen zum Ende des Jahres zwischen 20 und 30 Prozent weniger Makler sein, die am Markt sind. Es ist zu erwarten, dass diese entweder ganz aus dem Markt ausscheiden oder sich irgendwo als Produktverkäufer anstellen lassen.

**DAS INVESTMENT.com:** Wie viele Chancen hat vor diesem Hintergrund die reine Produktvermittlung noch?

**Claudia Rankers, Rankers Finanzstrategien:** Nach meiner Ansicht sind die zukünftigen Erfolgsaussichten für den reinen Produktverkauf eher gering. Es geht doch heute mehr und mehr um die Lösungskompetenz auf der Beraterseite, also um das Denken aus der Perspektive des Kunden - und weniger um den Produktvertrieb, wo ich mit ein oder zwei Produkten eine attraktive Provision bekomme. Es kommt hinzu: Die Verbraucher werden kostenbewusster und die Bereitschaft, die in den Produkten enthaltenen Vertriebsprovisionen zu zahlen, nimmt ab.

**DAS INVESTMENT.com:** Haben Vertriebsformen wie der Strukturvertrieb damit ausgedient?

**Thomas Heß, Jung, DMS & Cie.:** Weder heute noch in Zukunft stellt sich wirklich die Kardinalsfrage, welche Vertriebsgattung überlebt und welche nicht. Strukturvertrieb ist zu Unrecht immer noch mit einer gewissen Anrüchigkeit behaftet. Ich habe mich in letzter Zeit mit leitenden Verantwortlichen bei großen Strukturvertrieben darüber unterhalten, an welchen Projekten die arbeiten. Da sieht man, dass die Vertriebe - genau wie die großen Maklerpools - sehr große Investitionen in Beratungstechnologie tätigen, und zwar teils auf allerhöchstem Niveau: Dort wird ein medienbruchfreier, durchgerouteter Beratungsprozess durchgesetzt. Ich wage sogar die These: Wenn der Gesetzgeber weiter alle Formen des Vertriebs zulässt, wird auch der Produktverkauf weiter funktionieren. Das sehen Sie zum Beispiel an der privaten Krankenversicherung: Es gibt sehr erfolgreiche Spezialvertriebe, die sich auf diese Sparte konzentriert haben. Das ist dann eben Ausschnittsberatung und nicht Geschäft in der Breite – was, das muss man ehrlicherweise sagen, im Gegensatz zu manchem Universaldilettanten dann eben höchstprofessionell betrieben wird.



Von links: Ulrich Harmssen, Apella; Marcel van Leeuwen, Yeald; **Eric Wiese, HHVM**; John-Erik Schröder, JDC (Foto: Ingo Heyer)

**DAS INVESTMENT.com:** Wenn man sich die Topseller-Produkte anschaut, die wir auf DASINVESTMENT.com listen, zeigt sich, dass etwa der Fonds Carmignac Patrimoine bei vielen Pools ganz vorne liegt. Ein Fondsmanager als Einzelkämpfer, der über einen Freestyle-Ansatz investiert und damit alle Grundsätze der Asset Allocation prinzipiell über den Haufen werfen kann. Ist der Verkauf eines solchen Fonds mit einem langfristig orientierten Asset-Allocation-Beratungsansatz vereinbar?

**Kai Werner Röhrh, Robeco:** Unterm Strich ist ein solches Produkt eher für den klassischen Produktverkauf geeignet. Für Berater, die für Ihre Kunden auch über die Asset-Allocation-Beratung einen Mehrwert erzielen möchten, ist so ein Produkt eher ungeeignet. Ein Fonds, der heute in Bonds, morgen in Aktien und übermorgen womöglich zu großen Teilen in Cash investiert, kann von einem Berater nicht seriös in eine bestehende Asset Allocation einsortiert werden. Eine interessante Fragestellung ist in diesem Zusammenhang, ob es dem beratenden Vertrieb auf Dauer gelingen kann, über reinen Produktverkauf ausreichend Mehrwert für den Kunden zu generieren.

**DAS INVESTMENT.com:** Aber kann der Berater seinen Kunden überhaupt umstimmen, wenn jener sich ausschließlich anhand von Performancetabellen orientiert?

