


Zeitschrift für das gesamte
REDITWESEN

77. Jahrgang · 15. Februar 2024

4-2024

**Digitaler
Sonderdruck**


Pflichtblatt der Frankfurter Wertpapierbörse
Fritz Knapp Verlag · ISSN 0341-4019



„Wir lösen die Probleme,
die in der Finanzindustrie immer
noch bestehen“
Redaktionsgespräch mit Lars Reiner

Redaktionsgespräch mit Lars Reiner

„Wir lösen die Probleme, die in der Finanzindustrie immer noch bestehen“


 **2023 ist Robo-Advice in Deutschland zehn Jahre alt geworden. Wie würden Sie den Markt des Robo-Advice beziehungsweise der digitalen Vermögensverwaltung aktuell einschätzen? Ist die Goldgräberstimmung vorbei?**

Hier muss man ein wenig differenzieren. Angefangen hat die Entwicklung 2013 damit, dass die ersten Portfolio-Konstruktionen online verkauft wurden. Damals war der Vertriebskanal das Innovative. Und alles, was über eine Online-Maske verkauft wurde, war „Robo“. Erst über die Jahre hat sich dann das heutige Geschäftsmodell entwickelt, das wir kennen. Hinter dem Angebot hat sich mittlerweile die gesamte Infrastruktur komplett verändert. Und daraus ergeben sich auch ganz neue Geschäftspotenziale.

Die Erwartungshaltung, insbesondere in den USA, wo dieses Geschäftsmodell einige Jahre früher an den Markt kam, hat sich ehrlicherweise nicht ganz erfüllt. Betterment, einer der größten Wealth Fonds, wurde 2013 gegründet und liegt heute bei über 50 Milliarden US-Dollar an verwaltetem Vermögen. Das ist groß, aber klein im Vergleich zu dem, was sich manche Investoren am Anfang erhofft hatten. Das heißt, das Geschäftsmodell hat heute stark an Relevanz gewonnen, aber einige der Beteiligten hatten doch etwas zu hohe Erwartungen. Bestimmte Dinge brauchen einfach ihre Zeit.

Über die vergangenen zehn Jahre hinweg zeigt sich allerdings auch: Das Geschäftsmodell und die Unternehmen dahinter sind resilienter geworden und die Branche befindet sich auf einem langjährigen

Wachstumspfad. „Unter der Haube“ tut sich sehr vieles, was weiteres Wachstum in der Zukunft ermöglichen wird.


 **Gilt dies auch für die Zielgruppen? Oder sind die weiterhin sehr eng umrissen?**

Ursprünglich umfasste die Zielgruppe im Wesentlichen Menschen, die zwar auf eine Beratungsleistung verzichten, die sich jedoch nicht die Mühe machen wollten, ihr Portfolio im Detail selbst zusammenzustellen. Das waren die „Early Adopter“. Diese Gruppe wächst zwar, doch sie ist ohne Frage begrenzt.

Heute geht das Angebot über den digitalen Selfservice weit hinaus. Die ganze Branche hat gelernt, dass der digitale Kanal und die Beratung keine gegensätzlichen Angebote, sondern eine Symbiose darstellen. Es macht die Beratung sogar besser, wenn es einen digitalen Kanal gibt. Wir nennen das hybrid. Das heißt zum Beispiel für Ginmon: Wir haben Mitarbeiter, die auf Wunsch über Telefon oder Co-Browsing ihre Kunden beraten, während diese aber auch jederzeit ohne Berater tätig werden können.


Dieselbe Technologie könnte aber auch ein Finanzinstitut im persönlichen Gespräch in der Filiale nutzen. Dann ist man im Bereich Multikanal-Banking, wobei der Berater sich ganz auf das Gespräch konzentriert und alles andere effizient digital im Hintergrund abläuft. Wir erleben heute eine Konvergenz der Modelle. Die Banken müssen digitaler werden. Und wir haben gemerkt, dass auch wir Beratung brauchen, um breitere Kundenschichten zu erschließen und innerhalb

einer Kundengruppe eine höhere Relevanz zu erreichen.

