

Redaktionsgespräch mit Ralf Fleischer und Olaf Heinrich

„Es ist wichtig, frühzeitig ein Angebot für die digitale Vermögensverwaltung zu haben“



Herr Heinrich, Herr Fleischer, wie war das Fondsjahr 2018?

Heinrich: Der Nettoabsatz im Retailgeschäft der Deka-Gruppe ist in den ersten neun Monaten 2018 um 5,5 Prozent auf 9,6 Milliarden Euro gestiegen. Nach einem Plus von 9,1 Milliarden Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres sind wir damit sehr zufrieden. Der Blick auf die Absatzstatistik zeigt mit 1,8 Milliarden Euro zudem einen erfreulich großen Beitrag der Aktienfonds. Immobilienfonds sind in den vergangenen Jahren durchweg gut gelaufen und kommen bis Ende Q3 des Jahres 2018 auf 1,4 Milliarden Euro. Und sehr zufrieden sind wir auch mit dem Absatz von Zertifikaten in Höhe von 4,3 Milliarden Euro.

Sehr positiv ist darüber hinaus der wachsende Anteil der regelmäßigen Wertpapiersparer. Jeder zehnte Sparkassenkunde hat mittlerweile einen Sparplan. Per Ende September 2018 haben wir 4,4 Millionen Verträge, das sind netto 270 000

fallen 580 Millionen Euro, davon ein in den vergangenen Jahren gestiegener Anteil von 310 Millionen Euro von der Deka und der Rest von anderen Anbietern der Sparkassen-Finanzgruppe, unter anderem über einen Private-Label-Fonds. Auch wir verzeichnen eine erfreuliche Zahl von 13 000 neuen Fondssparplänen. Die Bestände in diesem Geschäft sind damit um 12 Prozent gewachsen. Angesichts seiner nivellierenden Wirkungen auf Kursschwankungen wollen wir dieses Geschäftsfeld auch in Zukunft stark forcieren und haben unsere Ziele noch einmal entsprechend angepasst.



Diese Zahlen klingen weniger dramatisch als das angesichts der Marktverhältnisse seit März 2018 zu erwarten war. War das Fondsjahr 2018 besser, als man das im Sommer und Herbst noch befürchten musste?

Fleischer: Sicher waren die ersten Monate des Jahres 2018 besser als die letzten, aber angesichts der Marktbedingungen

als Alternative zum Nullzinssparen zu positionieren. Um das Wertpapiergeschäft zu forcieren, haben wir sehr viel Zeit in die Kundenberatung investiert. Wenn die Märkte sich wieder stabilisieren, werden wir davon sehr schnell profitieren.

Heinrich: Der Jahresverlauf war in der Deka-Gruppe ähnlich, auch wir hatten insgesamt im Jahr des 100-jährigen Jubiläums eine sehr erfreuliche Entwicklung im Fondsgeschäft. Hier hat sich das wachsende Geschäft mit Wertpapiersparplänen sehr stabilisierend ausgewirkt.



In den Jahren 2017 und 2018 ist das Robo Advisory stark in den Blickpunkt gerückt, auch die Deka ist mit einem Angebot am Markt. Wie ist der Name bevestor zustande gekommen?

Heinrich: Die Beobachtung des Marktes und des Kundenverhaltens in der Vermögensanlage lässt in den vergangenen Jahren eine wachsende Zielgruppe von Anlegern erkennen, die ihre Geldanlage eigenständig und digital tätigen möchten. „Sei investiert“ schien uns unter Einbeziehung unserer Mitarbeiter vor diesem Hintergrund im Rahmen der Namensfindung ein treffendes Motto. Das haben wir im abgekürzten Markennamen bevestor umgesetzt.



War im Rückblick der Zeitpunkt des Startes angesichts der Marktentwicklung seit März 2018 glücklich? Hätte die Deka das Projekt auch im Herbst 2018 noch lanciert?

