

Abgeltungssteuer – Vertriebschancen vor und nach dem Stichtag



Kaum ist das Jahr 2008 in Schwung gekommen, scheint sein Ende und damit das Inkrafttreten der Abgeltungssteuer zum 1. Januar 2009 allgegenwärtig. Doch was bedeutet die Neuregelung für den Vertrieb von Anlageprodukten im laufenden Jahr und darüber hinaus? Welche Argumente lassen sich im Kundengespräch nutzen und wie sollte eine anlassbezogene Marketingkampagne aufgebaut sein?

Deutsche Bank: „Aufwand nicht unterschätzen“

Mit der Einführung der Abgeltungssteuer kommt einmal mehr neuer Verwaltungsaufwand auf die Kreditinstitute zu. Neben der Schulung der Mitarbeiter in Steuerfragen verweist die Deutsche Bank vor allem auf die Herausforderungen für die IT. Vor allem unterschiedliche Vorgehensweisen durch den Bestandsschutz für vor dem Stichtag getätigte Anlagen machen die internen Prozesse kompliziert – nicht zuletzt dann, wenn der Kunde Mehrfachbankverbindungen hat. Ulrich Stephan warnt deshalb davor, die zu lösenden Aufgaben zu unterschätzen. Red.

Von Ulrich Stephan ■ Ein großer Einschnitt für die Kapitalbesteuerung in Deutschland steht vor der Tür: Ab dem 1. Januar 2009 unterliegen alle privaten Einkünfte aus Kapitalvermögen einem einheitlichen Abgeltungssteuersatz von 25 Pro-

zent, plus Solidaritätszuschlag und gegebenenfalls Kirchensteuer.

Doch dieser Einschnitt ist der Mehrzahl der Privatanleger noch nicht bewusst. Gespräche mit Beratern zeigen, dass weniger als die Hälfte aller Kunden überhaupt von der Abgeltungssteuer gehört hat, ausreichend informiert sind noch deutlich weniger. Dabei ist jedoch fast jeder Bankkunde von der Neuregelung betroffen, selbst wenn er keine Wertpapiergeschäfte tätigt. Denn alle Kapitaleinkünfte unterliegen der Abgeltungssteuer, also auch Zinserträge aus Bausparverträgen, Sparplänen oder dem klassischen Sparbuch.

Steuer-Weiterbildung für die Berater

Klar ist: Finanzinstitute müssen ihre Berater frühzeitig über die neue Gesetzesänderung und die damit verbundenen neuen internen Prozesse aufklären. Die dazu not-

wendigen Schulungen, die sich über das ganze Jahr hinweg erstrecken, müssen sie sorgfältig planen.

Die Berater werden neben den Informationen über die grundsätzlichen Neuerungen auch viel Detailwissen benötigen. Schon die Regelungen zur Spekulationsfrist zeigen als Beispiel, wie umfangreich das nötige Wissen ist: Vor 2009 gekaufte Aktien oder Fonds sind nach einem Jahr Haltefrist steuerfrei, vorher ist auf Kapitalgewinne der persönliche Steuersatz fällig. Für später gekaufte Anlagen gilt der neue, pauschale Satz.

Kein Einstieg in die Steuerberatung

Jedoch gilt zum Beispiel für Zertifikate ein stark beschnittener Bestandsschutz, und Investitionen im Versicherungsmantel werden – bei einer Mindestlaufzeit von zwölf Jahren – wie bisher zum halben persönlichen Steuersatz abgerechnet, sofern der Versicherungsnehmer bei Auszahlungsbeginn älter als 60 Jahre ist. Lebensversicherungen allerdings, die vor Ende der 12-jährigen Laufzeit aufgelöst werden, bleiben steuerpflichtig.

Auch die interne Verrechnung der Abgeltungssteuer spielt eine Rolle: Der Zeitpunkt, zu dem die Steuer abgeführt wird, ist beispielsweise sehr wichtig für den Zinseszins-Effekt – und je nach Anlageklasse sehr unterschiedlich.

Trotz Steuer-Weiterbildung muss aber weiterhin der Grundsatz gelten: Bankberater sind auf Anlagelösungen spezialisiert, nicht auf Steuern. Und Steuerberatung gehört auch in Zukunft nicht zu den Aufgaben einer Bank. Die Bank ist und bleibt der Begleiter des Kunden in finanziellen Angelegenheiten. Sie unterstützt ihn dabei, seine Geldanlagen und Versicherungen passend zur Lebensphase auf seine persönlichen Bedürfnisse auszurichten und die bestmögliche Rendite zum gewünschten Risiko zu erzielen. Steuerwissen muss geschult werden, darf jedoch nicht die eigentliche Anlageentscheidung überschatten.

Interne Prozesse anpassen

Eine weitere große Herausforderung für die Banken ist die Anpassung von internen Prozessen: Ein Großteil der Produkte, auch außerhalb des Anlagebereiches, generiert schlussendlich Kapitalerträge und unterliegt damit der Abgeltungssteuer. Um hier die Umstellung zu bewältigen, müssen zahlreiche IT-Plattformen und Front-Office-Anwendungen auf die neuen Anforderungen umgestellt werden. Unter anderem müssen in Reportings neue Daten ergänzt werden, wie zum Beispiel ob und in welcher Höhe bei der Gutschrift Kirchensteuer abgezogen wurde.

Ab 2009 übernehmen die Institute somit einen großen Teil der bürokratischen Abwicklung, die zuvor beim Finanzamt lag. Ab 2009 wird es Aufgabe der Bank sein, Steuern auf Kapitalerträge direkt und nicht über den Kunden an das Finanzamt abzuführen.

Problemfall Mehrfachbankverbindungen

Große Aufmerksamkeit verlangt die neue Regelung, dass Kapitalverluste und -gewinne auch Jahre später noch miteinander verrechnet werden können. Ein Verlust aus dem Jahr 2009 könnte theoretisch noch zehn oder 20 Jahre später die Kapitalsteu-

ern mindern. Das Finanzinstitut muss also jede Steuertransaktion nicht nur korrekt berechnen, sondern zusätzlich unbegrenzt archivieren.