 **Wie sieht der durchschnittliche Ginmon-Kunde aus?**

Der durchschnittliche Kunde ist 47 Jahre alt, allerdings deckt unser Kundenportfolio die deutsche Demografie relativ gut ab. Es gibt jedoch zwei Hauptzielkundengruppen. Die eine sind Menschen aus der Altersgruppe 50 plus, die die Beratung schätzen und sich sehr intensiv mit Vorsorge und Ruhestandsplanung auseinandersetzen.

Die andere ist die Kundengruppe um 35 Jahre. Das sind Menschen, die schon mitten im Berufsleben stecken, bei denen häufig die Familiengründung ansteht und die oftmals einfach keine Lust haben, sich mit Limit Orders und dergleichen zu beschäftigen. Vielleicht auch deshalb, weil sie sich mit dem einen oder anderen Thema bereits ein wenig die Finger verbrannt haben und ihre Anlagen deshalb professionell managen lassen möchten.

 **Das hört sich an wie Bank. Wo ist dann der Unterschied?**

Wir haben den Vorteil, dass wir in einer Zeit gestartet sind, in der wir nicht mehr auf einer bestehenden Legacy aufsetzen mussten, sondern von Anfang an vom Kunden her denken und Produkte und Prozesse entsprechend bauen konnten. Es ist aber tatsächlich so, dass wir genau die Probleme lösen, die in der Finanzindustrie immer noch bestehen und bei denen große Institute Schwierigkeiten haben, dem Trend in der nötigen Geschwindigkeit gerecht zu werden.



Das heißt, es wachsen auch jüngere Kundengruppen in die Beratung nach, wenn der Ruhestand näher rückt?

Die größeren Vermögen liegen natürlich in den Händen der höheren Altersgruppen. So gesehen war es für Banken und Vermögensverwalter immer attraktiv, diese Klientel zu bespielen. Die Problematik bei Banken ist allerdings: Dieser Ansatz kennt ein Ende, spätestens dann, wenn die heute 70- bis 80-Jährigen, die mit papierbasierten Prozessen aufgewachsen sind, von der Generation der Erben abgelöst werden, die eine App für ihre Vermögensanlage haben will.

Das Do-it-yourself war bei Jüngeren schon immer ausgeprägter. Sie glauben immer zunächst einmal, alles besser zu wissen, und probieren es einfach aus. Dann kommen sie in eine Phase hinein, in der sie aus unterschiedlichen Gründen Dinge delegieren und sich zum Beispiel die Autoreifen wechseln lassen, die sie früher selbst gewechselt haben. Zudem ist es ja auch nicht so, dass junge Leute keinen Beratungsbedarf haben – nur führt ihr intuitiver Weg nicht unbedingt in die nächste Filiale. Sie wollen eine Plattform, die das Geschäft einschließlich der Beratung hoch effizient über die verschiedensten Kanäle abbildet und performant ist.

Wir wollen mit einem modernen und innovativen Angebot überzeugen. Das muss nicht nur heute, sondern auch von den kommenden Generationen gut angenommen werden. Bei uns erleben junge Kunden die gleiche User Experience, die sie auch von Neobrokern kennen, nur, dass das Geschäftsmodell ein anderes ist.

Wofür steht eigentlich der Name Ginmon?

Ginmon ist japanisch und bedeutet silbernes Tor. Insofern verstehen wir uns als Wegbereiter zum persönlichen Vermögensaufbau und zur finanziellen Unabhängigkeit. Die Gründungsidee war es, Beratungsleistungen, die früher nur Vermögenden zugänglich waren, einer breiteren Gruppe zugänglich zu machen.

Wir glauben auch, dass es für den Kunden besser ist, wenn er sein Geld auf einer Plattform konsolidiert, die das Vermögen monitort und dem Kunden Hinweise gibt, wenn das Exposure in einer bestimmten Anlageklasse zu hoch ist. Vermögensaufbau und -ausbau hat viel mit Disziplin zu tun und ist immer langfristig angelegt. Dafür steht Ginmon.