Heinrich: Das Konzept ist schon in dem guten Wertpapierjahr 2017 aufgebaut

„Sehr positiv ist der wachsende Anteil der regelmäßigen Wertpapiersparer.“

Neuverträge in neun Monaten.

Fleischer: Das Wertpapiergeschäft insgesamt wie auch das Fondsgeschäft sind im vergangenen Jahr auch bei der Stadtsparkasse München erfreulich gelaufen. Insgesamt hatten wir uns einen Absatz von 750 Millionen Euro zum Ziel gesetzt und den haben wir nach jetzigem Stand auch erreicht. Auf das Fondsgeschäft ent-

und der damit verbundenen Verunsicherung der Anleger sind wir mit dem Erreichen unseres Absatzzieles sehr zufrieden. Zu Beginn des Jahres haben wir unsere Ziele übererfüllt und in den Herbstmonaten bewegten wir uns in Richtung der 100 Prozent Zielerfüllung. Bei allen Widerigkeiten an den Märkten hat es damit gefruchtet, das Wertpapiergeschäft unter dem Motto „Anlegen statt Stilllegen“

und im Rahmen einer Family-and-Friends-Phase erprobt worden. Auch beim breiten Start 2018 waren die Märkte noch recht gut. Für uns war und ist es wichtig, frühzeitig ein Angebot für die digitale Vermögensverwaltung zur Verfügung zu stellen, das im Multikanalangebot der Sparkassen einen zusätzlichen Mehrwert für digital affine Kunden bietet. Das Konzept richtet sich ja nicht an kurzfristigen Erfolgen aus, sondern ist als mittel- bis langfristige Anlagelösung ausgelegt, die kurzfristige Schwankungen aushalten muss.

Fleischer: Bei diesem Produkt hängt es in der Tat nicht so sehr von den Marktbedingungen beim Zeitpunkt der Einführung ab, ob es erfolgreich wird oder nicht. Sondern es geht um die langfristige strategische Frage nach dem Bedarf der Kunden für solch ein Produkt. Und die ist zweifellos gegeben. Das Geschäfts-

Gesamtmarkt befinden wir uns bei der digitalen Vermögensverwaltung noch in einer frühen Phase. Die Kundengruppe für solche Lösungen existiert allerdings und musste frühzeitig von der Sparkassenorganisation bedient werden.

Das Ganze wirkt als Gemeinschaftsprojekt der Deka und der Sparkassen. So zeigen es jedenfalls die Video-Auftritte auf der Homepage diverser Sparkassen. Wie wird das Konzept beworben? Ist das Sache der Sparkassen oder beteiligt sich die Dekabank?

Fleischer: Im Moment haben die Sparkassen bei bevestor noch einen regionalen Werbeansatz, den sie auch selbst verantworten. Aber natürlich holen wir uns wo notwendig die Unterstützung der Deka und mittel- und langfristig ist das natürlich ein weites Feld für eine zentrale bun-

„Es hat gefruchtet, das Wertpapiergeschäft als Alternative zum Nullzinssparen zu positionieren.“

feld muss und wird in den kommenden Jahren noch spürbar wachsen. Insofern war es nicht so sehr entscheidend, ob wir bei günstigen oder ungünstigen Marktbedingungen an den Markt kommen.

Beide Antworten lassen anklagen, wie wichtig im Zeitalter der Digitalisierung bei wichtigen Entwicklungen die Schnelligkeit geworden ist. Hat die Sparkassenorganisation aus der Vergangenheit gelernt?

Fleischer: Ja, wir haben gelernt, dass die Sparkassenorganisation nicht überall die erste sein muss, aber bei den wirklich bedeutsamen strategischen Entscheidungen frühzeitig dabei ist. Das war in der Vergangenheit nicht immer der Fall, etwa bei der Einführung des S-Brokers. Damals war der Markt außerhalb des Sparkassen-sektors schon weit vorangeschritten und unsere gruppeneigene Lösung kam vergleichsweise spät. Diesmal sind wir mit bevestor vorne dran. Mit Blick auf den

desweite Werbung für das Produkt. Das wäre für uns Sparkassen eine Wunschvorstellung für die Zukunft.