**Ferdinand Haas, DWS:** Das ist doch gerade das Problem, das wir als ganze Branche haben. Wir orientieren uns zu stark an der Vergangenheit, was naiv ist. Bei der Autofahrt nur in den Rückspiegel zu schauen kann funktionieren, wenn die Realität eine Autobahn ist, auf der es immer geradeaus geht. Die Realität unseres Marktes ist aber eher eine Serpentinstraße: Überbewertungen, die entstehen, erzeugen eine gute Performance und diese Produkte werden deswegen vermehrt gekauft. Aber je länger es auf dieser Serpentinstraße geradeaus gegangen ist, desto näher liegt die nächste Kurve. Von einem solchen übertriebenen vergangenheitsorientierten Denken muss die Branche schleunigst weg: Das betrifft nicht nur den Vertrieb, sondern alle - wenn man mal bedenkt, was wir im Kreditbereich gesehen haben. Dort wurden beim Design der Produkte historische Ausfallraten unterstellt, so ist es kein Wunder, dass Preise solcher Assets um 80 oder 90 Prozent fallen können. Die Lösung wäre, das Werben mit Vergangenheitsdaten und isolierten Renditen zu reglementieren, um die Diskussion auf einen anderen Bereich zu lenken.

**Michael Weisz, Argentos:** Man kann einem Endkunden allerdings keinen Vorwurf machen, wenn er sich an Performancedaten orientiert und prozyklisch agiert – er hat einfach keine andere Informationsmöglichkeit, um Fonds oder den Kapitalmarkt beurteilen zu können. Ein einzelner Anleger oder auch Berater kann sich unmöglich eine Meinung zu Credit Spreads oder Währungen bilden. Insofern ist die Kernaufgabe einer Vertriebsorganisation oder eines Pools, dass wir Instrumentarien an die Hand geben müssen, mit denen die Risiken des Kapitalmarkts beurteilt werden können.

**DAS INVESTMENT.com:** Wie sieht die derzeitige Marktsituation für einen reinen Fondspool wie Argentos aus?

**Weisz:** Momentan ist die Situation sicherlich schwierig. Aber unsere Auswertungen belegen: Mit Beratungstechnologie und Research ist auch immer eine bessere Performance erzielbar – zumindest bei breiter diversifizierten Portfolios. Natürlich sind auch diese in der momentanen Marktphase nicht im Plus, aber Berater mit entsprechenden Tools verfügen auch über die stabileren Bestände.

**Achim Wilhelm-Wittschier, SHB:** Wir sollten uns grundsätzlich die Frage stellen, wie viel Prozent der Bevölkerung wir mit einem komplizierten Asset-Allocation-Ansatz abholen können? Ich denke, vielleicht 1,5 bis 2 Prozent. Ich würde mir zunächst einmal wünschen, dass sowohl für den Berater als auch für den Kunden die Produkte einfacher und klar kommunizierbar sein sollten. Zum Beispiel, dass die Produkte nicht mehr gehebelt oder verfremdet sind. So kann der Berater wissen, was im Produkt drin ist - und zum Beispiel auch, dass der Kunde immer noch 2 Prozent Rendite bekommt, wenn alles schief laufen sollte.

**Martin Wanders, Top Ten:** Aus der Vergangenheit ist es aus meiner Sicht problematisch, dass Fondspolice nicht auch als Kapitalanlagen, sondern oft nur als "Versicherung" verkauft worden sind. Das waren vielfach Produkte ohne jeglichen vermögensverwaltenden Charakter: Es wurde als Vertriebsargument oft lediglich ein Fonds ausgewählt, darauf beschränkte sich die Auswahl. Zum Beispiel oftmals der DWS Investa, dann hatte der Anleger eine Allokation auf 30 Jahre DAX. Am meisten haben aber Kunden Verluste in Fondspolice zu verkraften, die einseitig etwa einen Biotech- oder Internetfonds im Policemantel gekauft haben. Die haben dann gar nichts mehr in ihrem Sparanteil, werden darüber aber auch nicht aufgeklärt.

**Heß:** Ich denke aber, dass dies Einzelfälle sind. Die Assets in den Fondspolice sind großenteils große Marken und breit streuende Fonds. Die Ironie des Schicksals aber ist: Dabei wird nur selten eine umfassende Beratung stattgefunden haben, auch später keine intensive Betreuung und kein Reporting. Das hat aber dazu geführt, dass der Anleger nicht bei der erstbesten Performancedelle ausgestiegen ist, sondern die Verträge jahrzehntelang bespart hat. Das heißt: der ahnungslose Kunde, dem ein schlichter Versicherungsvertreter eine solche Fondspolice verkaufte, bekam eine sachwertgeschützte und inflationssichere und steuerfreie Anlage vermittelt. Die ganze Beraterei ist ja gut und schön, führt aber wegen der fehlenden Spardisziplin des Kunden nicht unbedingt zum besseren Anlageerfolg. So betrachtet, bietet die Zillmerung auch dem Kunden Vorteile, weil sie eine höhere Spardisziplin auslöst.

