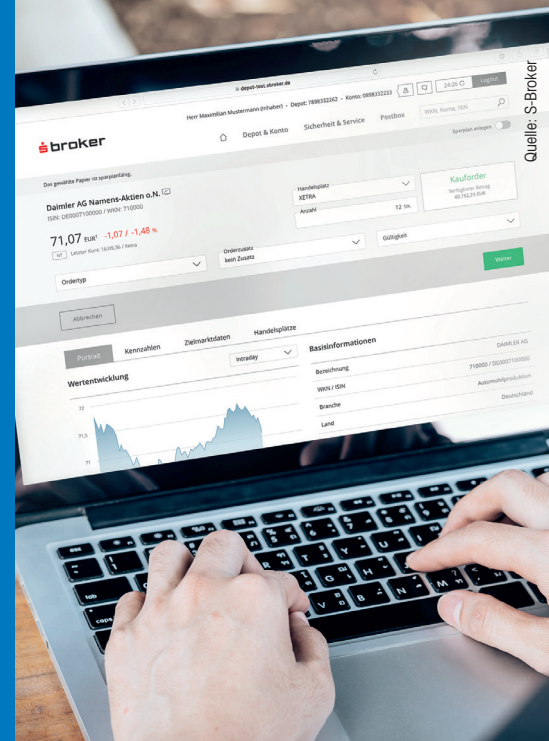


Reines Online-Brokerage ist ein Geschäftsmodell

Von Jens Wöhler



Online-Broker müssen nicht per se vollwertige Direktbanken werden, um dauerhaft erfolgreich zu sein, ist sich Jens Wöhler sicher. Dabei hilft dem S-Broker die Zugehörigkeit zur S-Finanzgruppe. Denn das Unternehmen versteht sich nicht nur als Premiumproker im B2C-Geschäft, sondern positioniert sich zugleich im B2B-Umfeld mit der juristischen Depotführung für die angeschlossenen Sparkassen. Eine Handelsplattform, die Wertpapiertransaktionen einfach macht, die steigende Nachfrage der Kunden nach ETFs und Sparplänen berücksichtigt und zugleich Mehrwerte wie Webinare anbietet, gehören als Erfolgsfaktoren dazu. Red.

Reine Online-Broker können heute am Markt nicht mehr bestehen. So lautet eine übliche Vorstellung. Schließlich hätten sich in der Vergangenheit viele Unternehmen zu vollwertigen Direktbanken entwickelt, denn nur so könnten sie auch bei Transaktionsflauten verlässliche Erträge generieren. Der S-Broker ist entgegen dieser Entwicklung ein reiner Online-Broker geblieben.

Während im Markt eine Konsolidierung stattfand (2016 wurde die DAB Bank in die BNP Paribas beziehungsweise

Comdirect Onvista) und gleichzeitig neue Discount-Spezialanbieter in den ohnehin schon wettbewerbsintensiven Markt drängen, führt der S-Broker seinen Weg konsequent fort. Er ist seit 2001 der zentrale Online-Broker der Sparkassen-Finanzgruppe, seit 2016 hundertprozentige Tochtergesellschaft der Dekabank, des Wertpapierhauses der Sparkassen.

Vier Erfolgsfaktoren im Geschäftsmodell

Die Kundenzahlen sind seit 2014 stetig gestiegen, bereits seit mehreren Jahren ist der S-Broker größter Orderprovider im Privatkundengeschäft der Sparkassen-Finanzgruppe und hat 2017 rund 1,6 Millionen Transaktionen durchgeführt.

Die Online-Angebote der Banken und Broker befinden sich im Aufwind, legen spürbar bei Kunden und Depotvolumina zu. Die anhaltende Niedrigzinsphase lockt immer mehr Anleger an die Börse – gute Zeiten für den Wertpapierhandel. Wären da nicht Fallböen in Form regulatorischer Auflagen, die den Wertpapierhandel zunehmend erschweren.

Zum Autor

Jens Wöhler, Mitglied des Vorstandes beim S Broker AG & Co. KG, Wiesbaden

Wie lässt sich bei all dem Auf und Ab ein spezialisierter Online-Broker sicher navigieren? Wie lassen sich auch schwierige Börsenphasen ausgleiten und Erträge erzielen? Für den S-Broker sind hierfür vier Aspekte ausschlaggebend.

