

Innovative Einfachheit – ein Plädoyer für die Konzentration auf das Wesentliche

## Erfolgreiche und erklärbare Strategien gefragt

Moderne Informationswege und veränderte Bedürfnisse der Anleger bieten unabhängigen Fondsboutiquen große Chancen

VON JOSEF KOPPERS \*

**Groß und verwirrend ist die Auswahl der Fonds, die Anleger heutzutage erwerben können. Allein in Deutschland, einem wichtigen Absatzmarkt für Luxemburger Investmentgesellschaften, sind mehr als 32 000 Fonds im Angebot. Ein Konzentrationsprozess sei daher vonnöten, sagen viele. Nur so seien Skaleneffekte zu realisieren, die Kosten für den Anleger zu senken und kritische Kunden auf diese Weise besser als bisher zufrieden zu stellen.**

Ein Patentrezept und damit ein klares Credo für große Einheiten, angesiedelt in Konzernen internationaler Finanzdienstleister, um auch die letzten Synergien zu nutzen?

Die Betrachtung unabhängiger Asset Manager, die auch in volatilen Zeiten konstante Mehr-Werte für ihre Kunden schaffen, lässt Zweifel daran aufkommen. Jeder Insider der Branche kennt die Namen jener Vermögensverwalter aus Frankreich, der Schweiz und Deutschland, die permanent Spitzenplätze der einschlägigen Fondsrangings einnehmen, und sich in Folge dessen über kontinuierliche und im Vergleich zu den großen Playern stattliche Nettomittelzuflüsse freuen. Das mediale Interesse an ihnen ist groß, wengleich erste Kritiker davor warnen, dass mit steigendem Volumen in der Regel auch die internen Prozesse schwerfälliger werden. Genau diese Flexibilität und die Fähigkeit, auf aktuelle Marktentwicklungen frei von jeder Konzernrason zu agieren, sind aber von jeher die Erfolgsgaranten unabhängiger Asset Manager.

Moderne Kunden erwarten allerdings nicht nur einen nachweisbaren Erfolg. Sie verlangen zudem Transparenz von Kosten und Risikokennzahlen. Datenbanken, die jedem Internetnutzer verfügbar sind, leisten dabei wertvolle Dienste. Sie gehören heute zum festen Bestandteil des Auswahlprozesses aufgeklärter Anleger. Auch „Social Communities“ mit ihren verschiedenen Möglichkeiten des Meinungs austauschs soll-

ten in ihrer künftigen Wirkung auf die Investitionsentscheidungen von Privatanlegern nicht unterschätzt werden. Dies gilt umso mehr, je stärker die derzeit junge Generation in das Thema Wertpapierinvestment hineinwächst.

Die klassische Beratung, insbesondere durch Banken, sieht sich demgegenüber in der jüngsten Zeit erheblicher Kritik ausgesetzt. Die Aufmerksamkeit, die der deutschen Stiftung Warentest vor wenigen Wochen widerfuhr, als sie wenig schmeichelhafte Bewertungen für die Anlageberatung verschiedener Kreditinstitute veröffentlichte, war enorm.

Die modernen Informationsgewohnheiten und die veränderten Bedürfnisse der Anleger bedeuten gerade für unabhängig agierende Fondsboutiquen eine große Chance. Wer, wie eine aktuelle Studie von McKinsey empfiehlt, Innovation als Kernelement seiner Unternehmensstrategie begreift, achtet darauf, dass sein Produkt einzigartig und seine Darstellung über gesetzliche Vorgaben hinaus für einen breiten Kundenkreis nachvollziehbar und verständlich ist. Es ist nun einmal eine Tatsache, dass Anleger immer weniger der klassischen Beratung vertrauen, als vielmehr sich selbst ein Bild von der Qualität eines Finanzprodukts machen.

Viele Kunden sind zudem geprägt durch negative Erfahrungen, die sie mit komplexen Produkten in der Finanzkrise gemacht haben. Gewagte Investmentstrategien in komplizierten, teuren Strukturen, oftmals unter großem Vertriebsdruck an den Mann bzw. die Frau gebracht, bedeuteten für zahlreiche Anleger am Ende massive Verluste. „Einfachheit steht wieder hoch im Kurs“, so titelte kürzlich eine internationale Finanzzeitung. Einfach ist dabei keineswegs gleichzusetzen mit simpel. Eine einfach erklärbare, für den Anleger bestens nachvollziehbare und zugleich erfolgreiche Investmentstrategie zu kreieren, erfordert vielmehr ein Höchstmaß an Professionalität und langjährige Erfahrung.

Im Mittelpunkt der aktiven Strategie muss ein strenger Selektionsprozess stehen, der Länder, Branchen, Titel und Gewichtungen mit Augenmaß auswählt. Dies kann auch unter Einbeziehung von ETFs geschehen, die aufgrund ihrer ebenfalls unübersehbaren Vielfalt nicht als Alternative zu einem aktiven Management anzusehen sind, sondern als dessen integraler Bestandteil.

Die Qualität jeder Investmentstrategie zeigt sich in der Matrix von Rendite und Risiko. Gerade bei defensiven Produkten, derzeit besonders gefragt, liegen die Fonds der Boutiquen dabei stets auf den vorderen Plätzen. Im großen Meer der Möglichkeiten zeugt es eben von hoher Expertise, innovativ einfach – oder einfach innovativ zu



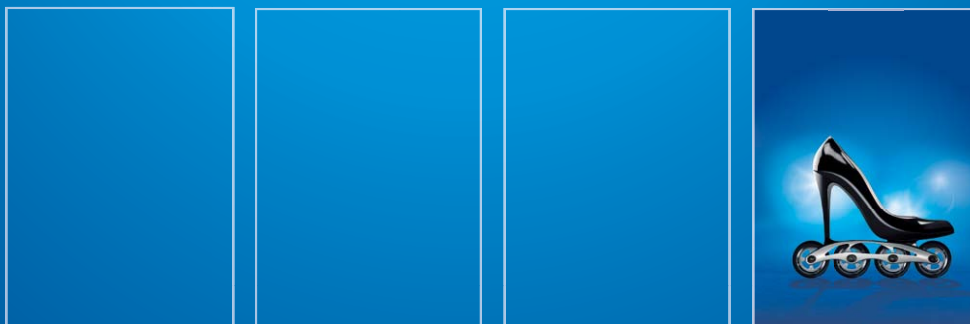
Innovativ einfach sein: Unabhängige Asset Manager bieten beste Voraussetzungen dafür. (FOTO: SHUTTERSTOCK)

sein: Das Wesentliche für den Anleger herauszufiltern und sich allein darauf zu konzentrieren.

Innovativ einfach sein: Unabhängige Asset Manager bieten beste Voraussetzungen dafür. Sie nutzen das Netzwerk professioneller Dienstleister, um die austauschbaren Teile der Wertschöpfungskette darzustellen. Skaleneffekte und Kosteneinsparungen lassen sich somit auch auf diese Weise zu Gunsten der Kunden erzielen. Das Entscheidende und zugleich langfristig Unterscheidbare jedoch verbleibt im eigenen Hause: die Konzentration auf das Wesentliche, den Kunden und seine wirklichen Bedürfnisse.

\* Josef Koppers ist „administrateur-délégué“ bei Quint:Essence Capital S.A.

It's not about doing different things ...



... it's about doing things differently

Your adviser in funds business

AUDIT • TAX • ADVISORY

KPMG



Josef Koppers