Wie hat sich Ginmon 2023 entwickelt?

Wir wachsen im Direktkundengeschäft weiter, 2023 um rund 25 Prozent auf über 300 Millionen Euro Assets under Management. Insofern blicken wir sehr zufrieden auf das vergangene Jahr zurück, das börsenmäßig kein einfaches war. Alles in allem haben wir unsere operative Stärke erneut unter Beweis stellen können.

Was sind für Sie aktuell die Herausforderung am Markt der digitalen Vermögensverwalter? Und wie wirken sich die steigenden Zinsen aus?

Mit der Zinswende ist im Markt ein Move hin zu attraktiven Zinsangeboten entstanden. Neue Gelder werden primär in Zinsangebote investiert. Darauf haben wir reagiert. Unsere Lösung ist allerdings kein Tagesgeld, das an bestimmte Konditionen gebunden ist, sondern ein Geldmarkt-Angebot ohne Begrenzungen. Dabei ist der Zins an den EZB-Zins gekoppelt und der Kunde sieht tagesaktuell seine Konditionen. Der zweite Vorteil: Es handelt sich um ein Sondervermögen, es gibt keine Limits und der Kunde muss sich auch keine Sorgen um den Höchstbetrag von 100.000 Euro bei der Einlagensicherung machen. Das Angebot gilt im Übrigen auch für Firmenkunden.

Das Produkt ersetzt natürlich nicht die langfristige Wertpapieranlage, sondern ist das Richtige für alle, die Geld parken wollen oder einen Anlagehorizont von bis zu fünf Jahren haben. Für sie ist es das bessere Tagesgeld. Insofern lockt es auch den einen oder anderen Neukunden an. Im Kern aber richtet sich das Angebot an unsere Bestandskunden, die bei Gin-



Foto: Stefan Krutsch

Lars Reiner



Geschäftsführer, Ginmon Vermögensverwaltung GmbH, Frankfurt am Main

Ein klein wenig scheint die ursprüngliche Goldgräberstimmung im Markt für Robo-Advice abgekühlt zu sein. Prognosen zufolge liegen die gesamten Assets under Management in diesem Segment im vergangenen Jahr europaweit bei knapp 750 Milliarden Euro. Klar, der Wettbewerb mit den etablierten Instituten und auch Neobrokern ist hart. Dennoch haben sich auch Lösungen durchgesetzt. Der digitale Vermögensverwalter Ginmon verwaltet inzwischen über 300 Millionen Euro an Kundengeldern und ist auch 2023 ordentlich gewachsen. Nun folgt der nächste Schritt, künftig wird Ginmon seine Plattform „apeiron“ auch für Drittanbieter öffnen. Die Redaktion nahm das zum Anlass, mit Ginmon-Geschäftsführer Lars Reiner zu sprechen. Das Interesse der Drittanbieter an diesem Angebot ist groß, stellt er fest. Zum Start liegt der Fokus auf Kreditinstituten. Denn es habe sich längst gezeigt, so Reiner, dass der digitale Kanal und die Beratung keine gegensätzlichen Angebote sind. Zum Hintergrund des Schrittes: Im B2C-Geschäft kann zwar ebenfalls noch viel mehr erreicht werden, doch verspricht das B2B-Geschäft, das im Gegensatz zum ursprünglichen B2C-Angebot europaweit angeboten werden soll, deutlich größere Wachstumsaussichten. (Red.)

mon alles managen, vom Vorsorgesparen über die Bildung von Rücklagen bis hin zu kurzfristigem Geldparken. In unserem Geldmarktprodukt werden Gelder angelegt, die vorher irgendwo anders geparkt waren. Diese Konsolidierung ermöglicht uns, die Kunden in der Beratung anzusprechen, weil wir sehen, dass zum Bei-

spiel der kurzfristig angelegte Anteil am Gesamtvermögen zu hoch ist.