- Das Geschäftsmodell – Endkunden und Sparkassen bedienen;
- Geld anlegen so einfach wie Online-Shopping;
- breite Produktpalette bieten;
- Mehrwertleistungen kultivieren.

Juristische Depotführung für Sparkassen

Angesichts des starken Wettbewerbs im Online-Brokerage-Markt ist eine klare Differenzierung entscheidend. Der S-Broker positioniert sich im B2C-Umfeld als Premiumproker insbesondere für handelsaktive Kunden und möchte durch Qualität, Service und Sicherheit überzeugen. Ein wettbewerbsfähiges Preis-Leistungs-Verhältnis spielt ebenfalls eine wichtige Rolle.

Die Zugehörigkeit zur Sparkassen-Finanzgruppe eröffnet im B2B-Bereich weitere Chancen: Hier bietet der S-Broker zum einen mit dem S-Comfort-Depot die Übernahme der juristischen Depotführung für

Sparkassen, die sich fortan wieder stärker auf Beratung und Betreuung der Wertpapierkunden konzentrieren können, und zum anderen mit dem Depot Plus eine leistungsstarke Depotvariante für handelsaktive, online-affine Kunden der Partnersparkassen.

Mittlerweile nutzen jeweils mehr als 40 Sparkassen das S-Comfort-Depot beziehungsweise das Depot Plus – Tendenz steigend. Gerade kleinere und mittelgroße Sparkassen schätzen diese Angebote angesichts extrem steigenden Aufwands für regulatorische Themen, die sie damit spürbar minimieren können. Ihnen bleibt wieder mehr Raum für den Vertrieb und die Stärkung des Provisionsergebnisses im Wertpapiergeschäft.

Das digitale Angebot mit der persönlichen Beratung verbinden

Aus der reinen regulatorischen Entlastung wird aber noch kein langfristig erfolgreiches B2B-Geschäftsmodell. Umso wichtiger ist es, den Sparkassen leistungsfähige Depots anzubieten. Depots, die einerseits vollverwahrfähig sind und andererseits dem sich verändernden Kundenverhalten Rechnung tragen, indem sie das Handeln mit Wertpapieren auf verschiedenen Kanälen ermöglichen.

Dafür pflegen wir den Begriff der Multikanalfähigkeit und schaffen die technischen Voraussetzungen dafür, dass Kunden sowohl in der Filiale und via Telefon ordern können als auch online und mobil. Mit Unterstützung des S-Brokers können Sparkassen im Wertpapiergeschäft auf diese Weise das digitale Angebot mit der persönlichen Beratung verbinden.

Nicht zuletzt hohe Fixkosten lassen die Erträge der Banken und Sparkassen im Wertpapiergeschäft unter Druck geraten. Hier werden die Partnersparkassen durch ein Kostenmodell entlastet, bei dem Fixkosten für sie entfallen und kontinuierliche Erlöse zufließen.

Der S-Broker verzeichnet seit Jahren eine Zunahme der sogenannten Selbstentscheider, die Stärkung des beratungsfreien Wertpapiergeschäfts und eine steigende Nachfrage nach bestimmten Produkten wie Wertpapiersparplänen. Nicht zuletzt angetrieben durch die anhaltende Niedrigzinsphase und die Folgen der regulatorischen Mammutprojekte MiFID II und PRIIPs, die bei kleineren und mittleren Banken teilweise zu Einschränkungen in der Wertpapierberatung geführt haben, entdecken immer mehr Anleger, dass sie ihre Geldanlage auch in die eigenen Hände nehmen können. Online Vermögen aufbauen oder für die Rente vorsorgen wird so normal wie Online-Shopping – wenn das digitale Einkaufserlebnis stimmt.