Heinrich: Bisher folgt die Vermarktung ausschließlich regional über die mittlerweile über 150 kooperierenden Sparkassen. Wir haben im Mai 2018 mit zehn Partnersparkassen begonnen und diese Zahl sehr schnell vervielfacht. Inzwischen spüren wir den verstärkten Wunsch nach überregionalen Marketingaktivitäten. Zu diesem Thema laufen gerade Gespräche.

Also bis hin zur Fernsehwerbung zu guten Sendezeiten?

Heinrich: Ja, aber das wäre nur eine zusätzliche Möglichkeit. Es muss in die Multikanalstrategie der Sparkasse passen und entsprechend vermarktet werden. Hier unterstützen wir die Sparkassen mit Lösungsangeboten, mit denen bevestor von den Sparkassen zielgruppengerecht beworben werden kann.



Ralf Fleischer

Vorstandsvorsitzender, Stadtsparkasse München



Dr. Olaf Heinrich

Leiter Digitales Multikanalmanagement, DekaBank, Frankfurt am Main

Auf die verschiedenen Ansätze zur digitalen Vermögensverwaltung hat die deutsche Sparkassenorganisation recht schnell reagiert und schon im vergangenen Jahr eine gruppeneigene Lösung präsentiert. Im Redaktionsgespräch zeigt sich Ralf Fleischer aus Sicht seines Hauses sehr zufrieden und hält es aus dem Blickwinkel der Sparkassen für wichtig, bei dieser wirklich bedeutsamen strategischen Entscheidung frühzeitig dabei zu sein. Für die Dekabank bewertet Olaf Heinrich das Konzept als gleichermaßen wettbewerbsfähig und flexibel, um jederzeit mit der weiteren Marktentwicklung mitzuhalten und eigene Akzente zu setzen. Mit dem neuen Angebot auch ein Kundensegment anzusprechen, das der Sparkassenorganisation verloren gehen könnte, stufen beide als wichtiger ein als die Befürchtung dem traditionellen Fondsgeschäft im Sparkassenlager ernsthafte Konkurrenz zu machen. (Red.)

Wollen Sie die Lösung als ein echtes Robo Advisory verstanden wissen oder ist es eher ein Robo Advisory light, weil immer noch Menschen im Hintergrund an den Investmententscheidungen mitwirken?

Heinrich: Wir bieten einen vollständig digitalisierten Weg zu einer professionellen Vermögensanlage. bevestor stellt den Sparkassen ein marktgerechtes „echtes“ Robo Advisory zur Verfügung. Dies wurde unter anderem von Capital bestätigt. bevestor war im August 2018 erstmals beim Robo-Advisor-Test der Finanzzeit-schrift dabei und erreichte die Maximalbewertung von fünf Sternen.

Wir nutzen bei unserem Angebot die Expertise und Vorteile, die wir in der Dekagruppe haben. Das heißt, wir haben mit bevestor eine innovative Plattform, die auch auf die in der Gruppe vorhandenen Leistungen wie die Vermögensverwaltung

Produktvarianten. Was sind die Unterschiede und wie verteilt sich die Nachfrage?

Heinrich: Die Anlagevariante Relax bietet drei Portfolios, jeweils verwaltet in einem

Komponente das Erzielen höherer Renditen, weil die Kunden die frühen Phasen der Kurserholung versäumen?

Heinrich: Man kann sicher trefflich darüber streiten, ob der Anlageschutz Rendite kostet, er gibt in jedem Falle aber auch Sicherheit. Und die ist den Kunden wichtig. Zudem kann der Anlageschutz auch temporär gewählt, also jederzeit vom Kunden wieder ausgeschaltet werden.