Richtig kompliziert wird es, wenn ein Anleger mehrere Bankverbindungen hat. Nicht mit allen Instituten – insbesondere, wenn sie außerhalb der EU agieren – gibt es die nötigen Schnittstellen, um die Verrechnung zu gewährleisten. Beim Übertrag eines Depots auf ein anderes Institut werden möglicherweise Anschaffungskosten nicht übertragen. So könnte nicht mehr korrekt ermittelt werden, welcher Teil des Vermögens steuerpflichtig ist. Hier sind die Institute gefordert, eine gemeinsame Lösung zu finden, sonst wird das gesamte übertragene Vermögen mit einer pauschalen Gewinnannahme besteuert. Das wäre für den Anleger meist von Nachteil.

Volksbank Kreis Bergstraße: „Beratungskompetenz herausstellen“

Im Spätsommer 2007 begannen in der Volksbank Bergstraße die Arbeiten an einem Vertriebskonzept zum Thema Abgeltungssteuer, das vor allem ein Konzept zur Kundenbindung ist. Mit Info-Mailings werden die Kunden gezielt adressiert, ein Gewinnspiel soll für die Verbraucher das Thema interessant machen und im Hintergrund ist das Kunden-Service-Center mit der Vereinbarung von Gesprächsterminen unterstützend tätig. Red.

Von Andrea Bierbaum ■ Die Abgeltungssteuer tritt zum 1. Januar 2009 in Kraft, aber bereits im Spätsommer 2007 begannen die Vorbereitungen für die vertriebliche Umsetzung im Hause der Volksbank Kreis Bergstraße eG. Da die Abgeltungssteuer nahezu jeden betrifft, bestand die Herausforderung darin, ein Vertriebs- und Marke-

Die genannten Beispiele zeigen nur einen Teil der Veränderungen und auch des erheblichen Verwaltungsaufwands, der mit der Abgeltungssteuer auf die Institute zukommt. Bereits am 1. Januar 2009 müssen die IT-Systeme der Institute all diese Verwaltungsvorgänge fehlerfrei bewältigen. Vor diesem Hintergrund ist es für die deutschen Finanzinstitute wichtig, vor allem den Umfang der vor ihnen liegenden Aufgabe nicht zu unterschätzen. Nur mit klaren Zielvorgaben, einer dazu passend entwickelten IT und entsprechend geschulten Beratern kann diese Aufgabe bewältigt werden – und Kunden weiter bedarfsgerecht beraten werden.

Dr. Ulrich Stephan ist Leiter Private Banking in der Deutschen Bank, Privat- und Geschäftskunden AG, Frankfurt am Main.

tingkonzept für rund 35 000 private Haushalte zu entwickeln, das den unterschiedlichen Kundensituationen Rechnung trägt.

Ebenso war es der Bank wichtig, auch die Firmenkunden beziehungsweise deren private Finanzsituation zu integrieren. Das Vertriebskonzept sollte so aufgebaut sein, dass sämtliche Vertriebseinheiten und Vertriebswege in die Kundenansprache und die Kundenberatung eingebunden werden.

Die Abgeltungssteuer ist das zentrale Thema bei der Kundenansprache im Jahr 2008. „Die Abgeltungssteuer kommt in 2009 – handeln Sie jetzt“ ist daher nicht nur der Gesprächsansatz für die Kunden, sondern beschreibt auch die Zielsetzung der Bank: Frühzeitig (und möglichst vor den Mitbewerbern) die Kunden ansprechen und beraten und damit Beratungskompetenz herausstellen.

Abbildung 1: Kundensegmentierung

Priorität	Kundensegment	Ansprache-Ziel
Prio 1	A-Kunden privat A-Kunden gewerblich B-Kunden Prio 1	je nach Einheit individuell festgelegt, meist in zwei Stufen bis Jahresende zum Beispiel: bis zum 31. August werden x Prozent der Kunden angesprochen
Prio 2	Rest aus B-Kunden Prio 1 B-Kunden Prio 2 B-Kunden gewerblich	x Prozent bis Jahresende x Prozent bis Jahresende x Prozent bis Jahresende
Prio 3	C-Kunden	x Kontakte durch Mailings bis Jahresende Weitere Anlass-/Produktkampagnen et cetera

Durch die aktive und systematische Kundenansprache bezüglich der Abgeltungssteuer sollen die Kunden frühzeitig an ihre Volksbank gebunden werden. Insbesondere bei den „Prio1-Kunden“ soll die Kundenbindung erhöht werden (Immunsierung gegen Ansprache von anderen Kreditinstituten, Erhöhung der Produktnutzung).

Die Kundenintensivierung durch Gewinnung von „fresh money“, zum Beispiel Anlagen insbesondere bei Direktbanken, wurde ebenfalls in der Vertriebsplanung 2008 fixiert.

Im Rahmen eines Planungsworkshops wurden die Kunden-, Bankanlage- und Wertpapierbestände analysiert und ein erstes Mengengerüst gebildet. Hierbei wurde schnell deutlich, dass nur ein frühes und systematisches Vorgehen bei der Kundenansprache die notwendigen Kontakte möglich machen.

Im Anschluss fand eine erste Priorisierung und Produktauswahl statt, wobei hier verschiedene Aspekte beachtet wurden:

1. Kunden mit hohem Geldanlagevolumen in Zinsprodukten beziehungsweise Wertpapieren.
2. Kunden mit laufenden Zahlungen, zum Beispiel in Fondssparpläne.
3. Kunden mit Fälligkeiten im Jahr 2008 sowie im ersten Halbjahr 2009.
4. Zinsabschlagsteuer-Zahlungen der Vergangenheit.

Die Produktempfehlungen fließen in die auch bisher schon in der Volksbank Kreis Bergstraße verwendete „Hausmeinung“ für die Geldanlage ein. Hier sind die verschiedenen Produktalternativen in einer von der Bank empfohlenen Vermögensstruktur abgebildet, die die unterschiedlichen Anlegertypen berücksichtigt.