Natürlich hat das ETF-Sparen im Neugeschäft zugunsten der Zinsprodukte einen kleinen Dämpfer erfahren. Der Trend ist jedoch weiter intakt, sodass wir davon ausgehen, dass sich das zur Jahresmitte wieder beschleunigen wird, wenn die zeitlich befristeten Lockangebote auslaufen. Auf den Zinsspar-Boom wird bald wieder ein ETF-Spar-Boom folgen. Und darauf sind viele Banken schlecht vorbereitet.

Welchen Stellenwert hat das Thema Nachhaltigkeit?

Es gibt eine Kundenklientel, die inzwischen sehr stark darauf achtet. Bei Neukunden ist das ein relevanter Anteil, aber noch unter 50 Prozent. Viele Anleger setzen jedoch weiterhin auf klassische Anlagestrategien, nicht zuletzt, weil diese einen besseren Track Record haben, was die Performance betrifft. Langfristig wird die Rendite bei nachhaltigen und klassischen Anlagen konvergieren. Da bei ESG-Anlagen zurzeit jedoch die Diversifikationsmöglichkeiten geringer sind, bedeutet dies, dass man hier mehr Volatilität aushalten muss. Das machen die Anleger in nachhaltigen Investments allerdings auch mit.

Studien zufolge hat das Interesse der Anleger an nachhaltiger Geldanlage deutlich nachgelassen. Spüren Sie das auch? Und erwarten Sie, dass das eine vorübergehende Entwicklung ist?

Es würde mich nicht wundern, wenn es hier in den vergangenen zwei bis drei Jahren mit Covid-19 und dem Krieg in der Ukraine einen Dämpfer gegeben hat. Mit dem Ausbruch des Kriegs wurden viele Dinge infrage gestellt, auch vonseiten der Politik. Ich gehe jedoch davon aus, dass die Delle beim nachhaltigen Investieren eine kurze sein wird.

Was ist für Neukunden auf der Suche nach einem neuen Anbieter am wichtigsten?

Hier spielen zum einen Bewertungen auf Google oder Trustpilot eine Rolle. Auch

Performance und Testsiege sind wichtige Aspekte. Am Ende kommt das Vertrauen durch die intakte Reputation und dass Anbieter sich schon lange am Markt etabliert haben.

Wie hoch liegt bei Ihnen der Einstiegsbetrag in die digitale Vermögensverwaltung?

Uns war es sehr wichtig, dass unsere Dienstleistung sehr offen ist. Prinzipiell kann man bei uns mit einem Euro anfangen. Dafür lässt sich aber natürlich keine vollumfängliche Vermögensplanung beim Berater umsetzen. Erste individuelle Beratungsleistungen starten bei uns ab einem Anlagebetrag von 50 000 Euro.

Wo setzen Sie KI ein?

Für einen sinnvollen Einsatz von KI muss man jeden Use Case genau im Einzelfall betrachten. Wir haben beispielsweise einen Steueroptimierungs-Algorithmus entwickelt, der es ermöglicht, den Sparer-Pauschbetrag zum Jahresende automa-

sches Wachstum gut nach vorne gebracht. Jetzt kommt der B2B-Geschäftsbereich als Geschäftsfeld neu hinzu.

Was ist der Hintergrund für den Einstieg ins B2B-Geschäftsfeld?

Tatsächlich kommen Banken mit der Frage auf uns zu, ob sie auf unserer Plattform aufsetzen können. Lange Zeit konnten wir das nicht. Der letzte größere Baustein, der noch gefehlt hatte, um unsere Plattform auch anderen Anbietern zur Verfügung stellen zu können, waren effizientere Prozesse in der Wertpapierabwicklung. Der Aufbau einer neuen Wertpapierabwicklungsinfrastruktur war deshalb das Projekt der vergangenen zwei Jahre. Jetzt können wir unsere Plattform guten Gewissens für Drittanbieter öffnen.