„Die mathematischen Methoden werden weiter an Bedeutung gewinnen.“


durch die Deka Vermögensmanagement und die Depotverwaltung durch die Dekabank zurückgreift. Bewusst nutzen wir die menschliche Komponente und Erfahrung im Rahmen des in der Dekagruppe etablierten Investmentprozesses.

Fleischer: Soweit ich den Markt mit Blick auf den Einsatz von Menschen und Maschinen beobachte, gibt es keinen Anbieter, der eine wirklich individuelle maschinelle Beratung hinsichtlich der jeweiligen persönlichen Situation anbieten kann. Sondern die Kunden werden je nach Risikoneigung mehr oder weniger fein in Kundengruppen eingeteilt, für die dann jeweils ein Portfolio empfohlen wird.


Heinrich: Das sehe ich ähnlich. Es gibt bei allen Anbietern einen Prozess zur Erstellung eines Anlegerprofils, der bei vielen mit recht ähnlichen Fragestellungen abläuft und zur Bildung von Kundengruppen mit unterschiedlichem Chance-Risiko-Profil führt, für die dann ein mit Unterstützung von mathematischen Modellen passendes Portfolio ermittelt wird.

aktiv gemanagten Dachfonds. Diese enthalten je nach Chance-Risiko-Profil der Kunden einen unterschiedlich hohen Aktienanteil. Bei Select kann der Kunde aus fünf Musterportfolios ebenfalls mit unterschiedlicher Risikoausprägung wählen, die im Rahmen einer Vermögensverwaltung professionell gemanagt werden. Die Portfolios bestehen aus passiven Fonds (ETFs) und aktiven Fonds. In Nutzertests haben wir den Wunsch beziehungsweise Bedarf ermittelt, einzelne Themenschwerpunkte wie zum Beispiel Digitalisierung, Lifestyle, Infrastruktur und zukünftig auch Wasser aufzunehmen. Diese Möglichkeit der Individualisierung nutzen aktuell über 80 Prozent der Kunden.


Für die Dekabank insgesamt liegt die Verteilung derzeit bei einem Drittel Relax und zwei Drittel Select. Den zusätz-

 **Wie sehen die Kunden der Stadtsparkasse München diesen Anlageschutz?**

Fleischer: Sie schätzen ihn. Als Angela Merkel und Peer Steinbrück vor rund zehn Jahren die Einlagen als sicher erklärten, hatte das anhaltende Wirkungen in der Bevölkerung. Seither spielt das Thema Kapitalgarantie und Kapitalerschutz bei den Menschen eine große Rolle. Das erleben wir bis heute in den Kundengesprächen wie auch im Direktgeschäft sehr ausgeprägt. Insofern sind wir mit der Funktion Anlageschutz in dieser Flexibilität ausgesprochen zufrieden. Sie entspricht voll den Kundenbedürfnissen.

 **Ist bevestor ein Produkt für Sparkassen jeglicher Größenordnung oder haben größere Häuser an-**

„Die Funktion Anlageschutz in dieser Flexibilität entspricht voll den Kundenbedürfnissen.“

 **Wird darüber nachgedacht, auch eine Variante mit ausschließlich mathematischen Methoden anzubieten?**

Heinrich: Aktuell sind wir mit den bestehenden Modellen zufrieden. Unser Research hat die gängigen Methoden am Markt sehr genau im Auge. Die mathematischen Methoden insbesondere in Verbindung mit künstlicher Intelligenz werden sicher weiter an Bedeutung gewinnen.

lichen Anlageschutz sehen wir als innovative Risikomanagementkomponente, die vor Verlusten in Zeiten starker Marktschwankungen schützen soll.

Fleischer: Unsere Kunden wie auch die Berater kommen gut mit dem neuen Angebot zurecht. Auch in unserem Haus wählen ungefähr zwei Drittel die Variante Select, der Rest entscheidet sich für Relax.

dere Anforderungen an eine digitale Vermögensverwaltung als kleinere?

