
KONJUNKTUR UND STRATEGIE

In eigener Sache: Digitale Transformation im Asset Management

Eines der Modewörter dieser Zeit lautet „Digitalisierung“. Haben Sie in diesem Jahr eine Tageszeitung zur Hand gehabt, in der nicht mindestens ein Artikel diese zum Gegenstand machte? Über alle Ressorts von Politik über Wirtschaft bis zum Feuilleton hinweg war das Thema Digitalisierung unvermeidlich vertreten. Nicht nur meinungsstarke Vertreter von Parteien, Unternehmen, Verbänden und aus der Kultur haben hierzu ihre Meinung beigesteuert. Und vermutlich ist auch diese Publikation zum Jahresende nicht die einzige, die sich dem Thema annimmt. Nun sind wir als Bankhaus M.M.Warburg & CO nicht unbedingt bekannt dafür, jede Modeerscheinung mitzumachen. Gleichwohl wollen wir die Gelegenheit der letzten Ausgabe von „Konjunktur und Strategie“ im Jahr 2017 nutzen, Ihnen unsere Herangehensweise bei diesem Thema vorzustellen.

Zu unserer Tradition gehört es, seit der Gründung im Jahr 1798 die unternehmerische Unabhängigkeit zu wahren. Unternehmerisch handelnd bedeutet in diesem Kontext, das Geschäft fortwährend an den sich wandelnden Kundenbedürfnissen auszurichten. Diesen Wandel frühzeitig zu erkennen ist dabei ebenso wichtig wie die Fähigkeit, vorübergehende Modeerscheinungen von dauerhaften Veränderungen zu unterscheiden. In dieser „Tradition“ beobachten wir aufmerksam, wie sich unsere Lebenswirklichkeit über die letzten beiden Dekaden durch das Aufkommen des Internets sowie umfangreicher Datenbanken und hoher Rechenkapazitäten verändert hat. Und wie sehr sich diese Dynamik nicht zuletzt durch die zunehmend mobile Nutzung immer weiter erhöht. Aktive Treiber dieses Wandels sind die Kunden selbst - mit dem Wunsch nach mehr Transparenz und Information, jederzeit und von überall. Zwangsläufig entstehen hierbei auch neue Vertriebswege, die uns als Bank als Intermediär nicht vorsehen oder uns zumindest eine neue Rollen zuweisen. Für uns stellte sich die Frage, wie wir diesem veränderten Kundenverhalten Rechnung tragen und dabei unsere Kernkompetenzen sinnvoll einbringen können.

Doch wie sieht dem Paradigma der „Selbstbefähigung“ folgend die ideale Lösung für Kunden aus, die eine unabhängige, einheitliche und qualitativ hochwertige Aufbereitung und Analyse Ihrer Gesamtvermögenssituation - jederzeit und von überall - wünschen? Hieraus entstand die Idee einer digitalen Family Office App mit dem Leitspruch „Be your own bank“. Zur Umsetzung wurde Ende 2015 die W&Z FinTech GmbH (www.ownly.de) ausgegründet und bewusst nicht im Stammhaus der Bank an der Alster angesiedelt. Nach knapp einem Jahr konnte eine erste Version der App „OWNLY“ im AppStore von Apple gelauncht werden. OWNLY wird seitdem laufend weiterentwickelt, um den Wünschen der Kunden bestmöglich zu entsprechen. Die Expertise des Bankhauses Warburg spielt bei der fachlichen Ausgestaltung eine wesentliche Rolle: Die Aufbereitung und Analyse komplexer Vermögen über liquide und illiquide Anlagen hinweg bedarf nicht nur Lehrbuchwissen

und Programmierkenntnissen, sondern vor allem der langjährigen Erfahrung in gelebten Kundenbeziehungen. Das Ableiten von Handlungsempfehlungen zur richtigen strategischen und taktischen Allokation erfordert fundierte Finanzmarktkenntnisse und Analysen der Marktentwicklungen. Auch das Angebot von Anlageprodukten kann nur seriös erfolgen, wenn eine sorgfältige, strukturierte Vorauswahl vorgenommen wird. Unsere langjährige Erfahrung in diesem Bereich sowie unsere Unabhängigkeit – ganz frei von institutionellen Einflüssen - erlaubt es uns, diese Leistung auf innovative Weise in einen neuen Kontext zu überführen.

