Whitepaper



# Modulare Vermögensverwaltung als Ankerprodukt im Filialgeschäft

aixigo
Driving the New Wealth Experience.

# Inhalt


Zusammenfassung ..... 4

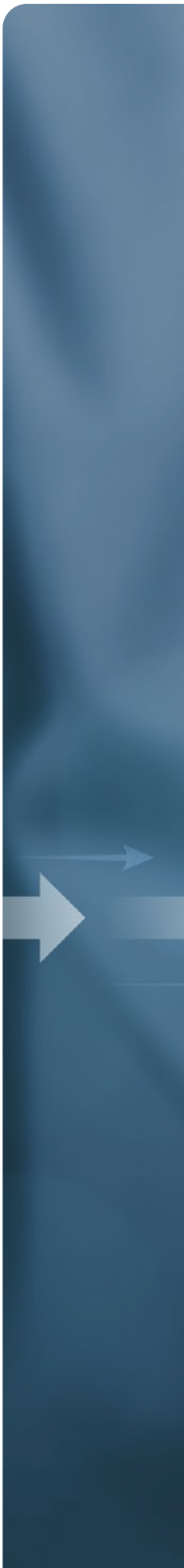
Kapitel 1
Geldanlage in Wertpapiere – Über Disruptoren und neue Dynamik in der Vermögensverwaltung ..... 6

Kapitel 2
Megatrend Hybride Vermögensverwaltung – Das Beste aus zwei Welten ..... 9

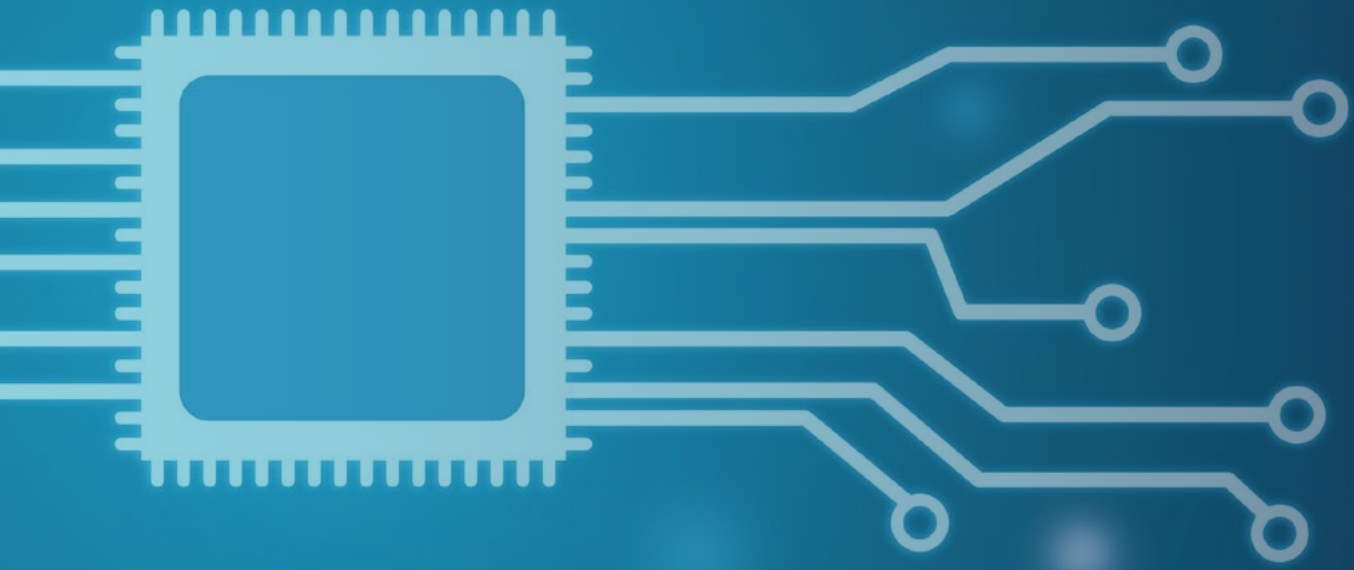
Kapitel 3
Digitale Geldanlage und modulare Vermögensverwaltung: Erfolgsgeschichten ..... 11

- Erfahrungen aus der Praxis der Volksbank Rhein-Ruhr eG ..... 11
- Erfahrungen aus der Praxis der Commerzbank ..... 13
- Erfahrungen aus der Praxis von Vontobel ..... 14
- Erfahrungen aus der Praxis von investify ..... 15

Kapitel 4
Erkenntnisse und Perspektiven für Finanzdienstleister, Banken und Vermögensverwalter ..... 17





## Digitale, modulare Vermögensverwaltung hat das Potenzial, das Ankerprodukt im Investmentgeschäft zu werden!

**bis zu 80%**

aller Kunden einer digitalen Vermögensverwaltung entscheiden sich für themenbasierte Investments. Diese Quote variiert je nach Anbieter zwischen 65–80%.

**100%**

des Vermögensverwaltungsprozesses kann digitalisiert werden, mit der Folge, dass die Grenzkosten pro Kunde gleich null sind.

**5 Mrd.**

Investitionsvolumen verzeichnete die Union Investment mit ihrer digitalen Vermögensverwaltung, die sich innerhalb kurzer Zeit als Angebot für alle Kanäle, ganz besonders aber für die Retail-Filiale etablierte.[1]

[1] https://finanz-szene.de/digital-banking/genos-setzen-5-mrd-duftmarke-mit-robo-advisor-plattform/

# Zusammenfassung

Früher galt: „Eine Geldanlage muss verkauft werden". Doch dann traten neue Akteure in den Markt ein und boten eine rein digital gesteuerte Geldanlage an – die Robo Advisor. Ein neuer Hype war geboren und sowohl auf Kunden- als auch auf Anbieterseite feierte dieses neue Konzept einer Geldanlage erste Erfolge. Kurz darauf wurde Kritik lauter. Die digitalen Lösungen sorgten zwar für Prozesseffizienz, ließen jedoch wenig Raum für ein personalisiertes Angebot, welches ein Kernelement kundenorientierten Investierens ist.

Die Idee, das Beste aus beiden Welten zu verbinden war geboren. Die hybride Vermögensverwaltung entstand als perfekte Kombination aus der maximalen Prozesseffizienz digitaler Lösungen und der persönlichen Komponente des Beraters. Da hier bis zu 100% des Vermögensverwaltungsprozesses digitalisiert werden können, sinken die Grenzkosten pro Kunde im Ergebnis nahezu auf null. Damit erlaubte die digitale Vermögensverwaltung die Erschließung neuer Zielgruppen und demokratisierte somit auch für alle Kundensegmente des Privatkundengeschäfts den Zugriff auf die exklusive Dienstleistung der Vermögensverwaltung.