Prioritäten in der Kundenansprache festgelegt

Die oben genannten Bestandsselektionen wurden in weiteren Schritten verdichtet, um Prioritäten in der Kundenansprache festlegen zu können. Die einzelnen Prioritätsstufen wurden wiederum mit Ansprache- und Beratungszielen hinterlegt, sodass ein laufendes Kampagnen-Controlling möglich wird. Als Priorität 1 wurden beispielsweise Filial-Kunden mit einem bestimmten Ver-

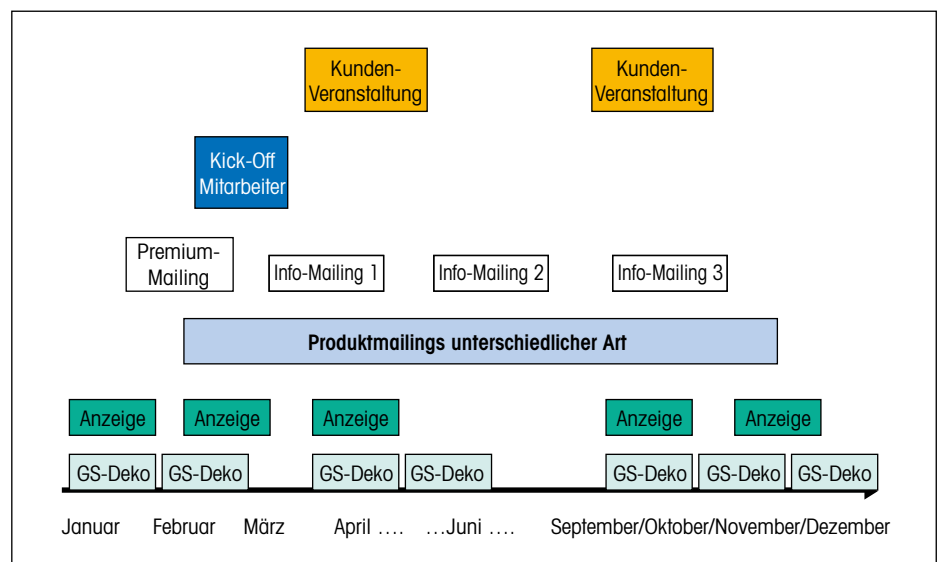
bund-Passiv-Volumen eingestuft, alle A-Kunden der Bank et cetera (siehe Abbildung 1 Priorität, Kundensegment, Ansprache-Ziel). Je nach Kundensegment und Prioritätsstufe werden die verschiedenen Kommunikationsmittel und Beratungshilfen eingesetzt. Im Kampagnenplan sind alle Kommunikations-Maßnahmen zusammengeführt (siehe Abbildung 2 Zeitplan Einzelkampagnen).

Der angestrebte Vertriebserfolg ist nur durch das Zusammenspiel aller Vertriebsseinheiten möglich; im Bereich Vertriebsmanagement werden die einzelnen Maßnahmen vorbereitet und koordiniert. Die Privatkunden der Bank werden durch Kundenberater (C-Segment), Finanzberater (B-Kunden sowie Potenzialkunden C) und die Vermögensbetreuer (A-Kunden) beraten und betreut. Ansprechpartner der gewerblichen Kunden sind die Firmenkundenbetreuer (A) und Gewerbekundenbetreuer (B/C).

Es gibt sogenannte „Beraterteams“, das heißt die Vermögensbetreuer beraten die Firmenkunden im A-Segment bei der Vermögensanlage; die Finanzberater sind Geldanlage-Ansprechpartner für die Gewerbekunden.

Von der anlassbezogenen Produktberatung bis hin zur Vermögensstrukturanalyse wur-

Abbildung 2: Zeitplan Einzelkampagnen



den durchgängige Beratungsunterlagen entwickelt, die aufeinander aufbauen und modular eingesetzt werden können (Analysebogen, Produktansatzbogen, Finanzhaus/Hausmeinung, Vermögensstruktur). Explizit wird immer nach fremden Geldanlagen gefragt. Die Produktempfehlungen werden laufend aktualisiert.

Produktmailing an Kunden mit Priorität 1 im Februar

Die Unterlagen und Kundenansprache wurden in den jeweiligen Vertriebsbereichen entsprechend trainiert. Zusätzlich gab es zum Jahresbeginn 2008 eine bankweite Kick-off-Veranstaltung mit einem Motivationstrainer. Ergänzend fanden Produktschulungen/-auffrischungen statt.

Inzwischen ist das Internet unsere meistbesuchte Filiale, die wir zur Information aber auch Kontaktabahnung nutzen. Daher ist es selbstverständlich, dass auf www.vb-kreis-bergstrasse.de aktuelle Informationen zur Abgeltungssteuer und zu den oben beschriebenen Vertriebskampagnen zu finden sind.

Kunden-Service-Center: 300 Gesprächstermine im Februar vereinbart

Neben Produktmailings (bei Fälligkeit oder konkreten Angeboten) wurde Anfang Februar das Premium-Mailing an die Prio1-Kunden verschickt. Dies war aufwendiger als sonstige Anschreiben gestaltet und hatte zum Ziel, die Kunden auf das Thema und die Notwendigkeit des rechtzeitigen Handelns aufmerksam zu machen. Da die wenigsten Kunden sich gerne und freiwillig mit der Abgeltungssteuer befassen, wurde es durch ein Gewinnspiel mit hochwertigen und exklusiven Gewinn-Chancen ergänzt – und das Konzept scheint zu greifen, wie die ersten Kunden- und auch Beraterreaktionen zeigen.

Parallel zu den Mailings wird das hauseigene Kunden-Service-Center (KSC) für

Outbound-Kampagnen eingebunden. Ziel ist es, insbesondere die Finanzberater mit Terminvereinbarungen zu unterstützen. Im Februar wurden beispielsweise rund 300 Termine durch das KSC vereinbart.

Sowohl im Frühjahr als auch im Herbst werden Kundenveranstaltungen rund um das Thema Abgeltungssteuer angeboten. Neben den Bank- und Verbundspezialisten steht auch eine Steuerberaterin für Fragen zur Verfügung. Im Anschluss werden die Besucher durch die Berater zu Beratungsterminen eingeladen.

Sämtliche Vertriebskontakte und Beratungen sowie die Abschlüsse werden über das CRM-System der Bank dokumentiert. Es ist bewusst einfach gehalten, sodass ein laufendes und stets aktuelles Kampagnen-Controlling möglich ist. Eine regelmäßige Erfolgskontrolle liefert Ansätze für die Vertriebsverantwortlichen.

Hansainvest: „Kein Kater nach der Party“

Dass die Einführung der Abgeltungssteuer ein „Sonderkonjunkturprogramm“ für die Finanzwirtschaft ist, bestreitet Wolff Seitz nicht. Gleichwohl warnt er vor „dumpfer Schlussverkaufspropaganda“. Schon heute müsse der Kunde für die Chancen der Abgeltungssteuer wie die häufigere Möglichkeit zur Realisierung von Kursgewinnen sensibilisiert werden. Wenn auf rein anlassbezogene Beratungskonzepte verzichtet wird, bleibt seiner Einschätzung nach der Kater nach der Party aus. Red.