Zunächst zögerlich, doch dann immer massiver hat die Digitalisierung in den letzten Jahren auch das Asset Management geprägt. In den 80er Jahren des letzten Jahrhunderts begannen zunächst Hedgefonds, Portfolios systematisch auf Basis von Computerprogrammen zu steuern, bevor in den 90er Jahren zunehmend auch Publikumsfonds und Vermögensverwaltungen EDV-Prozesse in Anlageentscheidungen einbetteten. Allerdings hat sich dann zunächst für viele Jahre der „digitale Fortschritt“ im Asset Management in Grenzen gehalten, und erst seit etwa drei Jahren sind durch das Aufkommen von Robo-Advisoren die Möglichkeiten der Digitalisierung sowohl bei Vermögensverwaltern als auch bei Kunden erneut in den Fokus geraten. Dabei bestand die Innovation zunächst darin, die Strategiefindung und die Identifizierung von Kunden zu digitalisieren, während (interessanterweise) die Möglichkeiten der Digitalisierung auf der Ebene des Asset Managements noch gar nicht vollumfänglich genutzt werden.

Natürlich stehen hinter Robo-Advisoren mächtige Algorithmen, doch ist die Nutzung dieser regelbasierten Methoden an sich nichts Neues - ähnliche Ansätze werden für institutionelle Kunden seit zwanzig Jahren genutzt. Das Potenzial der Digitalisierung wird für Kunden erst dann erlebbar und nutzbringend, wenn diese regelbasierten Prozesse für die Konstruktion kundenspezifischer Portfolios mit kundenspezifischen Wünschen und Vorgaben eingesetzt werden. Erst dann erhält der Kunde eine Leistung, die sich wirklich von „klassischen“ Angeboten (beispielsweise vermögensverwaltender Fonds) unterscheidet. So schafft man ein Angebot, das Transparenz herstellt, proaktiv informiert und individuelle Nutzerbedürfnisse und individuelle Vorgaben berücksichtigt. Automatisiert heißt dann nicht mehr standardisiert - sondern hochwertig personalisiert. Erst wenn das gelingt, wird das Potenzial der Digitalisierung im Asset Management vollständig genutzt. Hieraus ergeben sich Geschäftsmodelle, die die Vermögensverwaltung in ein digitales Produkt überführen. Zudem wirken zwei weitere Umstände geradezu verkaufsfördernd für eine digitale Vermögensverwaltung: Zum einen die überbordende Regulierung, die eine hochwertige Wertpapierberatung benachteiligt. Zum anderen das andauernde Niedrigzinsumfeld, das den Vermögenserhalt in liquiden Anlagen zu einer komplexen Herausforderung macht und die Liebe der Deutschen zu reinen Sparprodukten obsolet werden lässt.

Daher haben wir zusammen mit dem Berliner FinTech Elinvar als technologischem Partner selbst eine digitale Vermögensverwaltung entwickelt, um diese Entwicklung aktiv mitzugestalten und Kunden die Möglichkeit zu geben, an den Vorteilen der Digitalisierung zu partizipieren. Bereits ab einem Anlagebetrag von € 20.000 können Investoren ihre Anlageentscheidungen an die Experten von M.M.Warburg & CO delegieren. Die Ermittlung der persönlichen Anlagestrategie wie auch der Vertragsabschluss und die Depotöffnung erfolgen komplett online. Der Anlageprozess besteht im Gegensatz zu vielen üblichen Robo-Advisor-Angeboten aus einer Mischung regelgebundener Elemente und qualitativer Markteinschätzungen. Damit gleicht unser Prozess eben nicht einer statistischen Black-Box, sondern ist in jedem Schritt auch fundamental nachvollziehbar. Im Ergebnis erhält der Kunde hochgradig diversifizierte Multi-Asset-Portfolios auf Basis einer Vielzahl von ETFs und aktiv verwalteter Fonds, die mit der Risikobereitschaft und Risikotragfähigkeit des Kunden übereinstimmen.