**Marcel van Leeuwen, Yeald:** Wenn wir uns Markowitz und alle anderen Kapitalmarkttheorien anschauen, welche Renditen können wir dann überhaupt von einer langfristig ausgerichteten Anlagestrategien erwarten? Sicherlich nicht die 30 oder 40 Prozent, die im Aktienmarkt gelegentlich erreicht werden. Wenn ein Kunde zu einem Berater kommt und sagt, die 30 Prozent vom letzten Jahr möchte ich auch im kommenden Jahr, müsste ein ehrlicher Berater antworten: Das kannst Du nicht erwarten. Das sind aber die wenigsten, die das wirklich so offen sagen. Die meisten sagen: Lass uns mal schauen, ob wir das hinkriegen. Dabei bleibt die Suche nach dem richtigen Risiko-Rendite-Niveau oft auf der Strecke.

**DAS INVESTMENT.com:** Wie bewerten Sie die Aktivitäten der Verbraucherschutzministerin Aigner, Investmentfonds und die geschlossenen Fonds stärker regulieren zu wollen und möglicherweise unter die Mifid zu nehmen?

**Wanders:** Ich gehe davon aus, dass in der Politik abhängig von der Parteiausrichtung die Regulierung mehr oder weniger schnell umgesetzt werden wird. Das wird längere Haftungszeiten, Dokumentationspflichten und Beratungsprotokolle umfassen - alles ähnlich wie beim Versicherungsvertragsgesetz VVG, das wird relativ schnell kommen. Nach der kommenden Bundestagswahl wird in der nächsten Legislaturperiode die Frage sein, wie man alle im Finanzvertrieb tätig Personen erfasst und gegebenenfalls den Paragraphen 34c ersetzt. In der Breite werden wir überwiegend nur noch

Versicherungsvertrieb sehen, denn Sparplanprodukte sind auch im Versicherungsmantel einfach und ohne die Absicherung biometrischer Risiken möglich. Der Rest wird dann unter den Paragraphen 32 KWG fallen: Finanzportfolioverwaltung wird dann sicherlich nochmals verschärft werden. Reine Honorarberatungsmodelle, wie sie in der Politik ebenfalls im Gespräch sind, gehen aber an der Marktpraxis vorbei: Honorarberatung muss man sich erlauben können. In der Breite werden Versicherungspolizen vermitteln, dort werden weiterhin 30, 40 Promille vorab möglich sein, und durch gezielte Tarife werden auch die Strukturvertriebe damit leben können. Die Konsequenz wird aber noch mehr Abhängigkeit von Produktgebern sein. Ich schätze, dass rund 20 Prozent der Finanzdienstleister im Markt als echte unabhängige Berater arbeiten werden, darunter auch eine ganze Menge Bankberater, die jetzt freigesetzt werden und sich in Teams organisieren.

**Dümmler:** Wir sehen bereits Interesse an Honorarberatung bei den uns angeschlossenen Maklern, doch stimme ich zu, dass man dazu über die entsprechende Kundenklientel verfügen muss. Wenn ein 20-Jähriger einen 25-Euro-Sparplan abschließt, möchte ich das Beratungsmodell sehen, dass dafür in den nächsten 25 Jahren eine attraktive Bestandsprovision bereitstellt. Das ist schlicht nicht möglich.

**Wiegel:** Die Honorarberatung steckt in Deutschland noch in den Kinderschuhen. Dabei gibt es leider auch Beratungsmodelle im Markt, die schlicht nicht seriös sind. Da werden dem Kunden im Versicherungsbereich Nettotarife vermittelt, dann werden aber extrem hohe Honorare draufgesetzt, mit denen der Vertrieb 80 Promille und mehr herauszieht. Damit nicht genug: Wenn dann der Kunde den Vertrag nicht mehr bespart, werden ausstehende Honorare auch noch eingeklagt. Das ist für den Berater natürlich ausgesprochen lukrativ - aber sicherlich nicht im Sinne einer vernünftigen und fairen Berater-Kunden-Beziehung.