Heinrich: Grundsätzlich sind die Anforderungen an die digitale Vermögensverwaltung identisch. Einzelne größere Sparkassen wünschen sich darüber hinaus auch Möglichkeiten eines eigenen Angebots. Hier pilotieren wir gerade mit drei Sparkassen eine Whitelabel-Lösung. Das Kooperationsangebot über bevestor steht jedoch klar im Fokus: als die zentrale Lösung der Sparkassen-Finanzgruppe in der digitalen Vermögensverwaltung.

 **Die digitale Vermögensverwaltung der Dekabank bietet zwei**

 **Stichwort Verlustbegrenzung: Verhindert nicht gerade diese**



Unabhängig von der Größe der Sparkassen registrieren wir bei Kontakten mit den Instituten vor Ort, dass es eine intensive Beschäftigung mit Digitalisierungsthemen gibt. An dieser Stelle hilft bevestor bei Diskussionen zur künftigen Positionierung. Insgesamt erhalten wir ein durchweg positives Feedback.

Fleischer: Die Anforderungen der Sparkassen hängen mehr von der Struktur des Umfeldes als von der Größe der Sparkasse ab, wobei beides sicherlich zusammenspielt. In Großstädten wie München, Hamburg, Köln, Stuttgart und Frankfurt herrscht eindeutig eine andere Wettbewerbssituation als in ländlichen Gebieten. Der Marktanteil der Sparkassen im Wertpapiergeschäft ist dort sicherlich ein anderer als in ländlichen Strukturen. Damit ist die Angst vor einer möglichen Kannibalisierung wahrscheinlich in der Fläche stärker ausgeprägt als in Ballungsräumen, in denen das Sparkassengeschäft von vielen Wettbewerbern bedroht ist. Wir erkennen aus dem ersten halben Jahr der Zusammenarbeit mit dem bevestor jedenfalls keinerlei solcher Effekte.

Ohnehin sollten wir akzeptieren, dass es überall einen Typus von Kunden gibt, der auf digitale Lösungen anspringt, völlig unabhängig vom Standort. Es stellt sich damit die grundsätzliche Frage, ob Kunden, die das Produkt im Internet nicht kaufen, in eine Filiale gehen würden, um es zu erwerben oder sich im Netz nach einem anderen Anbieter umsehen. Ich selbst halte Letzteres für höchst wahrscheinlich. Insofern müssen wir in der Sparkassenorganisation noch einmal zur grundsätzlichen Justierung der Frage kommen, wie wir mit Produkten aus dem Internet umgehen.

Kundengruppe? Auch hier tendiere ich zur zweiten Ansicht und habe deshalb keine Sorge vor einer Kannibalisierung. Diese Einschätzung bestätigt sich übrigens schon seit vielen Jahren beim Direktversicherungskonzept für Kfz-Versicherungen. Wenn wir die Kunden mit solchen Präferenzen nicht selbst über den Internetkanal bedienen, sind sie weg.

Heinrich: Diese Erfahrung haben wir ebenfalls, wir erreichen mit bevestor auch neue Kundengruppen. Viele Sparkassen sehen darüber hinaus die Möglichkeit, Kunden wieder an das Wertpapiergeschäft heranzuführen.

flexiblen Anlagekonzept je nach den Kundenbedürfnissen.

In den Verbänden gibt es üblicherweise Gerangel um die Verteilung der Provisionen. Wie ist die Erlösaufteilung zwischen der Dekabank und den Sparkassen bei der digitalen Vermögensverwaltung? Die Sparkassen müssen doch an dieser Stelle zwangsläufig chronisch unzufrieden sein, oder Herr Fleischer?

Fleischer: Die Aufnahme der Kooperation der Stadtparkasse München mit bevestor unterstreicht ein Einverständnis mit den derzeitigen Regelungen. Das soll

„Wir erreichen auch neue Kundengruppen.“

Sind Fondssparlösungen in das Konzept eingebunden?