Der Online-Broker muss für eine leistungsfähige Handelsplattform sorgen, auf der sich die Kunden wohlfühlen, mit Wertpapieren intuitiv und schnell handeln können. Die Benutzerführung und das Design der Handelsplattform sollten einfach sein. Gleichzeitig sind aber auch detaillierte Informationen zu den Wertpapieren, Handelsplätzen und Kursen entscheidend. Kunden wollen ihre Depots und Transaktionen stets im Blick behalten, umso wichtiger wird die Anpassungsfähigkeit an verschiedene Endgeräte wie Tablets, Smartphones, Notebook oder Computer. Erst so wird einfaches Handeln auch mobil jederzeit möglich. Dies sind in Summe zentrale Voraussetzungen, um das Wertpapiergeschäft und den Handel aus Kundensicht mit positiven Emotionen zu belegen.

Regulierungsbedingte Einschränkungen bei den Produkten

Die Regulierung betrifft aber auch das beratungsfreie Wertpapiergeschäft. So haben MiFID II und PRIIPs selbstverständlich auch Auswirkungen auf das Handeln via Online-Broker. Stehen beispielsweise aus technischen Gründen gerade keine sogenannten „Key Information Documents“ für verpackte Anlageprodukte zur Verfügung,

so dürfen diese – zum Unmut einiger Kunden – nicht vertrieben werden. Grundsätzlich ist die Transparenz über Produkt- und Dienstleistungskosten aus Kundensicht jedoch begrüßenswert.

Die Gruppe der sogenannten Selbstentscheider wächst. Sie sind gut über Anlageprodukte und das Marktgeschehen informiert und wollen selbstständig online mit Wertpapieren handeln. Viele der online-affinen Anleger führen mehrere Wertpapiertransaktionen im Monat durch oder handeln sogar täglich.

Vollsortimenter im Wertpapiergeschäft

Doch Selbstentscheider-Kunden sind oft nicht ausschließlich online unterwegs, sondern suchen für bestimmte Anliegen nach wie vor die Filiale auf oder wollen eine fundierte Beratung ihrer Bank oder Sparkasse. Diese Kunden werden gemeinhin als Multikanalkunden bezeichnet. Für alle Anliegen, die über das Angebot des S Broker hinausgehen, stehen diesen Kunden in der Sparkassen-Finanzgruppe vollumfängliche und regional sehr gut verfügbare Angebote zur Verfügung.

Der S-Broker versteht sich als Vollsortimenter und bietet Aktien, Anleihen, Investmentfonds, ETFs, Optionsscheine, Zertifikate, ETCs, CFDs und weitere strukturierte Produkte sowie Wertpapiersparpläne und die Zeichnung von Neuemissionen. Die Kunden können an allen deutschen Parkettbörsen, bei Xetra, Quotrix und TradeGate Exchange sowie an 29 Auslandsbörsen handeln. Darüber hinaus verfügt der S-Broker mit zahlreichen renommierten Partnern über eine der größten deutschen Direkthandelsplattformen.

Kundennachfrage nach ETFs und Sparpläne berücksichtigt

Die Kundennachfrage nach ETFs und Wertpapiersparplänen ist in den letzten Jahren stark gestiegen. Dies hat der S-Broker früh

registriert und sein Produktangebot und die -aktionen dementsprechend ausgebaut. In beiden Bereichen kann der S-Broker regelmäßig bei Tests und Vergleichen in Fachmagazinen überzeugen.

■ Im Mai 2012 beinhaltete die Produktpalette 76 sparplanfähige ETFs an, davon konnten 32 ohne Orderentgelt in einer Sparplanaktion gehandelt werden. Im Juli 2018 waren es bereits mehr als 600, davon liefen 153 Papiere in der Sparplan-Aktion.

■ Rund 60 Prozent der Investitionen in Fondssparpläne fließen beim S-Broker heute in ETF, etwa 40 Prozent in aktiv gemanagte Fonds. Noch vor drei Jahren waren diese Zahlen umgekehrt.

■ Auch das durchschnittliche monatliche Sparvolumen in ETF-Sparplänen ist beim S-Broker kontinuierlich angestiegen. Waren es vor drei Jahren 107 Euro, sind es nun bereits 128 Euro.

Doch auch andere Wertpapiersparpläne werden immer beliebter. Neben Sparplänen auf Fonds und ETFs wird daher auch das

regelmäßige Ansparen in Zertifikaten, ETCs, Wikifolios und Aktien angeboten. Kunden können mittlerweile in mehr als 540 sparplanfähige Aktien investieren. Insgesamt konnten die Sparplantransaktionen in den vergangenen fünf Jahren um 216 Prozent gesteigert werden.