Etablierte Anbieter erkannten schnell die Vorteile und betraten den Markt mit den ersten eigenen Angeboten einer personalisierten digitalen Vermögensverwaltung.

Zum Beispiel brachte das digitale Vermögensverwaltungskonzept der Union Investment großen Erfolg und so verzeichneten sie innerhalb kürzester Zeit ein Investitionsvolumen von 5 Mrd. Euro.

Einige von ihnen verfolgen hierbei seit jeher ein modulares Konzept, welches beispielsweise neben risikoadjustierten Investments auch themenbasierte Investments erlaubt. Ein Konzept, das funktioniert.



Digitale Vermögensverwaltung auf modularer Basis erlaubt die individuelle Erweiterung des Angebots. Dieses Konzept der digitalen Vermögensverwaltung ermöglicht beispielsweise themenbasierte Investments oder Investitionen in alternative Produkte wie Hedgefonds, Immobilien, Edelmetalle oder Rohstoffe. Weitere Beispiele können dem Kapitel „Digitale Geldanlage und modulare Vermögensverwaltung – Erfolgsgeschichten" entnommen werden.



Vontobel und investify berichten, dass insbesondere das Angebot themenbasierter Investments großen Anklang findet und zwischen 65% und 80% aller Kunden diese Möglichkeit innerhalb ihrer Investitionen nutzen.[2]

Insgesamt bekräftigen die Berichte aus der Praxis der Volksbank Rhein-Ruhr eG, der Vontobel, der investify und der Commerzbank die Vermutung, dass die durch die FinTech-Szene angestoßene Innovation der „Robo Advisor" ihre wahre Durchschlagskraft insbesondere bei den etablierten Anbietern unter Beweis stellt. Die Grundprinzipien der Digitalisierung, die seitens der Fintech Unternehmen erfolgreich entwickelt wurden, sind DER Katalysator der Transformation bei den Arrivierten.

So prognostizierte auch Grand View Research, ein Marktforschungs- und Beratungsunternehmen mit Sitz in Indien und den Vereinigten Staaten, dass die Nachfrage nach hybriden Robo Advisors weiter wachsen wird, da sie die Effizienz und Stabilität von Roboteralgorithmen mit dem menschlichen Faktor eines persönlichen Finanzberaters anreichern. Weiter führen sie an, dass amerikanische Unternehmen wie beispielsweise Voya Financial, hybride Robo Advisory-Plattformen nutzen, um die Berater dabei zu unterstützen, effektiver zu werden und eine bessere Kommunikation mit dem Broker-Dealer zu ermöglichen.[3]

[2] Vontobel berichtet, dass sich rund 2/3 aller Kunden für themenbasierte Investments entscheiden. Bei der investify und ihren Partnern sind es zwischen 65% und 80%.
[3] https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/robo-advisory-market-report

# Kapitel 1 – Geldanlage in Wertpapiere

## Über Disruptoren und neue Dynamik in der Vermögensverwaltung

Früher galt: „Eine Geldanlage muss verkauft werden". Für eine lange Zeit war die „Anlageberatung" der Vertriebskanal für den „Verkauf einer Geldanlage in Wertpapiere". Die letzten Jahre zeigen jedoch deutlich, dass es neben der Anlageberatung weitere chancenreiche Absatzmöglichkeiten für den Verkauf einer Geldanlage in Wertpapiere gibt. Daher werden zum allgemeinen Verständnis zuvor noch einmal die verschiedenen Möglichkeiten einer Geldanlage in Wertpapiere benannt.

Für Privatkunden kann zwischen drei Möglichkeiten der Geldanlage in Wertpapiere differenziert werden:

1. **Ausführungsgeschäft:** Der Kunde identifiziert und entscheidet eigenständig über seine Transaktionen.
2. **Anlageberatung:** Der Kunde nimmt eine Beratung in Anspruch und entscheidet auf Basis dieser Beratung, welche Transaktionen er tätigt.
3. **Finanzportfolioverwaltung:** Der Kunde definiert seinen Anlagewunsch und gibt ein Mandat ab, damit der Finanzportfolioverwalter im Sinne des Kunden Transaktionen erfassen kann.

Insbesondere letztere Möglichkeit nimmt seit einiger Zeit eine völlig neue Rolle im Vertrieb von Geldanlagen in Wertpapiere ein. Aus diesem Grund richtet sich der Fokus dieses Whitepapers auf die dedizierte Betrachtung eben dieser: der Finanzportfolioverwaltung. In der Praxis wird die Finanzportfolioverwaltung meist auch als „Vermögensverwaltung" (auch „VV") oder „diskretionäres Portfoliomanagement" (auch „DPM") bezeichnet. Im Rahmen dieses Whitepapers wird der Begriff der Vermögensverwaltung verwendet.

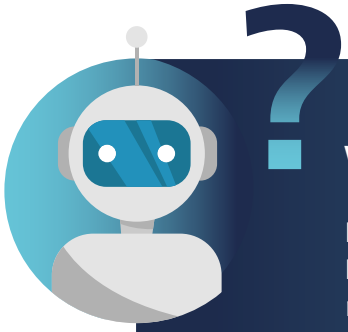
### Warum wird die Vermögensverwaltung im Bereich Geldanlage in Wertpapiere immer relevanter?

Im Jahr 2014 eroberten die ersten Robo Advisor den deutschen Markt.[4] Dies war ein gänzlich neues Produkt, welches in den USA bereits Fuß gefasst hatte und hier zeitweise für einen regelrechten Boom sorgte. Dieses neue Angebot bedeutete, dass die traditionelle Vermögensverwaltung, die Königsdisziplin des Investmentgeschäfts, ins Wanken geriet.

[4] https://www.roboadvisor-portal.com/5-jahre-robo-advisor-wohin-geht-die-reise/

Verantwortlich hierfür waren neue Markt-Akteure – die FinTech-Szene. Diese neue Entwicklung war eine spannende Angelegenheit, denn Jahrzehnte lang war Vermögensverwaltung ausschließlich ein Angebot von Banken oder Vermögensverwaltern an Anleger, die größere Geldbeträge investieren wollten. Die neuen Anbieter durchbrachen diesen Kurs mit dem Angebot ihrer Robo Advisor.