Heinrich: Der Einstieg in das regelmäßige digitale Wertpapiersparen ist bei bevestor auch ohne Einmalanlage schon ab monatlich 25 Euro möglich. Das bieten wir additiv zu unseren klassischen Lösungen über die Filiale und das Online-Banking an. Die Sparkassen haben damit die Möglichkeit, die Kundensegmente der jungen Sparer und/oder der Kunden mit vergleichsweise niedrigen freien Beträgen an das Wertpapiersparen heranzuführen.

aber nicht heißen, dass wir Sparkassen das Thema nicht irgendwann noch einmal aufgreifen.

Heinrich: Der Kunde zahlt jährliche Gebühren zwischen 0,8 und 1,0 Prozent auf seinen durchschnittlichen Depotwert. Wir betrachten das mit Blick auf die Konditionen anderer Anbieter als wettbewerbsfähiges Angebot.

Gibt es parallel zur digitalen Fondsverwaltung in der Dekabank noch die früheren Konzepte der Vermögensverwaltung?

Wie transparent werden die Kosten für bevestor ausgewiesen?

Heinrich: Die Kosten werden auf der Webseite von bevestor transparent dargestellt. Des Weiteren sieht der Kunde tagesaktuell seine bis dahin angefallenen Gebühren.

Welchen Wert legen Sparkassenkunden heute auf Kostentransparenz? Wie empfindlich reagieren sie auf eine unzureichende Darstellung?


Fleischer: Wie in vielen andern Bereichen ist Kostentransparenz heute ein wichtiger Faktor. Wir akzeptieren das, auch wenn der Umfang der Transparenz, die der Kreditwirtschaft insgesamt durch das WpHG und andere Vorschriften auferlegt

„Der Kunde sieht tagesaktuell seine bis dahin angefallenen Gebühren.“

Das gilt nicht nur für das Wertpapiergeschäft, sondern etwa auch bei unserem Yomo. Gefährden solche Angebote das klassische Filialgeschäft oder sind sie eher Ergänzungsprodukte für eine bestimmte


Heinrich: Ja, die bleiben natürlich fester Bestandteil unseres Produktportfolios, beispielsweise das Deka-Vermögenskonzept als maßgeschneiderte Fondsvermögensverwaltung, auch mit einem

wird, immer wieder hinterfragt werden muss. Die Flut von notwendigen schriftlichen Informationen verursacht bei den Sparkassen hohe Kosten und verunsichert nicht selten auch die Kunden. An vielen Stellen stellt sich die Frage nach dem vernünftigen Maß der Aufklärungsvorschriften, nicht nur bei den Konditionen.

 **Gibt es für große Volumina Sonderkonditionen? Und wenn ja, beschweren sich beispielsweise die kleineren Sparkassen in Bayern darüber bei ihrem Landesobmann?**


spezielle und größer werdende Segment der onlineaffinen Kunden.

Aber alle unsere Marktstudien weisen auf einen anhaltenden Bedarf an qualifizierter Wertpapierberatung hin. Einer neueren Studie nach sind rund dreiviertel der Anleger Multikanalkunden und werden demnach auch weiterhin Wertpapier-Beratung in Anspruch nehmen.

 **Wie wettbewerbsfähig ist das Konzept der Dekabank von der Technik her?**

„An vielen Stellen stellt sich die Frage nach dem vernünftigen Maß der Aufklärungsvorschriften.“

Fleischer: Losgelöst von der Dekabank, also beispielsweise bei Versicherungen, Bausparen und IT-Dienstleistungen, haben wir in dieser Frage im Sparkassen-sektor ganz gute und von allen getragene Lösungen gefunden. Die Grundvergütung ist in der Regel einheitlich und für alle gleich. Und dass es in Abhängigkeit von den Volumina für die größeren Häuser noch einen kleinen Bonus gibt, wenn sie besonders viel absetzen, ist auch bei den kleineren Häusern akzeptiert, zumal auch diese an anderen Stellen manchmal Vorteile haben. Dieses wichtige Thema ist insgesamt in unserer Gruppe bei allen Verbundpartnern ausgewogen geregelt.