**Eric Wiese, HHVM Hamburger Vermögen:** In einer solchen Phase schrumpfender Bestände, der man sich ja fast gar nicht entziehen kann, sind einige Kunden natürlich nicht hochofret, wenn man ihnen eine Rechnung schickt. Die fragen sich: warum soll ich bezahlen, wenn ich nichts verdient habe? Es ist also nicht leicht, Honorarberatung gerade in dieser Marktphase durchzusetzen - aber es ist das Modell der Zukunft. Wir haben uns dazu ganz bewusst entschieden, nicht zuletzt weil das Provisionsmodell immer weiter rückläufig ist. Vom Ausgabeaufschlag und der Bestandsprovision wird man in Zukunft keine qualifizierte Beratung und Betreuung mehr leisten können: Es gibt Direktbanken und Discounter, die im Investmentfondsbereich Kampfbedingungen bieten. Und jetzt gibt es das BGH-Urteil, dass die Innenprovisionen beim Bereich der geschlossenen Fonds offengelegt werden müssen. Die müssen dann in Zukunft auch zumindest teilweise an den Kunden zurückgegeben werden. Noch wehren sich die Anbieter geschlossener Fonds dagegen, aber die Markttransparenz wird definitiv größer. Einzig im Versicherungsbereich wird noch anderes möglich sein, da auch Versicherungsvertragsgesetz und Versicherungsvermittlerrichtlinie ermöglichen, dass Provisionen in den Beiträgen versteckt werden können.

**Walter Schmidt, DVV:** Wir reden über Provisionen, die für den Vermittler natürlich eine wichtige Basis sind, aber die Betreuungsintensität und Cross-Selling-Ansätze sind mindestens ebenso wichtig. Ein Finanzmakler, der dies weniger beachtet hat, konnte zwar zwischen 2003 und 2008 ganz gut leben, aber mit der Einführung der Mifid und die Abgeltungssteuer wird das schwieriger werden. Es kommt hinzu: Ein Makler, der auch Versicherungen vermittelt, ist in der Regel stärker im Lebenszyklus des Kunden orientiert und wird auch in der Vermögensanlage Ansatzpunkte finden als der reine Fondsberater, der auch heute noch meist ereignisbezogen reagiert. Wozu das geführt hat, sehen wir heute in aller Deutlichkeit: Er ist stark abhängig von den Assets, die er gerade hat. Wenn er dann mit der Hälfte seiner Bestandsprovision auskommen muss, wird es in der Regel eng. Das Lebenszyklusmodell halte ich für das beste, unabhängig von der Provisions- oder Honorardebatte - den Kunden über sein gesamtes Leben hinweg begleiten und zeit- und bedarfsgerecht betreuen. Das ist zwar keine einfache Sache, aber ideal.

**John-Erik Schröder, Jung, DMS & Cie.:** Ich denke, die Frage nach der Zielgruppe ist entscheidend. Bei Sparern und Kleinanlegern kann ich sehr viel schwerer ein Honorarberatungsmodell etablieren, weil ich auf der einen Seite nicht genügend verdiene, um es zu finanzieren und auf der anderen Seite dieses Modell auch gar nicht verstanden wird. Auf der anderen Seite habe ich die gehobenen Kunden, bei denen ich die Honorarberatung durchsetzen kann - dann steigt aber auch die Anforderung an die Beratungsqualität enorm. Dann bin ich auf einen Schlag nicht mehr im Produktverkauf tätig, sondern eben in der Beratung. Und die fällt unter den Paragraphen 32 KWG.

**DAS INVESTMENT.com:** Wird die Konkurrenz durch das Internet die Vertriebsbranche zunehmend unter Druck setzen?

**Haas:** An dieser Stelle müssen wir stärker begrifflich trennen. Es gibt den Self Directed Client, der sich selbst orientiert und auch die Entscheidung trifft. Der braucht keinen Berater - vielleicht gelegentlich, um mit ihm als Sparringspartner zu arbeiten. Dann gibt es den echten Beraterkunden, der üblicherweise über viel Geld verfügt und sich umfassend betreut fühlen möchte. Und es gibt den potenziellen Vertriebskunden, der einfach zu wenig Volumen hat, als dass es sich lohnen würde, ihn zu einem komplexen Produkt zu beraten. Dieser kann auch mit einem möglichst standardisierten und staatlich regulierten Produkt versorgt werden. Theoretisch gibt es noch den vierten Kundentypus, der im Grunde vom Staat mit der Steuererklärung auch ein Finanzprodukt angeboten bekommen sollte, damit er nicht in die Altersarmut gerät.