In Deutschland zählte beispielsweise Quirion zu den ersten Anbietern für Robo Advisor. In den folgenden 2 Jahren erweiterten Anbieter wie Scalable Capital, LIQID und Whitebox das Angebot. Im Jahr 2021 waren es bereits über 45 Anbieter für digitale Geldanlage.[5] Auch investify zählte zu den Anbietern der ersten Stunde. Auf Teile ihres Erfolgsgeheimnisses wird in Kapitel 3.4 eingegangen.



## Was ist ein Robo Advisor?

Der Begriff besteht aus zwei Teilen: **„Robo"** (für Robotik) und **„Advisor"** (Berater). Robo umschreibt einen automatisierten Prozess, der ohne Einfluss eines Menschen mathematische Algorithmen zur Unterstützung von Investitionsentscheidungen nutzt. **„Advisor"** steht für Vermögensverwaltungsdienstleistungen und in diesem Fall für eine automatisierte Vermögensverwaltung mittels mobiler oder Online-Kanäle. Zusammengefasst ist ein Online-Vermögensverwaltungsangebot gemeint, welches die Kundenberatung und die Investition des Kundenvermögens automatisiert. Robo Advisor verfolgen den Zweck, die Selbstverwaltung der Finanzen zu fördern. Dabei stellen sie notwendige Informationen so bereit, dass kein tiefes Finanzwissen benötigt wird. Robo Advisor übersetzen die Eingaben der Kunden in eine Anlagelogik, wie z. B. Risikobereitschaft oder Liquiditätsfaktoren. Sie schlagen dann geeignete Anlagemöglichkeiten vor, die weit über die Hervorhebung einer Handvoll börsengehandelter Fonds aus Tausenden Optionen hinausgehen. Die meisten Robo Advisor zielen darauf ab, ihren Kunden verwaltete ETF-Portfolios auf der Grundlage ihrer individuellen Präferenzen zuzuweisen.[6]

Etwas, was alle angebotenen Robo Advisor vereinte, war ein hoher Automatisierungsgrad und eine Customer Experience, die wenig bis gar kein Finanzwissen voraussetzte. Bei diesen Angeboten war die menschliche Komponente, der Berater, nachrangig bzw. nicht Gegenstand des Angebots.

Dennoch war das Interesse an diesen Angeboten zunächst hoch. Was machten die Robo Advisor anders oder vielleicht sogar besser als die traditionelle Vermögensverwaltung?

[5] https://www.roboadvisor-portal.com/5-jahre-robo-advisor-wohin-geht-die-reise/
[6] https://www2.deloitte.com/de/de/pages/financial-services/articles/the-expansion-of-robo-advisory-in-wealth-management.html

Traditionelle Vermögensverwaltung war für Jahrzehnte dank hoher Margen so ertragreich, dass wenig Druck zur Prozessoptimierung bestand. Es gab keine Konkurrenz für diese exklusive Dienstleistung, welche die Charakteristik einer „Manufaktur" besaß. Die „handgefertigten" Dienstleistungen waren sehr exklusiv und wurden genau aus diesem Grund sehr geschätzt.

Die FinTech-Szene setzte an dieser „Schwachstelle", der mangelnden Skalierfähigkeit, an und verfolgte das Ziel, die Prozesse nahezu vollständig zu automatisieren. Neben der Prozessautomatisierung wurde außerdem viel Wert auf die Customer Experience gelegt.

Mit ihrer Botschaft „Wir demokratisieren die Geldanlage, indem wir Banken/Vermögensverwalter überflüssig machen", gewannen diese „Disruptoren" schnell Investoren. Der hohe Automatisierungsgrad erlaubte den FinTech-Unternehmen mit geringen Anlagebeträgen ein Angebot für den Massenmarkt aufzubauen. Die Grenzkosten pro Kunde, selbst bei geringen Investitionsvolumen, waren gering.

Es offenbarte sich ein riesiges Marktpotential.

Mit und mit wurde aber auch Kritik lauter. Zu wenig Individualität, zu wenig Qualität, insbesondere bei hohen Investitionsvolumina oder einer steigenden Depotanzahl. Der Grund hierfür lag bei einem Großteil der Anbieter darin, dass die Allokation ausschließlich auf ETF Basis erfolgte. Dieses Konzept umging die Herausforderungen anspruchsvoller Anlagestrategien, die z. B. Einzeltitel beinhalten.

Die Kritik an den Robo Advisors nahm zu. Der fehlende Mehrwert und die Qualität entsprachen nicht dem Anspruch an ein exklusives Angebot. Die menschliche Komponente, der Einfluss des Beraters, fehlte ebenfalls.

Diese Kritik führte zu einer Weiterentwicklung des Konzepts. Die Wertschöpfung rückte in den Fokus. **Das jetzt verfolgte Ziel lautete: Das Beste aus beiden Welten verbinden!**



# Kapitel 2 – Megatrend Hybride Vermögensverwaltung

## Das Beste aus zwei Welten

Etwas, das Websites, Apps, soziale Netzwerke und auch das Metaverse nicht ansatzweise „persönlich" nachbilden können, ist der direkte Kontakt von Mensch zu Mensch. Dieser zwischenmenschliche Kontakt besteht aus zahlreichen Facetten wie Empathie, Sympathie, persönlicher Erfahrung, etc., welche „Computer" allein nicht abbilden können. Kurzum, in zwischenmenschlicher Interaktion entsteht Vertrauen, welches schon immer ein großer Erfolgsfaktor im Vertrieb ist.

**Werden die Vorteile der Digitalisierung mit den Stärken der persönlichen Komponente, dem Berater, kombiniert, entsteht hybride Vermögensverwaltung.** Ein Konzept, welches auch beim Kunden auf Anklang stößt. Das belegen zum Beispiel Daten aus den USA, wo das Konzept der hybriden Beratung ein großes Wachstum erfährt (s. Abbildung 1).