Mit unserer Plattform „apeiron“ lassen sich viele Probleme lösen, die Banken heute haben – sei es, weil sie veraltete Kernsysteme haben oder geringe IT-Ressourcen. Wir können mit unserer „apeiron Wealth Cloud“ im Vermögensmanage-

„Das B2B-Geschäft ist keine Konkurrenz für das B2C-Geschäft.“

tisch zu realisieren. Wertpapiere werden nach dem First-in-first-out-Prinzip so verkauft, dass der Betrag realisiert wird und die Wertpapiere anschließend wieder zurückgekauft werden. So kann sichergestellt werden, dass der jedem Sparer zustehende Betrag nicht verfällt. Hier ist der Einsatz von KI nicht sinnvoll. Denn die Regeln sind klar, sodass sich das Ergebnis selbst durch eine noch so gut trainierte Künstliche Intelligenz nicht verbessern lässt. Ganz anders sieht dies zum Beispiel beim Thema Kundenservice und Chatbots aus. Dort nutzen wir heute schon sehr erfolgreich KI-basierte Lösungen.

Sind Akquisitionen für Sie ein Thema?

Das steht aktuell nicht im Fokus. Im Direktkundengeschäft hat uns das organi-

ment ein modernes Anwendungserlebnis anbieten, das sowohl das hybride Beratungsmodell mit Finanzberatern vor Ort oder per Telefon und Video als auch die vollständig digitale Landschaft bedienen kann. Sie integriert sich nahtlos und funktioniert als White-Label-Produkt, die das gesamte Vermögensverwaltungsgeschäft umfasst.

Auch die Regulierung ist ein Thema, das Banken seit Langem umtreibt, Stichwort zum Beispiel Haftungsrisiken. Das führt dazu, dass sich Banken aus der Beratung zurückziehen oder die Mindestanlagensummen erhöhen, ab der sie Beratung anbieten. Das lässt ein riesiges Feld offen, in dem nicht nur ein großer Markt nicht bedient wird, sondern das zudem ein soziales Problem aufwirft. Denn wenn die Menschen nicht mehr beraten



werden, droht einer wachsenden Anzahl von Verbrauchern die Altersarmut. Hier stellt sich die Frage, wie diese Klientel weiterhin kosteneffizient betreut und beraten werden kann. Das gelingt nur dann, wenn man sich auf das Beratungsgespräch fokussiert und alles andere, einschließlich der Compliance, hocheffizient und standardisiert auf einer Plattform löst. Wir denken nicht daran, den Berater zu ersetzen, sondern quasi durch einen technischen Co-Piloten noch besser zu machen.

Dass jede Bank sich eine solche Infrastruktur baut, ist überhaupt nicht sinnvoll. Dafür fehlen Kompetenzen, es kostet Geld und ist unverhältnismäßig teuer. Die Idee von Skaleneffekten ist dagegen, dass es für alle günstiger wird, je mehr Partner auf einer Plattform aufsetzen. Und genau dies ermöglicht unsere apeiron-Plattform, wobei der Name apeiron, altgriechisch für „grenzenlos“, für die Skalierbarkeit der Plattform steht.

Tatsächlich hatten wir anfangs die Sorge, dass Banken eigene Plattformen bauen könnten, die genauso gut oder besser als unsere sein könnten. Diese Sorgen bestehen heute nicht mehr. Denn der Abstand ist tatsächlich jedes Jahr größer anstatt kleiner geworden. Das liegt nicht daran, dass Banken keine Budgets investieren, sondern es liegt an der Komplexität der Legacy-Systeme. Und es kommen immer neue technische Entwicklungen wie KI hinzu, die wieder neue Katalysatoren für neue Innovationen und Effizienzgewinne sein können.

Wer sind potenzielle B2B-Kunden?

Perspektivisch wird die Plattform sehr breit eingesetzt werden können. Mittel- bis langfristig ist es eine Plattform für sehr viele Marktteilnehmer, die Wertpapiergeschäft anbieten wollen. Für den Start liegt der Fokus jedoch auf der Bankenwelt, und zwar nicht auf dem Teil der Bankenwelt, bei dem es allein um Digital Selfservice oder ein digitales Me-Too-Angebot geht. Sondern wir fokussieren uns auf Finanzinstitute, die die Multi-Kanalfähigkeit der Plattform nutzen, um

das gesamte Geschäft auf der gleichen Infrastruktur laufen zu lassen.