Mit „Warburg Navigator“ verfügen wir über eine leistungsfähige Plattform zur weiteren Entwicklung der digitalen Vermögensverwaltung. Im Fokus stehen hochpersonalisierte Portfolios, die aus den individuellen Vorgaben und Präferenzen der Investoren digital konzipiert, umgesetzt und laufend angepasst werden. So wird es möglich sein, selbst spezifische Vorgaben im Bereich der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen und sogar mit individuellen Einzeltitelportfolios darzustellen. Was sich jetzt noch wie reine Zukunftsmusik anhört, könnte schon in einem Jahr Realität werden und damit beweisen, dass das vielzitierte Wort „Disruption“ auch langsam eine Relevanz im Asset Management entwickelt. Wer mit dieser Entwicklung eine kalte, gesichtslose und virtuelle Welt des Investierens assoziiert, liegt übrigens komplett falsch. Gerade die Personalisierung von Strategien verlangt nach hochqualifizierten Beratern, die den Kunden Möglichkeiten und Grenzen solcher Systeme erklären und aufzeigen können. Und selbst das ganz „klassische“ Asset Management profitiert von den Fähigkeiten, die mit digitalen Prozessen einhergehen, selbst wenn dort der Abschluss von Verträgen und der laufende

Informationsaustausch nicht im virtuellen Raum stattfinden, sondern immer noch in einem echten Bankhaus.

So sind wir der festen Überzeugung, dass das Aufnehmen und Mitgestalten technischer und gesellschaftlicher Veränderungsprozesse sehr gut in die über 200-jährige Tradition unseres Bankhauses passt. Der Umgang mit Wandel bleibt für uns eine der Grundtugenden für unsere unternehmerische Unabhängigkeit.

In diesem Sinne: Liken Sie uns doch auf Facebook!



Wir wünschen allen unseren Leserinnen und Lesern ein frohes Weihnachtsfest und einen guten Start in das neue Jahr. Schön, dass Sie uns 2017 die Treue gehalten haben. Über Ihre Anregungen und Kommentare haben wir uns sehr gefreut. Bitte nehmen Sie auch im nächsten Jahr gerne Kontakt zu uns auf.

Die nächste Ausgabe von „Konjunktur und Strategie“ erscheint am 4. Januar 2018.

Carsten Klude	+49 40 3282-2572	cklude@mmwarburg.com	Martin Hasse	+49 40 3282-2411	mhasse@mmwarburg.com
Dr. Christian Jaspermeite	+49 40 3282-2439	cjaspermeite@mmwarburg.com	Dr. Rebekka Haller	+49 40 3282-2452	rhaller@mmwarburg.com
Dr. Jörg Rahn	+49 40 3282-2419	jrahn@mmwarburg.com	Bente Lorenzen	+49 40 3282-2409	blorenzen@mmwarburg.com
Julius Böttger	+49 40 3282-2229	jboettger@mmwarburg.com			

Diese Information stellt weder ein Angebot noch eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots dar, sondern dient allein der Orientierung und Darstellung von möglichen geschäftlichen Aktivitäten. Diese Information erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit und ist daher unverbindlich. Sie stellt keine Empfehlung zum eigenständigen Erwerb von Finanzinstrumenten dar, sondern dient nur als Vorschlag für eine mögliche Vermögensstrukturierung. Die hierin zum Ausdruck gebrachten Meinungen können sich jederzeit ohne vorherige Ankündigung ändern. Soweit Aussagen über Preise, Zinssätze oder sonstige Indikationen getroffen werden, beziehen sich diese ausschließlich auf den Zeitpunkt der Erstellung der Information und enthalten keine Aussage über die zukünftige Entwicklung, insbesondere nicht hinsichtlich zukünftiger Gewinne oder Verluste. Diese Information stellt ferner keinen Rat oder eine Empfehlung dar. Vor Abschluss eines in dieser Information dargestellten Geschäfts ist auf jeden Fall eine kunden- und produktgerechte Beratung erforderlich. Diese Information ist vertraulich und ausschließlich für den hierin bezeichneten Adressaten bestimmt. Jede über die Nutzung durch den Adressaten hinausgehende Verwendung ist ohne unsere Zustimmung unzulässig. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Medien sowie sonstige Veröffentlichung des gesamten Inhalts oder von Teilen.