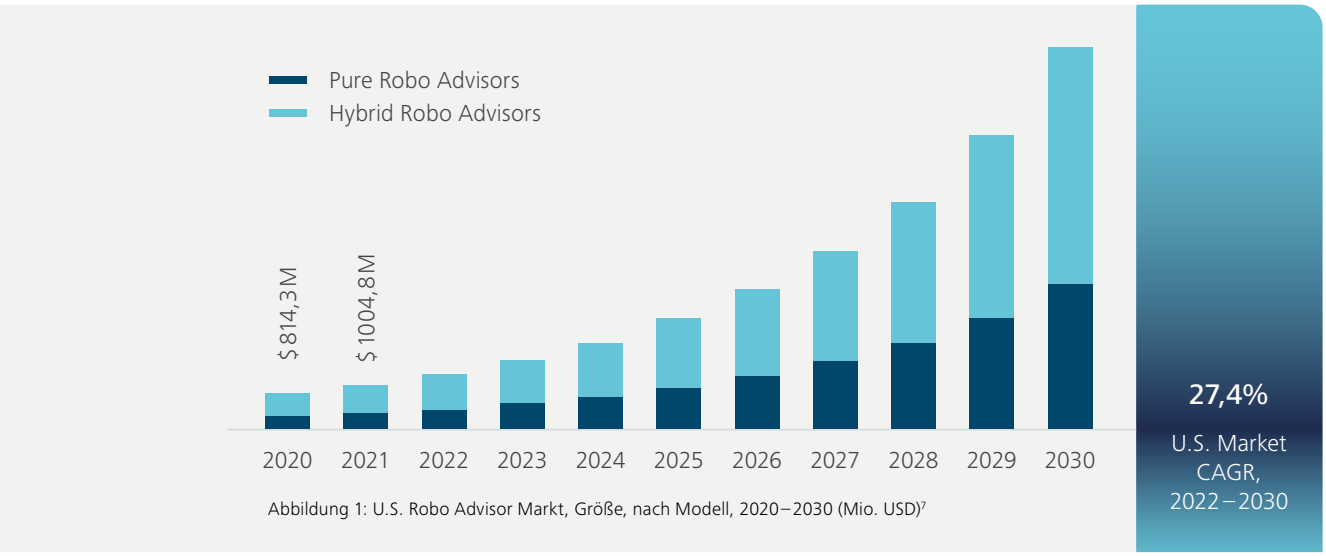



Abbildung 1: U.S. Robo Advisor Markt, Größe, nach Modell, 2020–2030 (Mio. USD)[7]

Grand View Research prognostiziert, dass die Nachfrage nach hybriden Robo Advisors weiter wachsen wird, da sie die Effizienz und Stabilität von Roboteralgorithmen mit dem menschlichen Faktor eines persönlichen Finanzberaters anreichern. Weiter führen sie an, dass amerikanische Unternehmen wie beispielsweise Voya Financial, hybride Robo Advisory-Plattformen nutzen, um die Berater dabei zu unterstützen, effektiver zu werden und eine bessere Kommunikation mit dem Broker-Dealer zu ermöglichen.[7]

[7] Quelle: https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/robo-advisory-market-report

Wieso vertrauen Kunden derartigen Konzepten und schließen Vermögensverwaltungsverträge? Die Antwort ist einfach – weil das Angebot stimmt.

Denn viele Kunden wissen, dass sie investieren möchten und kennen ihre Ziele. Woran es zumeist scheitert, ist die Frage nach dem „Wie?". Wie kann ich mein Geld heute und in Zukunft investieren? Wie finde ich die richtigen Investmentprodukte für mich?

Eine schwierige Frage, insbesondere da eine Geldanlage in Wertpapiere von zahlreichen Herausforderungen geprägt ist und bei vielen Anlegern für große Unsicherheiten sorgt. Mit dieser Thematik der Entscheidungsfindung von Anlegern befasst sich bereits seit vielen Jahren die Behavioral Finance.



Die Behavioral Finance ist ein Zweig der Kapitalmarktanalyse, welche das Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Psychologie untersucht.[8] Der Ursprung der Behavioral Finance geht bis ins Jahr 1742 zurück. Georg Chr. Lichtenberg beschrieb damals die klassische Situation einer Entscheidung unter Unsicherheit – auch als Ambiguität bezeichnet.

Die meisten Entscheidungen im Leben haben ungewisse Konsequenzen. Entscheidungen wie in einen Investmentfonds zu investieren oder eine Versicherung abzuschließen, müssen getroffen werden, ohne im Voraus zu wissen, ob sich der Fonds besser als der Markt entwickeln wird oder die Versicherung beansprucht werden muss. In manchen Fällen kann der Entscheider die Wahrscheinlichkeiten für die möglichen Ergebnisse selbst einschätzen, in vielen aber auch nicht.[9] Die Ambiguitätsaversion beschreibt in diesem Kontext die Tendenz, das Bekannte dem Unbekannten vorzuziehen, also auch bekannte gegenüber unbekannten Risiken.[10] Die Ambiguitätsaversion führt dazu, dass Menschen Situationen mit Unsicherheit meiden, da sie diese als unangenehm empfinden. Im Zweifelsfall bewirkt dies Passivität und ein Festhalten am Status quo.[11]

Vor der Digitalisierung und den ersten Robo Advisors fehlte es an einem effizienten und skalierbaren Angebot, welches den Kunden Unsicherheit nimmt und sie bei der Entscheidungsfindung unterstützt. Dank hybrider Vermögensverwaltung können Anbieter nun eine Dienstleistung anbieten, die dieses Problem löst. Wie das gelingen kann, wird in Kapitel 3 anhand einiger Beispiele aus der Praxis deutlich.

[8] Goldberg, J. & von Nitzsch, R. (2004): Behavioral Finance, FinanzBuch Verlag
[9] Fox, C.R. & Weber, M. (2002): Ambiguity Aversion, Comparative Ignorance, and Decision Context, in: Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol. 88, No. 1, S. 476–498
[10] SEllsberg, D. (1961): Risk, Ambiguity, and the Savage Axioms, in: The Quarterly Journal of Economics, Vol. 75, No. 4, S. 643–669
[11] Easley, D. & O'Hara, M. (2009): Ambiguity and Nonparticipation: The Role of Regulation, in: Review of Financial Studies, Vol. 22, No. 5, S. 1817-1843

# Kapitel 3 – Digitale Geldanlage und modulare Vermögensverwaltung: Erfolgsgeschichten

## Erfahrungen aus der Praxis der Volksbank Rhein-Ruhr eG

Der nachfolgende Abschnitt schildert die Erfahrungen der Union Investment, Investmentgesellschaft der DZ Bank und Teil der genossenschaftlichen FinanzGruppe, aus Sicht der Volksbank Rhein-Ruhr eG.

**Die Union Investment hat mit der eigenen digitalen Vermögensverwaltung großen Erfolg und positioniert sich mit über 5 Mrd. AuM im Privatkundengeschäft erfolgreich im Markt.**

Wie ist ihnen das gelungen? Darauf liefert **Roman Wesolowski**, Vertriebsdirektor bei der Volksbank Rhein-Ruhr eG, eine einfache und vielschichtige Antwort:

> Wir haben daran geglaubt, dass die Vermögensverwaltung für viele unserer Kunden und unsere Bank richtig ist. Und haben dann unsere Berater:innen dabei unterstützt, das Produkt zu akzeptieren und bestmöglich zu beraten.