 **Hat das normale Fondssparen in Zukunft überhaupt noch eine Chance oder wird sich das alles auf längere Sicht mehr und mehr zu digitalen Lösungen verlagern?**

Fleischer: Auf lange Sicht nehmen digitale Anlagekonzepte an Bedeutung sicher zu. Aber sie werden das klassische Geschäft in der Filiale beziehungsweise durch die Berater nicht ablösen. Beide Varianten werden nebeneinander ihren Platz finden. Die spannende Frage wird die prozentuale Verteilung sein.


Heinrich: Das sehe ich ganz ähnlich. Mit bevestor konzentrieren wir uns auf das

Heinrich: Das Angebot von bevestor ist voll wettbewerbsfähig und im Vergleich zum übrigen Angebot am Markt auch sehr gut positioniert. Bei der Entwicklung und Technik setzen wir auf eine flexible und skalierbare Architektur, die aber auch auf die bewährten Systeme der Dekabank bezüglich Depotverwaltung und Asset Management zurückgreift.

 **Ist auch die Finanz-IT in das Projekt eingebunden?**

Heinrich: Wir haben eine eigenständige Plattform bei bevestor. Aber es wird gerade eine enge Verzahnung zur Finanz Informatik umgesetzt, das heißt, ein Kunde kann über seinen Internetzugang bei der Sparkasse auch auf seine Depots

bei bevestor zugreifen. Auch beim Wertpapier-Reporting wird unsere Lösung künftig integriert werden.

 **Was halten Sie von dem alten und Ende vergangenen Jahres wieder neu vorgetragenen Vorschlag, Aktiensparen zur Altersvorsorge staatlich zu fördern?**

Fleischer: Die rund um die Wahl der neuen CDU-Vorsitzenden wiederbelebte öffentliche Diskussion war leider etwas undifferenziert und parteipolitisch geprägt. Es geht in der Sache nicht um eine Förderung des Aktiensparens in Einzeltiteln und mit sehr hohen Beträgen, sondern um Aktiensparen in kleinen Beträgen und nicht zuletzt für junge Menschen.

An dieser Stelle zeigen alle Erfahrungen, dass die Aktienanlage in der Langfristsichtperspektive nach wie vor die renditestärkste Anlageform ist. Und wenn wir uns über Vermögensaufbau für junge Menschen in die Zukunft unterhalten und dabei feststellen müssen, dass das Aktiensparen in Deutschland im Vergleich zu vielen anderen Ländern kläglich niedrig ist, dann darf man daraus die Frage aufwerfen, ob nicht über eine staatliche Förderung nachgedacht werden sollte. Das gilt gerade in der heutigen Niedrigzinssituation. Die Art und Weise, wie über einen an sich sinnvollen Vorschlag diskutiert wurde, war sehr bemerkenswert.

Heinrich: Für einen langfristigen Vermögensaufbau und die Altersvorsorge sind Aktienanlagen notwendig. Dieses Thema offen zu diskutieren, ist sinnvoll. Andere Länder weisen viel höhere Sparquoten in Aktienanlagen auf. Zudem kann ein staatliches Engagement in diesem Bereich enorm helfen, die Wertpapierkultur in Deutschland zu fördern. Der Nachholbedarf, sich mit Finanzprodukten auseinanderzusetzen, ist in Deutschland sehr

„Digitale Anlagekonzepte werden das klassische Geschäft nicht ablösen.“

groß. Gerade für die junge Generation ist es wichtig, das Wissen um Vermögensaufbau und Altersvorsorge auszubauen. An dieser Stelle haben die Sparkassen auch mit bevestor die Möglichkeit, mit der modernen Gestaltung von Wertpapiergeschäften die Zielgruppe der jungen Kunden anzusprechen und zu begeistern.