**Hess:** Zur Honorarberatung ist anzumerken, dass ihr Vorbild aus der BRAGO und den Berufsständen der Anwälte, Notare und Steuerberater stammt. Der Unterschied ist: Es gibt quasi einen staatlichen Zwang, diese zu konsultieren: ich muss, wenn ich eine Immobilie kaufe oder einen Ehevertrag mache, zum Notar. So werden die Kunden frei Haus geliefert – unser Geschäft ist aber durch das Fehlen solcher Zwänge vertriebsgetrieben, das heißt kein Käufer-, sondern ein Verkäufermarkt.

**Röhrl:** Und Honorarberatung ist natürlich noch keine Garantie für gute Beratung. Zum anderen ist der Zeitpunkt derartige Regulierungsprojekte anzugehen ungünstig. Banken, Versicherungen, Fondsgesellschaften, Anlageberater - die Finanzdienstleistungsindustrie insgesamt hat derzeit alle Hände voll zu tun, die gegenwärtig schwierige Lage zu meistern. Die Vergütungssystematik von Anlageberatung in Europa war nicht die Ursache dessen, was wir jetzt erleben. Das sollte bei allem Verständnis für zusätzliche Regulierungsanforderungen nicht vergessen werden. Die Umstellung der Vergütungssystematik würde zur Unzeit enorme Anforderungen an Finanzdienstleistungsinstitute stellen. Der Markt sollte sich zunächst beruhigen dürfen, bevor solche Projekte in Angriff genommen werden. Stark provisionsorientierte Product-Pusher entziehen sich früher oder später überdies selbst die Geschäftsgrundlage.

**Wiegel:** Sicherlich erkennt die Politik in der Honorarberatung gerade ein gutes Mittel, um noch mehr Transparenz in den Markt zu bekommen; gerade was die Offenlegung der Kosten betrifft, die bisher alles andere als transparent ist. Im Gegensatz dazu ist vollständige Kostentransparenz auf dem britischen Markt schon lange Standard. Dort hat sich die Kennziffer Reduction in Yield, kurz RIY, etabliert, mit der die Kosten absolut transparent und umfassend offengelegt werden. Dabei wird ausgewiesen, was von einer unterstellten Bruttorendite für die Kosten abgezogen wird und der Kunde kann genau erkennen, was für ihn an Nettoendite übrig bleibt. Das ist die für Kunden und Vermittler fairste Lösung. Hierzulande wollen viele Versicherer über die Kosten aber nach wie vor nur sehr ungern und schon gar nicht vollständig Auskunft geben. Daran hat auch die VVG-Reform nicht viel geändert: Die Versicherer müssen nicht alle Kosten, sondern vielmehr nur die sogenannten kalkulierten Abschlusskosten offenlegen. Das führt dazu, dass in der Regel kalkulierte Abschlusskosten von 4 Prozent ausgewiesen werden, obwohl draußen im Vertrieb doch immer noch deutlich mehr bezahlt wird. Die Differenz kommt dann aus "Marketingaufwendungen" et cetera. Dieses Vorgehen wird im Endeffekt wahrscheinlich dazu führen, dass der Gesetzgeber in der Regulierung noch einen Schritt weiter gehen und strengere Regeln erlassen wird. Das hat sich die Branche dann selbst zuzuschreiben. Abgesehen davon, dass die Assekuranz die große Chance vergeben hat, über mehr Transparenz das Vertrauen der Kunden zu erhalten.

**DAS INVESTMENT.com:** Stichwort Transparenz - wie wird sich der Markt für geschlossene Fonds bezüglich der Provisionen entwickeln?

**Wilhelm-Wittschier:** Ich spüre auch als Mitglied im Votum-Verband, dass Mitbewerber stark Eigeninteressen wahren lassen. Das war seinerzeit so, als es um das Thema Mifid ging. Da war zu merken, dass beispielsweise die Emissionshäuser Rothmann und Lloyd, die mit Haftungsdächern agierten, das Thema stark gefördert haben. Momentan haben wir die Diskussion um die Offenlegung der Provisionen: Wir müssen aber festhalten: Das aktuelle Urteil bezieht sich ausschließlich auf die Kick-backs. Wenn ein Produktanbieter heute im Prospekt die Kosten ausweist, kann er dieses Produkt auch ganz normal weiter vertreiben. Ich gehe aber davon aus, dass die Provisionen in den kommenden ein bis drei Jahren mehr oder weniger offengelegt werden müssen, gegen diese Tendenz kann man sich nicht erwehren. Das ist auch gar nicht problematisch: Über die Provision kann der Berater seine Beratungsleistung vergütet wissen.