Von Wolff Seitz ■ Die anstehende Einführung der Abgeltungssteuer zum 1. Januar 2009 stellt, sicherlich unbestritten, ein „Sonderkonjunkturprogramm ersten Ranges“ für die deutsche Finanzwirtschaft dar. Nicht zuletzt Dank der von Beginn an kritischen Berichterstattung in Fach- und

Der Start ins Jahr 2008 verlief insgesamt sehr erfolgreich, was sich an den Terminquoten und Vertriebsergebnissen ablesen lässt. Unsere Erfahrung ist, dass die Kunden noch recht wenig über die Abgeltungssteuer wissen und durchweg positiv auf die Ansprache reagieren.

Durch die Analyse und Optimierung der Vermögensstruktur des jeweiligen Kunden ergeben sich weitere Ansätze für Cross-Selling in den verschiedenen Bedarfsebenen, insbesondere Altersvorsorge.

Es zeigt sich auch, dass die Bank insgesamt mehr Zeit für die Beratung und Marktbearbeitung benötigt als ursprünglich geplant ... umso besser, dass damit so früh begonnen wurde.

Andrea Bierbaum ist Bereichsleiterin Vertriebsmanagement bei der Volksbank Kreis Bergstraße eG, Lampertheim.

Publikumstiteln verfügen Anlageberater hierzulande über reichlich herzeigbare Argumente, um ihre Kunden von der Notwendigkeit einer noch in 2008 vorzunehmenden, langfristig ausgerichteten Neustrukturierung ihrer Vermögenswerte zu überzeugen.

Auf besonders fruchtbaren Boden werden diese Botschaften bei Anlegern treffen, die sich für Aktienanlagen begeistern können – schließlich lockt die Konservierung steuerfreier Kursgewinne. Allenthalben wird hier der Fondsanlage der Vorzug vor einem Direktinvestment gegeben. Ob man sich dabei Aktien- oder gleich Dachfonds zuwendet, ist nicht zuletzt eine Frage der persönlichen Präferenz. Allerdings sind Aktienanleger in Deutschland in der Minderheit.

Doch auch für die Mehrheit der überwiegend sicherheitsorientierten Kunden finden sich Beratungsansätze, wie zum Beispiel

die Verschiebung von Zinserträgen in das kommende Jahr. So oder so ist ein ausgezeichnete Gesprächsanlass gegeben, und aus der dabei nötigen und möglichen Bedarfsanalyse werden sich zahlreiche Vertriebsansätze realisieren lassen – auch außerhalb der Abgeltungssteuer.

Der Kater nach der Party?

In Summe kann man deshalb davon ausgehen, dass 2008, in Bezug auf das Provisionsaufkommen, ein ausgezeichneter Jahrgang für die deutsche Banken- und Fondsbranche werden wird. Doch was kommt 2009 – der Kater nach der Party?

Nicht zwingend – denn auch in den kommenden Jahren werden Gelder anzulegen sein. Und für viele Wertpapierformen ist die neue Regelung vorteilhafter. Zinspapiere profitieren in jedem Fall und heute noch als „Finanzinnovationen“ gebrandmarkte Anlageformen, wie zum Beispiel Garantiezertifikate oder Aktienanleihen, werden aus Sicht des Anlegers wieder an Attraktivität gewinnen. Zudem werden sich viele Anleger Dank des Wegfalls der Spekulationsfrist von zwölf Monaten leichter aktivieren lassen, ihre aufgelaufenen Kursgewinne zu realisieren. Gründe für ein ausführliches Gespräch gibt es also zuhauf.

Schlussverkaufspropaganda reicht nicht

Doch der Anleger muss für diese Chancen der Abgeltungssteuer schon heute sensibilisiert werden, damit der Berater – ohne an Fahrt zu verlieren – 2009 gleich mit ihm durchstarten kann. Eine dumpfe Schlussverkaufspropaganda hilft dabei nicht. Gelingt den Banken diese Sensibilisierung ihrer Kunden nicht, gibt es natürlich auch Ausweichstrategien. Denn Anleger, die sich mit Blick auf die Abgeltungssteuer der Anlage in kursgewinnorientierten Papieren verweigern, können außerhalb der Grenzen des klassischen Wertpapiergeschäftes fündig werden.

So werden durch die Besteuerung langfristiger Aktienkursgewinne Private-Equity-Investments „relativ betrachtet“ interessanter. Und in der Zusammenarbeit mit der Versicherungswirtschaft wird es womöglich nicht lange dauern, bis die erste Bank ihren Kunden ein Konstrukt mit einem Versicherungsmantel anbietet, innerhalb dessen die Kunden wie selbstverständlich Fondsanteile handeln werden – vielleicht sogar zu Direktbank-Konditionen.

Überhaupt werden die Versicherungen Dank des Halbeinkünfteverfahrens für Lebensversicherungsverträge mit einer Mindestlaufzeit von zwölf und einem Endalter des Versicherungsnehmers von 60 Jahren als Gewinner gehandelt. Doch zuvor droht 2008 noch einmal Ungemach. Denn auf der Suche nach frischem Geld, das der Kunde in kursgewinnträchtige Papiere investieren kann, haben Anlageberater die in den kommenden Jahren auslaufenden

Lebensversicherungen entdeckt. Hier gilt es aus Sicht der Versicherer aufzuzeigen, dass ein ausschließlich steuerinduziertes Anlageverhalten selten von Erfolg gekrönt ist. Bauherrenmodelle und „Sonder-AfA Ost“ lassen grüßen.

Womit wir bei des Pudels Kern angekommen sind: Vertriebschancen gibt es immer – ob mit oder ohne äußere Anlässe wie die Abgeltungssteuer. Dafür sorgen schon allein die sich verändernden Bedürfnisse der Anleger. Wer allerdings weiterhin den anlassbezogenen und für den Kunden erkennbar provisionsgetriebenen Produktverkauf hoch hält, wird dafür irgendwann die Quittung erhalten. Denn auch hier wird die Berichterstattung in Fach- und Publikums-titeln zunehmend kritischer.

Wolff Seitz ist Leiter Marketing der HANSAINVEST Hanseatische Investment-GmbH, Hamburg.