**Roman Wesolowski**
Vertriebsdirektor Volksbank Rhein-Ruhr eG



**Was ist damit gemeint?**

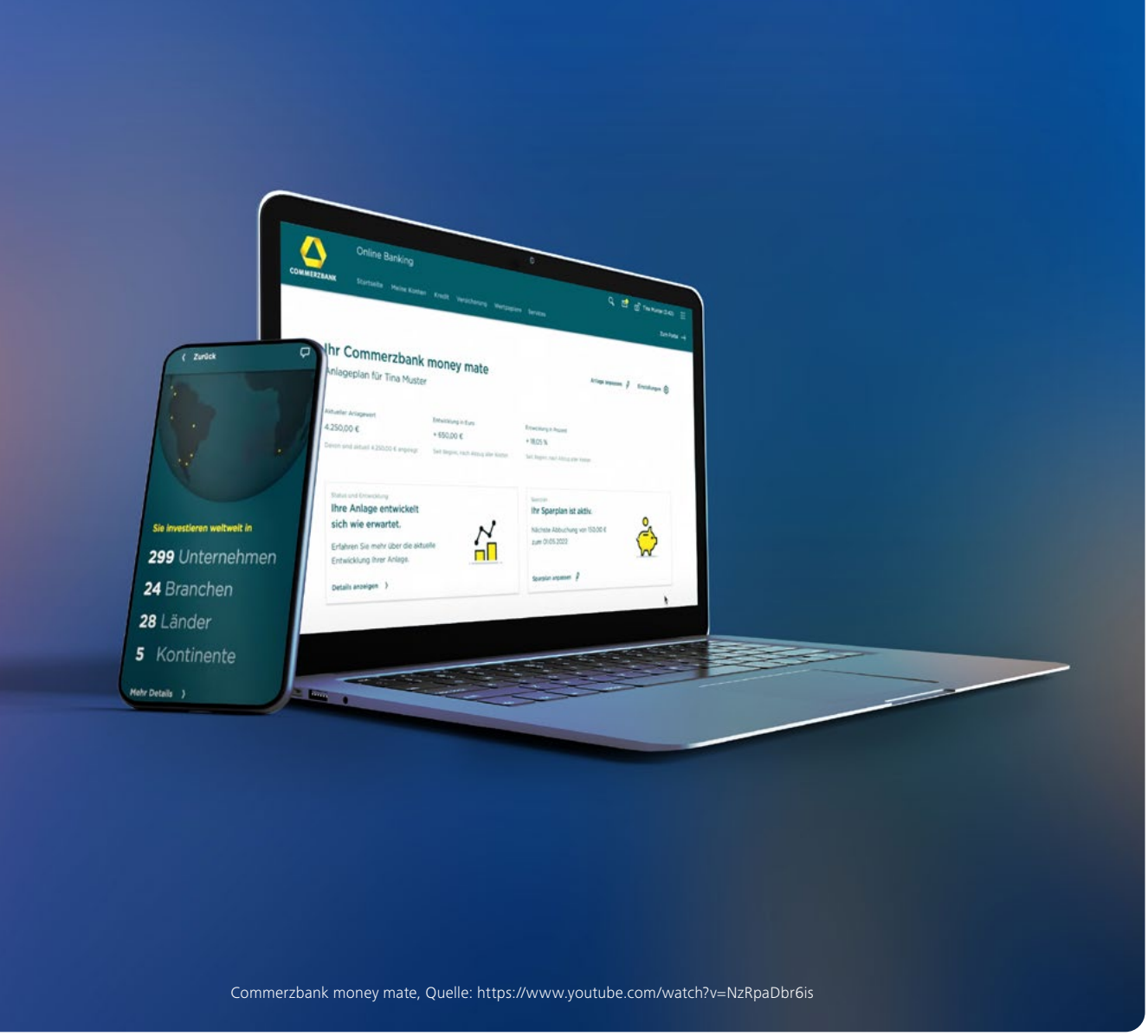
Die Volksbank Rhein-Ruhr eG setzt auf einen digitalen Beratungsprozess, der anschaulich die Prozessschritte Risikoprofilierung, Strategieauswahl, Erläuterung der Strategie und Abschluss unterstützt. In der Praxis erfreut sich dieser Prozess auf Kunden- und Beraterseite hoher Beliebtheit.

Im Rahmen der digitalen Vermögensverwaltung der Union Investment konnte die Volksbank Rhein-Ruhr bei den beratenen Kunden darüber hinaus die Annahme bestätigen, dass Kunden nicht jedes einzelne Finanzprodukt diskutieren möchten. Vielmehr möchten sie sehr gerne mittels eines Vermögensverwaltungsmandates die Verantwortung abgeben. Besonders die Feststellung, dass nun eine Dienstleistung, die bislang ausschließlich sehr vermögenden Kunden vorbehalten war, für nahezu jeden Anleger verfügbar ist, begeistert die Kunden.

Und da dem Kunden ein Großteil an Entscheidungen abgenommen wird, verbleiben auch nur wenige Entscheidungshemmnisse, sprich, wenig Raum für Ambiguitätsaversion. Ein gutes Gefühl beim Abschluss und ein gutes Erlebnis auf dem Weg dorthin sind die besten Grundlagen für eine positive Kundenerfahrung.

Die zuvor beschriebenen Aspekte fasst Herr Wesolowski wie folgt zusammenfassen: **„Prozess schlägt Produkt"**.

Die neuen Vermögensverwaltungsprodukte der Union Investment basieren auf der Idee für VisualVest. Ein Angebot, welches ursprünglich als Robo Advisor geplant war und heute die Plattform eines segment- und kanalübergreifenden Angebots für die Vertriebspartner der Union Investment ist. Hierzu zählen die genossenschaftlichen Banken des Bundesverbands der Volks- und Raiffeisenbanken, die Sparda-Banken und PSD Banken.




Commerzbank money mate, Quelle: https://www.youtube.com/watch?v=NzRpaDbr6is

# Erfahrungen aus der Praxis der Commerzbank

Erst 2022 lancierte die Commerzbank das Angebot „money mate“.