**DAS INVESTMENT.com:** Wo sehen Sie derzeit Nachfragepotenzial?

**Röhrl:** Von Beraterseite registrieren wir ein starkes Interesse an marktneutralen Anlagestrategien, etwa über Long-Short-Fonds. Anlageinnovationen insgesamt ziehen derzeit großes Beraterinteresse auf sich. Für einen echten Nachfrageboom ist jedoch noch zu viel Zurückhaltung im Markt: In Gesprächen begründen Berater Ihr Zögern häufig mit gescheiterten Innovationen die mit dem Total-Return oder Absolute-Return versehen waren. Von Vermögensverwalterseite und aus dem private Banking sehen wir Nachfrage nach Garantiekonstrukten auch im Zusammenhang mit CTAs sowie im Bereich der Hochzinsanleihen.

**Dümmler:** Wir wissen alle, wie viel Geld auf Festgeldkonten liegt. Das ist am ehesten die Stelle, wo Berater angreifen können. Die Festgeldzinsen gehen wieder runter – das heißt, hier herrscht Anlagebedarf. Da muss keine Riesenrendite geboten werden, plausible 4,5 oder 5 Prozent reichen dafür vollends aus.

**Lohre:** Die Verunsicherung bei Kunden ist derart hoch, dass man heute fast keine Aktienprodukte mehr verkaufen kann. Anders ist das, wenn jemand mit neuem Geld kommt und man innerhalb einer ordentlichen Asset Allocation Teile auch in Aktienfonds investiert werden - das ist eher kein Problem. Aber ein Kunde, der ziemlich einseitig investiert ist und mit Aktienfonds richtig unter Wasser ist, der macht gar nichts mehr. Da sind die Pools gefordert und müssen Anlagen vorschlagen, die noch einigermaßen Rendite bringen, vom Risiko her übersichtlich sind und liquide zusätzlich.

**Schmidt:** Wir kommen allerdings immer dann zum Thema Garantie, wenn die Börse gerade wieder im Keller ist. Wenn der Dax bei 8.000 Punkten rangiert, denkt keiner an Garantien. Dann kaufen alle weiter fleißig Aktienfonds, weil der Dax ja bald bei 10.000 Punkten sein wird. Doch momentan wollen sie alle Garantien – auf so einer Basis ist das ja nachgerade Blödsinn. Der Vermittler ist aufgefordert, dies dem Kunden klarzumachen.

**DAS INVESTMENT.com:** Welche Perspektive sehen Sie für nachhaltige Investments im Vertrieb?

**Heß:** Das Thema eignet sich gut dazu, Kunden mit neuen Anlageideen anzusprechen. Es gibt weiter genügend Anlässe, Geld anzulegen – Liquidität, Schenken und Erben. Auch in Zeiten, in denen alle Assetklassen korrelieren und sich nach unten bewegen. Ich bin davon überzeugt, dass deswegen nachhaltige Investments deutlich an Bedeutung im Vertrieb gewinnen werden. Der Anteil am Neugeschäft ist derzeit aber noch gering. Von 1,05 Milliarden Neugeschäft 2008 ist das momentan bei Jung, DMS & Cie. nur einer kleiner Promillebereich.

**Markus Kurz, Hansainvest:** Wir müssen aber dabei eins berücksichtigen: Diese mentale Bindung rührt auch daher, dass ich mit einem Nachhaltigkeitsfonds - egal, wie ich nachhaltig definiere, das macht jeder Anbieter anders - einen ganz anderen Kundenkreis anspreche, der vom Grund auf schon eine ganz andere mentale Treue mitbringt.

**Harmssen:** Auf jeden Fall wird mit Nachhaltigkeit in Zukunft richtig Geld zu verdienen sein. Früher hat man geglaubt, dass nachhaltiges Investieren auch immer einen Renditeverzicht mit sich führt. Das ist vom Tisch: Man weiß, dass man den gleichen Market Return bekommt bei einer geringeren Volatilität, das ist wissenschaftlich nachweisbar. Und wir müssen berücksichtigen, dass in Deutschland derzeit lediglich rund 2 Prozent der Assets nachhaltig gemanagt werden, in den USA sind es 13. Wenn wir da einen Nachholbedarf konstatieren, hätten wir hierzulande eine Versechsfachung vor uns. Um es ganz klar zu sagen: Das Thema liegt eigentlich schon auf der Straße, aber noch haben es im Vertrieb nur ganz wenige richtig aufgenommen.

*Von: Markus Deselaers*