

Digitalisierung

Nur jeder Fünfte kennt Robo Advisor

Der persönliche Kundenkontakt mit einer „menschlichen Note“ kann niemals durch Technologie ersetzt werden – das würden nicht nur 67 Prozent der Anleger in Deutschland, sondern auch 70 Prozent der weltweit befragten Anleger unterschreiben, so geht es aus dem Global Investment Survey 2018 von Legg Mason hervor, für den insgesamt 16 810 Anleger in 17 Ländern befragt wurden, darunter 1 000 Deutsche. Jeden zweiten Anleger in Deutschland würde es sogar nervös machen, wenn er nicht mehr mit einem Menschen über seine Geldanlage sprechen könnte. Auf Frauen (55 Prozent) trifft das noch häufiger zu als auf Männer (47 Prozent).

Das heißt aber nicht, dass sich die Anleger technologiegeführten Innovationen grundsätzlich verweigern. 55 Prozent der Befragten in Deutschland denken, dass man diese Innovationen auch bei der Geldanlage nicht ignorieren könne. Weltweit stimmen dem jedoch deutlich mehr Anleger zu (64 Prozent). Mit dem Begriff Robo Advisor können indessen 39 Prozent der Befragten wenig anfangen, etwa ebenso viele gar nichts. Lediglich 21 Prozent wissen darüber Bescheid, was sich dahinter verbirgt. Bei der Frage nach der Akzeptanz neuer Technologien kommen die Generationsunterschiede voll zum Tragen. Insgesamt glauben knapp 39 Prozent der befragten deutschen Anleger, dass Online-Instrumente und Applikationen professionelle Anlageberater ersetzen können. Bei den Millennials, also den 18- bis

36-Jährigen, würde jeder Zweite diese Aussage unterschreiben. Bei den Babyboomern sind es 30 Prozent, bei den Anlegern über 71 Jahre nur noch 21 Prozent.

Das gleiche Bild zeigt sich bei der Frage, ob man Internetfirmen wie Amazon oder Ebay mehr vertrauen könne als einer Bank oder einem Vermögensverwalter. Insgesamt bejahen dies 29 Prozent der Befragten in Deutschland. Bei den Millennials sind es 45 Prozent, bei den Babyboomern nur noch 17 Prozent und bei den Anlegern ab 71 Jahren nur noch 13 Prozent. Einig sind sich die Generationen allerdings darin, dass Unternehmen wie Amazon und Co. insbesondere mit Blick auf die Preisgestaltung wettbewerbsfähig wären, wenn sie denn eigene Fonds anbieten. Das sehen insgesamt 63 Prozent der deutschen Anleger so. Angesichts der hohen Preissensibilität der Deutschen, lässt diese Zahl aufhorchen. Die Sorge vor einem neuen Wettbewerb durch die „Bigtechs“ scheint damit sehr berechtigt.

Die attraktivere Gebührenstruktur wäre denn auch der Haupttreiber für den Wechsel zu einem automatisierten, online-basierten Vermögensverwalter. Insgesamt gaben das 22 Prozent der Anleger in Deutschland an. Erst auf den weiteren Plätzen folgen die einfachere Nutzung (17 Prozent), transparente Gebühren und die Bandbreite der angebotenen Produkte mit jeweils 12 Prozent. **Red.**