Mit money mate wird Kunden eine digitale Geldanlage angeboten, die keinerlei Vorwissen erfordert. Kunden können ab 1 Euro investieren und die Entwicklungen ihres Vermögens über ein Dashboard im Online Banking verfolgen. Hier fassen Experten alle für den Kunden relevanten Informationen kompakt zusammen. money mate ermöglicht transparente Einblicke in die Entwicklung des Portfolios und liefert Hintergrundwissen zu getätigten Investitionen. Bei Fragen stehen Berater zur Verfügung.

Mit diesem Angebot setzt die Commerzbank auf eine effiziente Beratung und kombiniert diese mit einer beeindruckenden Experience für Kunden. Im Video wird deutlich, welche Mehrwerte money mate für Kunden generiert.

Besonders an money mate ist das Fundament dieser Lösung: Die Dienstleistung basiert auf dem Wissen und Research des weltweit größten aktiven Asset Managers – Allianz Global Investors. Somit fundiert dieses digitale Angebot auf der bestmöglichen Expertise.

# Erfahrungen aus der Praxis von Vontobel

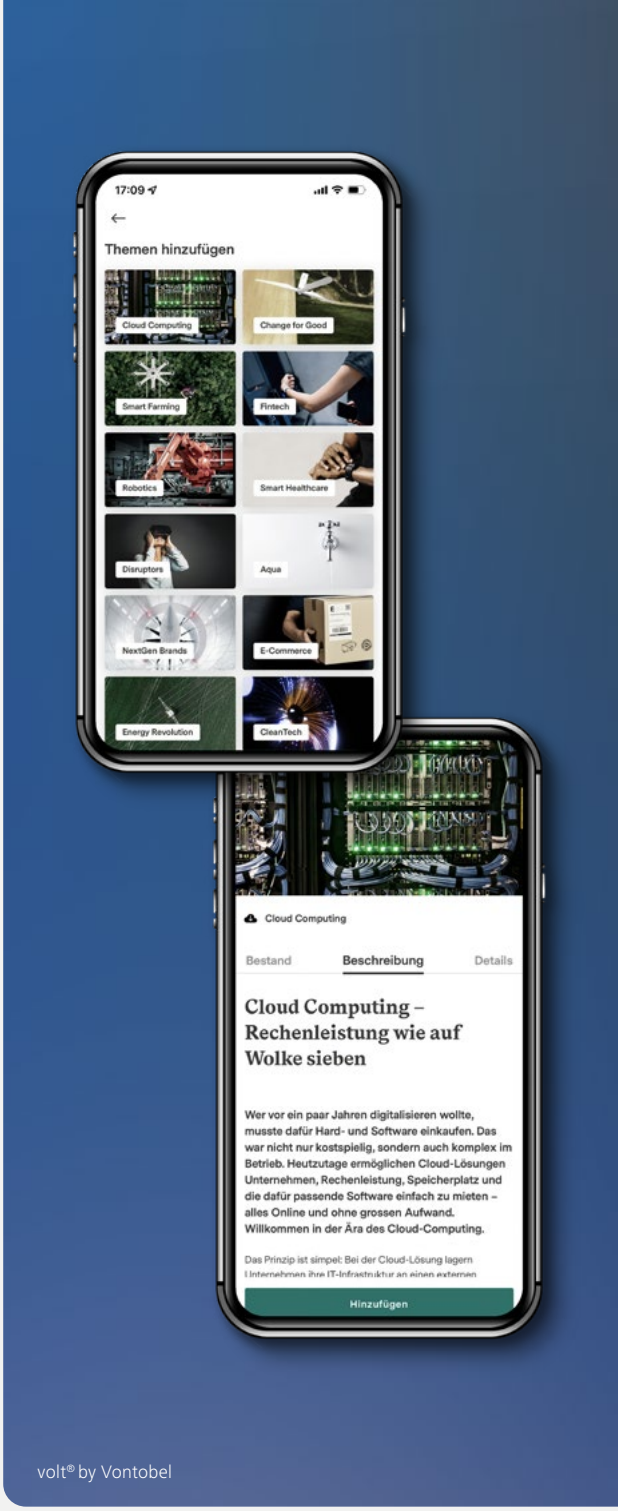
Pioniergeist zeigt auch Vontobel. Sie offerieren mit volt® by Vontobel die erste aktive, digitale Vermögensverwaltung in der Schweiz. Mit volt® können Kunden ihr Portfolio nach ihren Wünschen gestalten und von der Expertise von über 300 Investmentexperten und über 90 Jahren Anlageexpertise profitieren.

Ein besonderes Merkmal der ersten aktiven digitalen Vermögensverwaltung der Vontobel ist ihr modularer Ansatz. Beispielsweise können Kunden neben der risikobasierten Anlagestrategie auch festlegen, in welche Themenbereiche sie investieren möchten. Entsprechend ihrer Wahl erhalten Kunden im Anschluss Zugriff auf themenbasierten, kuratierten Content.

Warum ist dies so wertvoll? In Kapitel 2 dieses Whitepapers haben wir verdeutlicht, welche Hürden entstehen können, wenn sich Kunden bei ihren Entscheidungen unsicher fühlen. Vontobel löst dieses Problem durch die offensive Kommunikation der Wertentwicklung des Portfolios sowie Erläuterungen zu den Entscheidungen des Portfoliomanagers. Durch die themenbasierten Investments hat der Kunde außerdem einen persönlichen Bezug zu seinem Portfolio.

**Die Annahme, dass Kunden diese Individualisierungsmöglichkeiten wichtig sind, bestätigt auch das tatsächliche Nutzerverhalten innerhalb von volt®. Denn 2/3 der Kunden investieren themenbasiert. Hierbei wählen sie im Durchschnitt 3 Themen aus.**

Auf diese Weise wird die ehemalig nüchterne Geldanlage zu etwas Persönlichem. Etwas, das der Kunde nachvollziehen, mitgestalten, erleben und verstehen kann.



volt® by Vontobel

## Welche Erkenntnisse können bereits aus dem Nutzerverhalten gewonnen werden?

Darüber berichtet Fabian Freitag, Head of Product, Digital Investing bei Vontobel. Er bezeichnet volt® by Vontobel als „digitales Wealth Management made by Swiss Private Banking".

Freitag hebt hervor, dass das Konzept von Anfang an besonders war, da es nicht nur auf einen Core-Satellite Approach setzt, sondern anders als andere Angebote dieser Art auch die detaillierte Allokation innerhalb themenbasierter Investment abbildet. Dies erlaubt ein Kundenerlebnis, welches genau dem Anspruch des erfolgreichen und aktiven Vermögensverwalters entspricht.