Cominvest: „Rückbesinnung auf die langfristige Anlage“

Grundsätzlich, so meint Sebastian Klein, ist die Idee der Abgeltungssteuer – die einheitliche und einfache Besteuerung von Kapitalerträgen – begrüßenswert. Dennoch sieht er eine Benachteiligung der Aktienanlage ab 2009 gegeben. Immerhin werde die Fondsindustrie zu ihren Wurzeln zurückgeführt, denn die Abgabe mache häufiges Umschichten der Anlagen unattraktiv und verursache eine Renaissance der Langfriststrategien. Red.

Von Sebastian Klein ■ Der Countdown läuft. Nur noch wenige Monate bleiben den Anlegern, um ihre private Geldanlagestrategie mit Blick auf die ab 2009 geltende Abgeltungssteuer auszurichten. Doch noch immer wissen nur wenige Bundesbürger,

was die Abgeltungssteuer für sie bedeutet. So gaben im Rahmen der Cominvest Aktienstudie „Perspektiven 2007/2008“ knapp zwei Drittel der Befragten an, noch nie etwas von der Abgeltungssteuer gehört zu haben. Aufklärung tut also Not.

Im Wesentlichen kommt auf die Anleger folgendes zu: Ab dem 1. Januar 2009 müssen sie auf Kapitalerträge pauschal 25 Prozent Steuern zuzüglich Solidaritätszuschlag und gegebenenfalls Kirchensteuer abführen.

Das gilt für Dividenden- und Zinserträge wie auch für Veräußerungsgewinne. Fondsanlagen, die vor 2009 getätigt wurden, genießen allerdings Bestandsschutz. Damit können Veräußerungsgewinne – vorausgesetzt die Papiere wurden wenigstens zwölf Monate gehalten – auch nach 2009 steuerfrei vereinnahmt werden.

Unter dem Strich werden Aktienanlagen ab 2009 gegenüber anderen Anlageformen schlechter gestellt. Insofern ist es aufgrund des Bestandschutzes sinnvoll, sich noch in diesem Jahr Gedanken über seine Lebensaktienquote zu machen und entsprechend 2008 in Dividentitel zu investieren.

Die Grundidee der Abgeltungssteuer ist richtig. Eine einheitliche und einfache Besteuerung von Kapitalerträgen ist sinnvoll. Insofern ist die Abgeltungssteuer nicht so schlecht, wie vielfach behauptet wird, auch wenn man über die Höhe des Steuersatzes trefflich streiten kann. Die Abgeltungssteuer macht häufiges Umschichten zwischen einzelnen Anlagen unattraktiv und wird zu einer Renaissance der Langfristanlage beim Anleger führen. Die Fondsindustrie findet damit wieder zu ihren Wurzeln zurück. Der Grundsatz jeder erfolgreichen Anlagestrategie „Geldanlage bedeutet vor allem Konstanz“ erfährt durch die Abgeltungssteuer eine neue Aktualität.

Und auf der Suche nach einem langfristig erfolgreichen Investment bieten sich im Wesentlichen drei Strategien an, wobei grundsätzlich gilt, dass Investmententscheidungen nicht unter steuerlichen Gesichtspunkten getroffen, sondern auf das persönliche Anlagebedürfnis sowie das Risikoprofil des Anlegers abgestimmt werden sollten:

■ Auf Bewährtes setzen: Die Zahl der in Deutschland angebotenen Fonds ist nahezu unüberschaubar. Doch nur wenige Produkte haben über Jahre und Jahrzehnte den Beweis erbracht, dass sie dem Anleger dauerhaft einen Mehrwert bringen. Seit seiner Auflegung 1950 hat beispielsweise der Cominvest Fondak Jahr für Jahr in unterschiedlichen Börsenphasen seine Qualitäten unter Beweis gestellt und zu meist besser abgeschnitten als der Markt. „Klassiker“ eignen sich hervorragend als langfristiges Basisinvestment.

■ Dachfonds: Dachfonds streuen die Anlagegelder nicht nur über verschiedene

Einzeltitel, sondern über eine Vielzahl von Fonds, wodurch das Risiko weiter reduziert wird. Bei der Dachfondsauswahl sollte der Anleger auf Produkte mit einem „best in class“ Ansatz setzen. Der Dachfonds investiert dann nicht nur in konzern-eigene Fonds, sondern berücksichtigt die besten Produkte einer Klasse.

Der Vorteil dieses Ansatzes liegt auf der Hand: kein Vermögensverwalter kann in allen Bereichen und Regionen der Beste sein. Die Cominvest setzt bei ihren Dachfonds deshalb auf offene Architektur und kauft in ihre Fonds die aussichtsreichsten Zielfonds unterschiedlicher Anbieter. Dachfonds haben zudem den Vorteil, dass Umschichtungen auf Fondsebene auch nach Einführung der Abgeltungssteuer weiterhin steuerfrei sind.

■ Multi Asset Fonds: So werden Fonds bezeichnet, die in verschiedene Vermögensklassen investieren, wie zum Beispiel Aktien, Renten, Immobilien, Rohstoffe oder aber auch Alternative Investments. Bei der Suche nach einem Fonds fürs Leben eignen sich Multi Asset Fonds ganz besonders, denn keine Vermögensklasse kann auf immer und ewig vorne liegen. Mit einem Multi Asset Fonds kann das Fondsmanagement durch Umschichtungen zwischen einzelnen Vermögensklassen flexibel auf sich ändernde Marktsituationen reagieren.

Und auch hier gilt: Bei Umschichtungen auf Fondsebene werden Veräußerungsgewinne nicht besteuert. Anfang des Jahres hat die Cominvest mit dem „Commerzbank Allstars-Anlage“ ein solches Multi Asset Produkt auf den Markt gebracht.

Begriff Schlussverkauf leitet fehl

Es ist zu erwarten, dass es im Vorfeld der Einführung der Abgeltungssteuer zu einer verstärkten Nachfrage nach Fonds kommen wird. Dennoch wäre es vollkommen verfehlt, 2008 von einem Schlussverkauf oder „Last Call Geschäft“ zu reden. Solche

Begriffe leiten fehl. Aktien sind Zukunft – das gilt auch für Anlageentscheidungen, die nach 2009 getroffen werden.

Es darf nicht der Eindruck erweckt werden, als nähme der Anlagebedarf 2009 urplötzlich ab. Das Gegenteil ist der Fall. Anlagen werden in erster Linie aus laufenden Einkünften bedient und natürlich kommen immer wieder neue Investmentsparere hinzu. Insofern bleibt das Asset Management auch nach 2009 eine Wachstumsindustrie; insbesondere vor dem Hintergrund der weiterhin zunehmenden Bedeutung der privaten Altersvorsorge. Deshalb wäre es fatal, den Blick kurzfristig allein auf das Jahr 2008 zu richten.