Webinare steigern die Tradingaktivität

Für einen Premiumbroker spielen darüber hinaus spezielle Mehrwertleistungen eine große Rolle. Besonders handelsaktiven Kunden, die mindestens 100 Transaktionen pro Jahr tätigen, wird ein stufenweises Rabattmodell geboten, bei dem sie für ihre Handelsaktivität belohnt werden. So können sie maximal 80 Prozent der Orderprovision sparen. In der sogenannten „Top Trader Lounge“ können Kunden auf einen exklusiven Trading-Desk sowie besondere Produktaktionen zugreifen. Das Top-Trader-Angebot wird abgerundet durch attraktive Events mit fachlichem Austausch und Unterhaltung sowie durch eine hochqualifizierte Kundenbetreuung.

Seit 2012 bietet die S-Broker-Akademie zahlreiche kostenfreie Webinare rund um die Themen Trading und Finanzwissen an. Darin befassen sich Experten mit der Finanzmarktanalyse, Risiko- und Money-Management, Trading-Psychologie, Handelsstrategien, Trading-Praxis, Produktklassen, Ordertypen sowie Handelsplattformen.

Die Webinare werden je nach Zielgruppe konzipiert. Sie richten sich entweder an Einsteiger, Fortgeschrittene oder Trader mit Expertenwissen. Regelmäßig blicken Experten des S-Brokers in der „Marktanalyse Live!“ auf die aktuelle Marktlage und interessante Chartbilder. Ein Aufwand, der sich für das Unternehmen auszahlt: Kunden, die ihr Trading-Wissen im Rahmen eines Webinars erweitern, zeigen anschließend eine durchschnittlich rund 30 Prozent höhere Tradingaktivität.

Die Zugehörigkeit zur Sparkassen-Finanzgruppe sorgt für einen weiteren Mehrwert:

Kunden des S-Brokers, die gleichzeitig über ein Sparkassen-Girokonto bei einer von 200 teilnehmenden Sparkassen verfügen, können dieses direkt zur Verrechnung der Wertpapiertransaktionen nutzen. Ein zusätzliches Verrechnungskonto entfällt, Kunden brauchen sich nicht mehr um Transaktionen zwischen Referenzkonto und Verrechnungskonto zu kümmern.

Robo Advisors haben die öffentliche Debatte über einfache Geldanlage in den vergangenen Monaten ordentlich durcheinander gewirbelt. Die Assets under Management steigen zusehends, wenngleich die Anbieter noch den Beweis erbringen müssen, das Geld der Anleger auch in turbulenten sowie längeren schwierigen Marktphasen angemessen verwalten zu können.

Kein eigenes Robo-Advisor-Angebot geplant

Robo Advisors werden künftig einen gewissen Marktanteil behaupten und haben vor allem als Ergänzung eine Chance, insbesondere wenn sie von Banken mit einer bereits starken Marke angeboten werden. Entgegen einiger Wettbewerber hat und plant der S-Broker derzeit kein Robo-Angebot, denn in der Deka-Gruppe und der Sparkassen-Finanzgruppe werden entsprechende Lösungen bereits vorangetrieben. Indes wissen gerade die Vieltrader: Geldanlage ist nicht notwendiges Übel, sie macht auch Spaß und ist daher mehr als automatisierbares Entscheiden.

Die Analyse zeigt: Online-Broker müssen nicht per se vollwertige Direktbanken werden, um erfolgreich zu sein. Ein intelligentes Geschäftsmodell, das sowohl die Bedürfnisse der Endkunden als auch der Sparkassen bedient, eine intuitive Handelsplattform, die Geld anlegen einfach macht, eine attraktive Produktpalette und besondere Mehrwert-Dienstleistungen können für eine erfolgversprechende Thermik sorgen. ■

Bleiben Sie immer auf dem neuesten Stand:

Ihre Kreditwesen-Redaktion informiert nun auch täglich in der Rubrik „Meldungen“.

Folgen Sie uns auf



oder besuchen Sie uns unter

www.kreditwesen.de