Er berichtet, dass dieses einzigartige Kundenerlebnis von den Kunden sehr geschätzt wird. Zielgruppe des Angebots seien nach Fabian Freitag sowohl Delegatoren als auch Validatoren. Kunden können daher innerhalb des volt® Angebots selber entscheiden, wie viel Einfluss sie nehmen möchten. Der modulare Ansatz der Lösung, welcher Kunden themenbasierte Investments, intern als „Convictions" bezeichnet, ermöglicht, geht noch einen Schritt weiter. So besteht die Möglichkeit, in alternative Produkte zu investieren, wie beispielsweise Hedgefonds, Immobilien, Edelmetalle oder Rohstoffe.

Dieses Angebot ist noch jung, stieß aber bereits in den ersten Monaten auf positive Resonanz der Kunden.

Neben dem Angebot für Endkunden (B2C) hat Vontobel auch ein Angebot für dritte Parteien, wie beispielsweise andere Banken, Finanzdienstleister oder Asset Manager (B2B2C) etabliert. Auch dieses Angebot erfreut sich hoher Beliebtheit, da diese Parteien ebenfalls vom Erfolg dieses Konzeptes profitieren.

# Erfahrungen aus der Praxis von investify

Die nachfolgenden Informationen basieren auf einem Gespräch mit investify Geschäftsführer Harald Brock. Er berichtet über die Gründe für die Einführung themenbasierter Investments in der digitalen Vermögensverwaltung, die Umsetzung sowie gewonnene Erkenntnisse aus dem Nutzerverhalten von investify Kunden und Kunden der investify Partner.

investify ist heute für mehr als 20 Unternehmen die Lösung für digitale Vermögensverwaltung. Diese agieren entweder als Vermittler oder Partner der investify White-Label-Lösung. Etwa 50% der Partner setzen auf Core-Satellite Strategien. Dies meint einen Portfoliomanagement-Ansatz, bei dem ein breit diversifiziertes Kernportfolio (Core) durch spezifischere Einzelinvestitionen (Satellites) angereichert wird.[12] Innerhalb der Lösung von investify ist das „Core"-Investment risikoadjustiert. Die „Satellite"-Investments setzen sich aus kuratierten Themen zusammen.

Die Risikosteuerung beginnt mit 5 oder 7 Risikoklassen, die der Kunde unkompliziert in der App über einen geführten Prozess definieren kann. Kunden schätzen hierbei insbesondere die Einfachheit. Im Anschluss an die Definition des risikoadjustierten Portfolios kann der Kunde zusätzlich aus einem Katalog mit über zwanzig Themen seine Favoriten auswählen. So kann er die Präferenzen seines Mandats einfach erweitern.

Harald Brock betont als eine weitere Besonderheit, dass sowohl investify als auch die meisten Partner die angebotenen Themen selbst entwickeln.

[12] https://blog.bevestor.de/core-satellite-strategie/?sourceId=2349-2349-2583&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=bevestor+-Search_dsa&utm_content=bevestor_dsa&utm_term=DSA&utm_media=bevestor+Search_dsa&gclid=CjwKCAiApvebBhAvEiwAe7mHSKHrpjVTDopUitoFHj7ajFeeMNmg9VfBy1UgMNqFSWgMKsHxHE9BcBoCmIcQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds

**Welche Erkenntnisse können aus dem Nutzerverhalten gewonnen werden?**

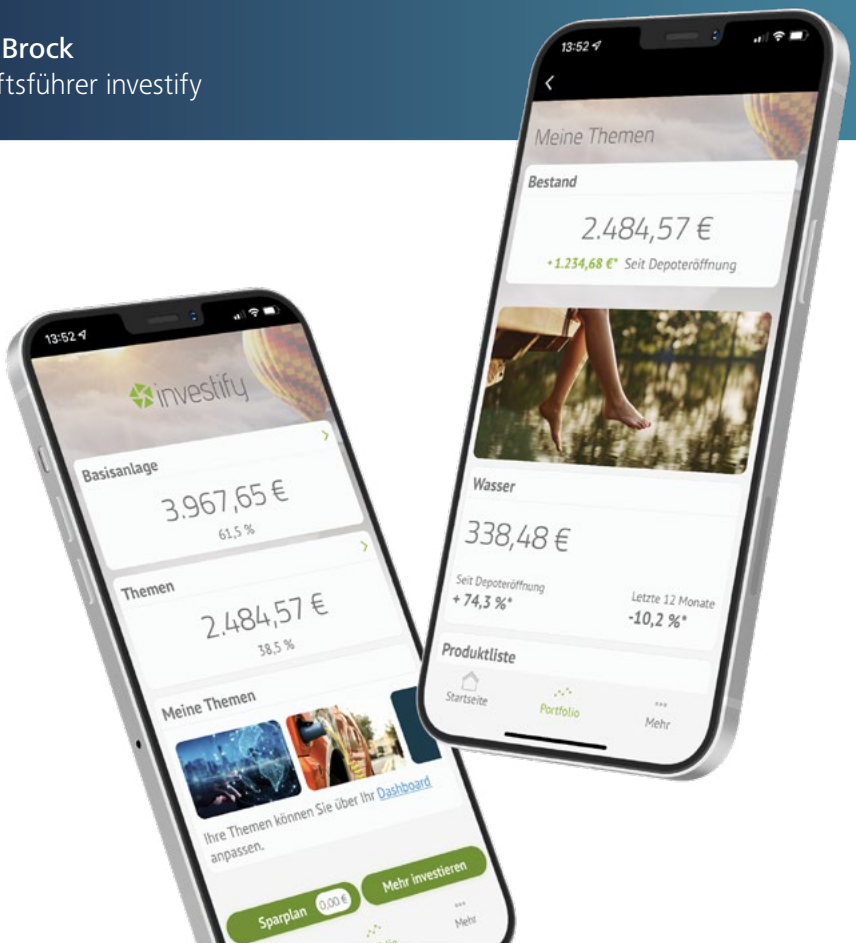
Herr Brock berichtet, dass etwa 65 – 80% der Portfolios eine Themenwahl beinhalten. Sowohl im Angebot der investify als auch ihrer Partner. Das bedeutet, dass mehr als zwei Drittel der Kunden ihr Portfolio um thematische Investments ergänzen. Die Anzahl der Themen liegt je nach Partner zwischen 4 und 7. Harald Brock betont, dass sich das Interesse an themenbasierten Investments stark im allgemeinen Nutzerverhalten widerspiegelt. Zwar können übergreifend keine Lieblingsthemen identifiziert werden, es zeigt aber je nach Anbieter erhöhtes Interesse an gewissen thematischen Schwerpunkten. Bei den direkten Endkunden der investify seien das beispielsweise Technologie- und Wachstumsthemen.