Um Wohlstand und Wachstum in Deutschland dauerhaft zu sichern, bedarf es der Etablierung einer nachhaltigen Investment- und Aktienkultur. Der Umbau unseres Sozialsystems erfordert in vielen Bereichen eine stärkere Eigenleistung jedes Einzelnen. Am deutlichsten wird dies bei der Altersvorsorge. Immer mehr Bundesbürger erkennen mittlerweile, dass sie privat vorsorgen müssen, um nicht im Alter der Armut anheim zu fallen.

Deutsche verzichten noch immer auf Rendite

Doch noch immer verzichten die Deutschen mit ihrer konservativen Anlagestrategie auf Rendite. Dabei sind sich die Experten einig: Für eine erfolgreiche, langfristig ausgerichtete private Altersvorsorge spielt die Aktie unter Rentabilitäts Gesichtspunkten eine ganz zentrale Rolle. Eine auskömmliche Alterssicherung lässt sich ohne die Renditechancen von Dividendepapieren nicht bewerkstelligen. Daran ändert auch die Abgeltungssteuer nichts. Denn auch 2009 bleibt die Aktienanlage die attraktivste Anlageform. Doch noch setzen viel zu wenig Bundesbürger auf Aktien.

Dabei sind die Voraussetzungen für eine Stärkung der Aktienanlage in Deutschland

durchaus gegeben, wie die Cominvest-Aktienstudie ergab. Um der Aktienkultur in Deutschland endgültig zum Durchbruch zu verhelfen sind vor allem zwei Punkte von besonderer Bedeutung: eine stärkere Beteiligung der Arbeitnehmer am Produktivkapital sowie eine Bildungsoffensive in Sachen Kapital- und Finanzmarktwissen.

Förderung der Aktienkultur durch indirekte Mitarbeiterbeteiligung

Eine stärkere Beteiligung der Arbeitnehmer am Produktivkapital – als Vorbild können hier die 401k Vorsorgepläne in den USA dienen – würde nicht nur zu einer stärkeren Verknüpfung von Unternehmens- und Arbeitnehmerinteressen beitragen, sondern auch das grundsätzliche Verständnis der Bundesbürger für den Kapitalmarkt stärken.

Eine indirekte Mitarbeiterbeteiligung über eine Fondskonstruktion wäre für alle Beteiligten von Vorteil. Die Unternehmen – einschließlich des für Deutschland so wichtigen Mittelstands – kämen in den Genuss einer besseren Kapitalausstattung und die Arbeitnehmer nähmen am wirtschaftlichen Aufschwung unseres Landes teil. Eine klassische win-win Situation.

Bewusstseinswandel nötig

Allein eine stärkere Beteiligung am Produktivkapital ist jedoch nicht ausreichend, um einer Aktienkultur nachhaltig zum Durchbruch zu verhelfen. Es muss auch ein Bewusstseinswandel stattfinden. In Deutschland herrscht eine latente Skepsis gegenüber dem Wesen der Finanzmärkte. Kapitalmärkte und entsprechende Produkte stehen unter dem Generalverdacht, keinen Beitrag zum gesamtwirtschaftlichen Wohlstand zu leisten, sondern nur den Interessen weniger zu dienen.

Um zu erkennen, dass die Aktienanlage das Fundament für Wachstum und Wohlstand ist, von dem alle profitieren, bedarf

es eines Umdenkungsprozesses, der nur über Aufklärung und Wissensvermittlung erfolgen kann. Insofern ist Bildung ein elementarer Schlüssel zur Etablierung einer Aktienkultur in Deutschland.

Die Etablierung einer nachhaltigen Aktienkultur in Deutschland ist schließlich eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die gemeinsamer Anstrengungen aller Beteiligten aus Wirtschaft, Politik und Medien bedarf. Eine gefestigte Anlagekultur ist elementar

für den Fortbestand unserer sozialen Sicherheitssysteme und dient der Stärkung unseres Wirtschaftssystems. Diese Punkte sind entscheidend für Wachstum und Wohlstand in unserem Land und gehen weit über die Auswirkungen der Einführung der Abgeltungssteuer im kommenden Jahr hinaus.

Dr. Sebastian Klein ist Sprecher der Geschäftsführung der cominvest Asset Management GmbH, Frankfurt am Main.

Fidelity: „Keine Torschlusspanik verbreiten“

Die Abgeltungssteuer sieht Evelyn Muth als Anlass, den Anlegern zu einer Überprüfung ihrer Investmentstrategien zu raten. Dabei empfiehlt sie Lebenszyklus-Fonds, Core-Satellite-Strategien und Dachfonds als Möglichkeiten die derzeitige steuerliche Situation langfristig zu konservieren. Red.

Von Evelyn Muth ■ Deutschlands Anlegern ist die Brisanz der Abgeltungssteuer noch nicht ausreichend klar. Lediglich 14 Prozent der Wertpapierbesitzer haben von der Steuervolle gehört und wissen nach eigenen Angaben, welche Konsequenzen sie mit sich bringt, das ergab eine Studie* von Fidelity International. Diese alarmierenden Ergebnisse fordern die gesamte Finanzbranche heraus, den Bürgern die weitreichenden Folgen der neuen Gesetzgebung vor Augen zu halten.

Die Einführung der Abgeltungssteuer sollte dabei als Chance begriffen und 2008 zum Jahr der Neustrukturierung des Depots gemacht werden. Eine besondere Herausforderung stellt dabei die Ansprache von Zielgruppen dar, die sich bislang noch gar nicht mit dem Thema auseinandergesetzt haben.

Bei der Aufklärung über die Abgeltungssteuer geht es nicht darum, Torschlusspanik zu verbreiten. Den Kunden ist nicht damit gedient, wenn man sie zu spontanen Entschlüssen verleitet, die zwar unter steuerlichen Gesichtspunkten sinnvoll erscheinen mögen, aber nicht langfristig ausgerichtet sind. Solche vorschnellen Entscheidungen führen früher oder später zu Unzufriedenheit auf Kundenseite – und schaden dadurch der Finanzindustrie enorm. Steuerliche Aspekte sind bei der Kundenansprache zwar wichtig und verdienen gerade in diesem Jahr besondere Aufmerksamkeit, die Branche darf sie den Anlegern gegenüber aber nicht als allein entscheidendes Anlagekriterium darstellen.