In Link-out-Lösungen sehen wir keine Zukunft. Sondern unsere Lösung lässt sich direkt in das Ökosystem der jeweiligen Bank integrieren, sodass alles wie aus einem Guss wirkt. Die Partner können sich genau das herausuchen, was sie brauchen. Wir agieren dann gewissermaßen wie ein Generalunternehmer beim Hausbau. Dazu gehört auch, dass wir in der Regel auch das Frontend bauen.

Gibt es vergleichbare Angebote am Markt?

Es gibt natürlich die eigenen Lösungen der Banken. Diese sind allerdings häufig ein wenig in die Jahre gekommen. Und es sind Insellösungen. Die eine Lösung, die alles umfasst und bei der auf einer Plattform alle Kanäle ineinandergreifen, gibt es, Stand heute, praktisch noch nicht, wenngleich es Projekte gibt, bei denen dies das Ziel ist.

Sehen Sie die Gefahr einer Kannibalisierung zwischen B2C- und B2B-Geschäft?

Nein. Das B2B-Geschäft ist keine Konkurrenz für das B2C-Geschäft. Zum einen sind wir im Privatkundenmarkt nicht besonders aggressiv mit Werbekampagnen am Markt unterwegs. Zum anderen hat unsere Zielkundengruppe wenig Überschneidungen mit der Beratungsklientel der Banken. Eher das Gegenteil ist der Fall: Unser Direktkundengeschäft ist unser Testfeld, auf dem wir neue Anwendungen erproben können. Banken wissen dann, dass sie etwas einkaufen, was in der Praxis sehr gut funktioniert und deshalb Auszeichnungen gewonnen hat.

Wie ist das B2B-Geschäft angefallen?

Bisher sind wir sehr zufrieden. Es gibt bereits einige Anbieter, die auf der Plattform agieren. Im Spätsommer 2023 haben wir einen europäischen Broker integriert, mit zwei Produkten, ETF-Sparplänen und einem Zinsangebot. Die Gespräche mit verschiedenen Anbietern

sind sehr vielversprechend und zeigen, dass der Bedarf besteht. In den nächsten ein bis zwei Jahren werden wir uns allerdings sehr genau aussuchen, welche Partnerschaften wir eingehen. Denn wir wollen keine Logos sammeln, sondern letztlich geht es um belastbares Volumen auf der Plattform.

Wie soll sich das Verhältnis B2B- und B2C-Geschäft perspektivisch entwickeln?

Unsere Plattform ist nicht auf Deutschland beschränkt, sondern eine europäische. Schon von daher ist klar, dass das Marktpotenzial im B2B-Bereich signifikant größer ist. Denn wir haben auch nicht den Anspruch unser Direktkundengeschäft europaweit auszurollen.

Wie ist Ginmon eigentlich reguliert?

Ginmon hat bisher keine Vollbanklizenz, sondern ist als Finanzdienstleistungsinstitut reguliert. Die wesentliche Lizenz ist die Lizenz für die Vermögensverwaltung, also Finanzportfolioverwaltung. Sie hat den großen Vorteil, dass man dem Kunden eine Menge an Pflichtinformationen und Zustimmungspflichten ersparen kann, die er im Grunde auch gar nicht möchte.

Ein wesentlicher Unterschied zur Anlageberatung ist auch, dass man in der Vermögensverwaltung keine Rückvergütungen und Provisionen von Produktanbietern vereinnahmen darf. Mit der geplanten Regulierung rund um die EU Retail Investment Strategy gehen wir davon aus, dass dieses Modell zum De-facto-Standard in der Wertpapierberatung wird.

Die einzige Einkommensquelle ist dort das Entgelt, das der Kunde für die Vermögensverwaltung bezahlt. Das muss man in Rechnung stellen und einziehen. Auch diese Prozesse haben wir automatisiert gelöst. Die Depotführung haben wir ausgelagert. Ursprünglich war die DAB-Bank die einzige Depotbank, mittlerweile arbeiten wir mit mehreren Banken zusammen. Es ist jedoch immer eine regulierte Wertpapierverwahrstelle.