Im Gesamten zeigt sich, dass dieses ausgeklügelte Konzept der investify eine personalisierte Geldanlage auf höchstem Niveau bietet. Harald Brock fügt hinzu:



> Eine Geldanlage muss persönlich sein und wenn ich mir meine Küche nach meinem Bedarf zusammenstelle, dann will ich das auch für mein Geld. Diese These unterstützen dabei eine Reihe von Studien, wie z. B. der Digital Pulse Check der zeb.

**Harald Brock**
Geschäftsführer investify



# Erkenntnisse und Perspektiven für Finanzdienstleister, Banken und Vermögensverwalter

Die zuvor geschilderten Erfahrungen bekräftigen die Vermutung, dass die durch die FinTech-Szene angestoßene Innovation der „Robo Advisor" ihre wahre Durchschlagskraft besonders bei den etablierten Anbietern unter Beweis stellt. Die Grundprinzipien der Digitalisierung, die durch FinTech-Unternehmen erfolgreich entwickelt wurden, sind DER Katalysator der Transformation bei den Arrivierten.

Zusammenfassend lässt sich folgende Erkenntnis gewinnen – das Konzept einer digitalen, insbesondere einer modularen Vermögensverwaltung ist vielversprechend. Was sind hierbei die entscheidenden Faktoren?



**1.** Vermögensverwaltung wird seit Jahrzehnten von Kunden in Anspruch genommen. Bislang war der „Nutzerkreis" jedoch begrenzt. Digitale Vermögensverwaltung bricht diese Grenze auf und gewährt einem großen Kundensegment erstmalig Zugang zur exklusivsten Finanzdienstleistung. So wird Vermögensverwaltung skalierbar.



**2.** Kunden, die ihre Ziele kennen, werden begeistert sein, wenn sie sich „nur" um die Definition ihrer persönlichen Ziele sorgen müssen und der Berater das „Wie" übernimmt. Das „Wie" wird zudem auf Basis der besten Expertise renommierter Finanzinstitute in höchster Qualität umgesetzt.



**3.** Finanzinstitute können das Angebot entsprechend der eigenen Strategie, Wertvorstellungen und Vision gestalten.



**4.** Durch modulare Ansätze der digitalen Vermögensverwaltung ergeben sich kontinuierlich neue Interaktions- oder Kontaktmöglichkeiten mit dem Kunden. Ein personalisiertes Angebot mit bester Prozesseffizienz wird möglich.



**5.** Dynamische Parameter der Geldanlage (wie bspw. individuelle Risiken pro Themenwahl) werden automatisiert berücksichtigt und produzieren keine Mehraufwände.

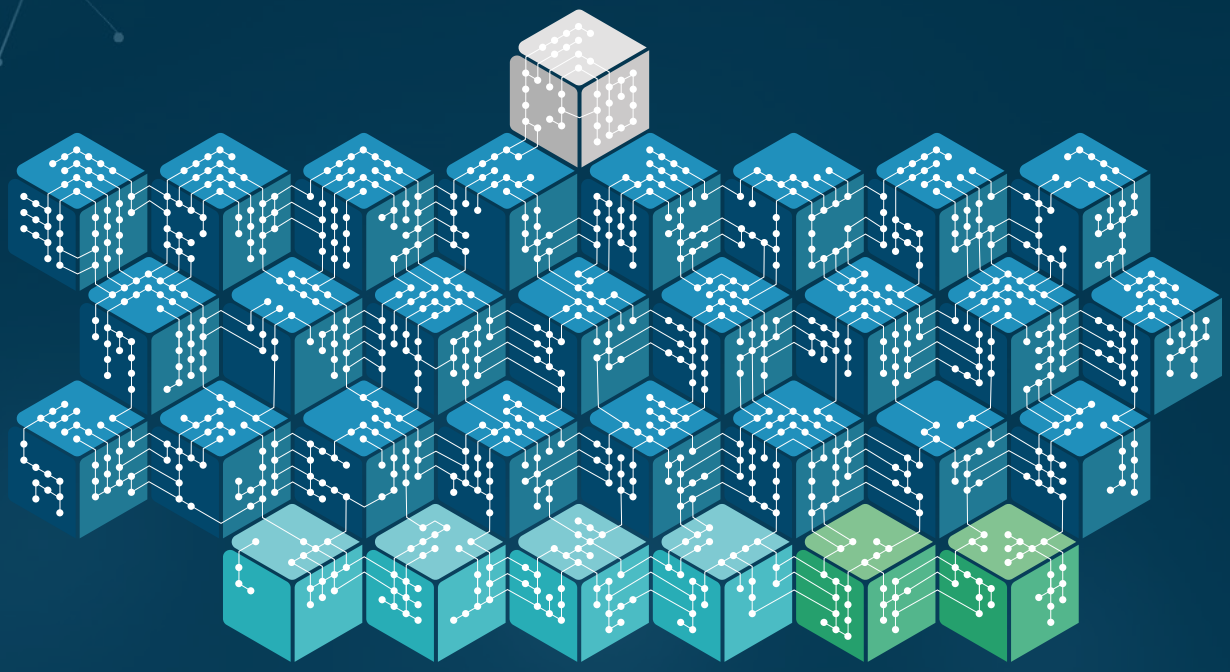


**6.** Die modulare Vermögensverwaltung ist eine Dienstleistung und keine Wertpapierberatung und bietet demzufolge insgesamt einige Chancen zur Reduzierung der Komplexität und zur Optimierung der Erlösstrukturen.



Abschließend können die gewonnenen Erkenntnisse wie folgt auf den Punkt gebracht werden: **Digitale, modulare Vermögensverwaltung hat das Potenzial, das Ankerprodukt im Investmentgeschäft zu werden!**

aixigo
Driving the New Wealth Experience.



Die Lösungen von Vontobel und investify basieren auf der aixigo:BLOXX Wealth Management Platform. Diese weltweit schnellste API-basierte Plattform bietet Finanzdienstleistern und Vermögensverwaltern die Möglichkeit, ihre eigenen Services individuell, innovativ und profitabel zu gestalten. International profitieren bereits zahlreiche Kunden, darunter die Bank Vontobel, BNP Paribas, Commerzbank, Targo Bank und Hargreaves Lansdown, vom Angebot der aixigo AG.

**Mario Alves**
Director Strategic Accounts aixigo AG
LinkedIn Account Mario Alves
mario.alves@aixigo.com