Geldanlagen auf den Prüfstand

In der jetzigen Situation ist es wichtig, den Anlegern dabei zu helfen, ihre Geldanlagen auf den Prüfstand zu stellen und neu auszurichten. Das Herannahen der neuen Steuerära zum 1. Januar 2009 kann dabei die ansonsten eher geringe Bereitschaft vieler Bundesbürger erhöhen, ihren Vermögensaufbau zu planen.

Ergebnis jedes individuellen Prüf- und Anpassungsprozesses sollten Anlageentscheidungen sein, zu denen die Kunden

noch in vielen Jahren stehen können. Zudem ist den Kunden zu vermitteln, wie sie durch eine stärkere Ausrichtung auf Geldanlagen mit hohem Renditepotenzial langfristig mehr aus jedem gesparten Euro herausholen. Zum langfristigen Investieren mit überdurchschnittlichen Gewinnaussichten eignen sich insbesondere Aktienfonds. Diese bieten gerade bei längerfristigen Sparzielen ein Renditepotenzial, auf das noch zu viele Anleger verzichten, weil sie überwiegend sehr sicherheitsorientierte Produkte nutzen. Gleichzeitig eignen sich Aktienfonds aufgrund ihrer zumeist breiteren Diversifikation auch zur Empfehlung gegenüber Kunden, die bisher in Einzelaktien investierten.

Lebenszyklus-Fonds mit Zieldatum

Für diejenigen, die noch dieses Jahr in Aktienfonds investieren, winkt als Sahnehäubchen die Befreiung der Kursgewinne von der Abgeltungssteuer – dem Bestandsschutz sei Dank. Doch auch bei Investments ab 2009 haben Aktienfonds einen besonderen Vorzug: Schichtet der Fondsmanager zwischen verschiedenen Aktien um, so fällt auf Fondsebene keine unmittelbare Abgeltungssteuer auf die erzielten Kursgewinne an. Diese Botschaften gilt es, den Kunden zu vermitteln.

Sowohl mit rein auf Aktienfonds basierenden Lösungen als auch mit Lebenszyklusfonds-Konzepten oder Vermögensverwaltungs-Konstrukten lassen sich Kunden für die Fondsanlage gewinnen. Welcher Weg im Einzelfall der aussichtsreichste ist, hängt jedoch vom Anlegertyp ab.

Ein Kunde lässt sich nur dann auf lange Sicht binden, wenn man seine Lebensumstände und seine Langfristplanung berücksichtigt. Deshalb müssen zunächst die persönlichen Wünsche und Ziele, Zeithorizont, Renditeerwartung sowie die Risikobereitschaft eines Kunden im Mittelpunkt stehen. Insbesondere für Anleger, denen die möglichen Wertschwankungen von reinen Aktienfondslösungen zu groß sind,

eignen sich Lebenszyklusfonds wie die Fidelity Target Funds. Diese zeichnen sich durch eine einfache Handhabung aus und sind insbesondere für Kunden empfehlenswert, die die Altersvorsorge oder einen anderen festen Anlagehorizont im Blick haben und daher ungefähr wissen, wann sie auf ihr Geld zurückgreifen wollen.

Lebenszyklusfonds sind mit einem Zieldatum versehen. Aufgabe des Fondsmanagements ist es, bis zu diesem Zeitpunkt einen möglichst hohen Gewinn bei hoher Sicherheit zu erzielen. Das Konzept der Fidelity Target Funds bietet eine so große Stabilität, dass auf teure Sicherungsmechanismen verzichtet werden kann und die Kosten entsprechend niedrig sind. In puncto Sicherheit können Lebenszyklusfonds mit konservativen Sparanlagen mithalten. Statistische Modellberechnungen von 10 000 möglichen Börsenszenarien nach dem sogenannten Monte-Carlo-Prinzip ergaben, dass diese Fonds mit über 99-prozentiger Wahrscheinlichkeit eine positive Rendite erzielen, wenn Anleger bis zum Zieljahr dabeibleiben.

Core-Satellite-Strategie mit Fonds-Klassikern

Für aktivere Kunden, die gemeinsam mit ihrem Berater in regelmäßigen Abständen die Entwicklung ihrer Fonds analysieren und ihr Depot gegebenenfalls nachjustieren möchten, kann eine sogenannte Core-Satellite-Strategie eine Lösung darstellen. Als Kerninvestment eignen sich „Fonds-Klassiker“, die während der vergangenen zehn bis 15 Jahre bewiesen haben, dass sie eine solide Wertentwicklung generieren können. Ein Beispiel hierfür ist der Fidelity European Growth Fund.

Als Satellitenprodukt könnte man Fonds beimeschen, die aufgrund ihrer Ausrichtung auf Boomländer oder zukunftsweisende Anlagetrends hohes Renditepotenzial besitzen. Ein solches Produkt ist beispielsweise der Fidelity EMEA Fund mit Anlage-schwerpunkt in den aufstrebenden Märkten

Osteuropas, dem Nahen Osten sowie Afrika.

Ambitionierte Anleger mit viel Vorwissen lassen sich für die Fondsanlage am ehesten mit Vermögensverwaltungskonzepten gewinnen. Diese sind insbesondere für Kunden interessant, die möglichst flexibel bleiben wollen. Entscheidet sich ein Kunde für ein solches Konzept, stellt ein Finanzexperte anhand der jeweiligen Renditeerwartungen und der Risikoneigung ein individuelles Depot zusammen.

Einbindung von Dachfonds

Dabei steht eine große Bandbreite an Gestaltungsmöglichkeiten zur Verfügung, sodass der Kunde verschiedenste Anlageklassen abdecken und ein entsprechend hohes oder niedriges individuelles Risiko eingehen kann. Durch die Einbindung von Dachfonds oder einer Super-OGAW-Konstruktion, lässt sich die steuerlich günstigere Behandlung von Kursgewinnen, bei Umschichtungen auf Fondsebene, nach der alten Gesetzgebung bis weit über das Jahr 2008 hinaus konservieren.

Es gilt, die Kunden über ihre Anlage- und Umstrukturierungsmöglichkeiten vor dem Hintergrund der Abgeltungssteuer zu informieren. Diese Chance darf sich die Finanzbranche nicht entgehen lassen. Sie sollte sich der Aufklärung über die Steueränderungen verschreiben und Konzepte für die verschiedenen Anlegertypen entwickeln. Nicht das Auflegen von Steuersparprodukten führt 2008 zum geschäftlichen Erfolg, sondern die maßgeschneiderte Beratung der Kunden und das Angebot bewährter Produkte, die auch in Zukunft die Aussicht auf hohe Nettorenditen bieten.

* Im Auftrag von Fidelity befragte das Meinungsforschungsinstitut TNS Infratest Finanzforschung im September 2007 eine repräsentative Gruppe von 500 Wertpapierbesitzern über 18 Jahren.

Evelyn Muth ist Executive Director, Leiterin Vertrieb Banken & Vermögensverwalter bei Fidelity International in Deutschland, Frankfurt am Main.

R+V: „Steuervorteil für Versicherungsprodukte“

Versicherer sind die klaren Gewinner der steuerlichen Neuregelung, jubelt Rainer Sauerwein. Deren Überschüsse sind in der Ansparphase steuerfrei, die erwirtschafteten Erträge können voll wieder angelegt werden und der Zinseszins-Effekt kommt voll zum Tragen. Er empfiehlt klassische und fondsgebundene Rentenversicherungen als Alternative zum Investment in Wertpapiere. Red.

Von Rainer Sauerwein ■ Ob Aktien oder Fonds, Aktiensparpläne oder Zertifikate: Sie alle sind ab 1. Januar 2009 von der Abgeltungssteuer betroffen – mit einschneidenden Konsequenzen für Vermögensaufbau und Altersvorsorge. Denn gerade bei Wertpapierbesitzern wird der Staat dann deutlich mehr als bisher an allen Gewinnen mitverdienen. Ein Viertel aller Erträge aus Zinsen, Dividenden und Veräußerungsgewinnen gehen dann an den Fiskus, inklusive Kirchensteuer und Solidaritätszuschlag sind es sogar rund 28 Prozent.

Renaissance der Lebensversicherung

Als Alternativen bieten sich Vorsorgeprodukte wie Lebens- oder Rentenversicherungen an, die nicht negativ von der Abgeltungssteuer betroffen sind. Bei ihnen bleibt die bisherige steuerliche Regelung voll erhalten, was ihnen im Vergleich mit Aktien oder Fonds ein steuerlich deutlich günstigeres Ergebnis beschert.

Da die Überschüsse auch in der Ansparphase von der Steuer befreit sind, können alle erwirtschafteten Gewinne wieder angelegt werden, und der Zinseszins-Effekt kommt voll zum Tragen. Auch Zuzahlungen oder Strategiewechsel sind jederzeit ohne steuerliche Nachteile möglich.

Klassische und auch fondsgebundene Lebens- und Rentenversicherungsprodukte sind also die Gewinner der Neuregelung. Kein Wunder, dass Experten wie Bert Rürup deswegen sogar schon von einer „Renaissance der Lebensversicherungen“ sprechen.

Steuervorteil im Vergleich zu Fonds und Aktien

Wie groß der steuerliche Vorteil gerade bei der späteren Kapital-Auszahlung ist, lässt sich leicht errechnen: Denn bei einer Lebensversicherung bleiben 50 Prozent der Erträge steuerfrei – vorausgesetzt, der Kunde hat bereits seinen 60. Geburtstag gefeiert und der Vertrag ist mindestens zwölf Jahre gelaufen. Die übrigen 50 Prozent werden dann zum individuellen Einkommensteuersatz versteuert.

Wie lohnend das für den Anleger ist, zeigt eine einfache Musterrechnung – hier mit einem angenommenen Ertrag von 100 000 Euro. Wird dieser aus Aktien oder Fonds erzielt, müsste der Anleger Abgeltungssteuer in Höhe von 25 000 Euro zahlen. Anders bei einem Lebensversicherungsprodukt: Hier greift die hälftige Ertragsbesteuerung – die Steuer wird also nur auf 50 000 Euro fällig, und auch hier nur mit dem jeweiligen persönlichen Steuersatz. Bei 30 Prozent wären das nur 15 000 Euro – der Anleger spart also 10 000 Euro. Und selbst bei einem Spitzensteuersatz von 45 Prozent ergibt sich noch eine Ersparnis.

Noch besser fährt der Anleger, wenn er sich das Kapital als lebenslange, monatliche Rente auszahlen lässt. In diesem Fall wird nämlich nur der vergleichsweise geringe Ertragsanteil ab Rentenbeginn besteuert. Geht ein 65-Jähriger in Rente, so sind nur 18 Prozent der Gesamrente mit dem persönlichen Steuersatz zu versteuern.

Wer also ab 2009 nicht bares Geld verschenken will, sollte rechtzeitig seinen Vermögensaufbau in eine steuerlich optimierte Altersvorsorge umstellen. Eine gute Alternative für Wertpapierbesitzer sind beispielsweise fondsgebundene Rentenversicherungen wie das neue R+V-Vorsorge-Konzept-Plus. Es bietet neben Sicherheit bei der persönlichen Vorsorge attraktive Ertragschancen mit hoher Flexibilität.

Für viele interessant ist auch die Rürup-Rente – vor allem für Selbstständige und Freiberufler, aber auch für vermögende Privatkunden, die durch den hohen Sonderausgabenabzug Steuervorteile nutzen können. Ältere Menschen vor dem Ruhestand können sich hingegen über einen hohen Freibetrag beim Rentenbezug freuen.

Trendsetter für Altersvorsorge

Doch auch für jüngere Menschen ist „Rürup-Sparen“ attraktiv – zum Beispiel mit einer fondsgebundenen Variante wie der VR-Rürup-Rente, einem gemeinsamen Produkt von R+V und Union Investment. Sie verbindet steuerliche Förderung mit interessanten Ertragschancen und einer ab Rentenbeginn garantierten, lebenslangen Rente. Der Kunde hat die Wahl zwischen mehreren Fonds mit unterschiedlichen Chance-Risiko-Profilen von sicherheitsorientiert bis chancenorientiert – je nach individueller Risikobereitschaft. Allein in den ersten vier Monaten nach dem Start zum 1. September haben sich 6 000 Kunden für die VR-Rürup-Rente entschieden.

Fürs Alter vorsorgen und zugleich weniger Steuern zahlen – diese Kombination gewinnt also zunehmend an Attraktivität. Wer hätte gedacht, dass die Abgeltungssteuer so zum Trendsetter würde?

Rainer Sauerwein ist Vorstandsmitglied bei der R+V Versicherung AG, Wiesbaden.