



Herbert Kahlich

1970 trat er in die damalige Schweizerische Kreditanstalt ein und war vorerst in der Finanzanalyse tätig. Zwei Jahre später wechselte er ins Ressort Anlagefonds, wo er in verschiedenen Funktionen während über 20 Jahren beim Ausbau dieses Geschäftsbereichs mitwirkte und Mitglied der Geschäftsleitung wurde. 1999 gründete er FundStreet, einen Fonds-Anlageberater im Internet. Dort ist er CEO und Verwaltungsratsdelegierter.

«Der Kunde will den besten Fondsmix für seine Anlagen»

Laut **Herbert Kahlich**, Chef der Internet-Plattform **FundStreet**, werden Anlagefonds in der Gunst der Schweizer Anleger weiter steigen. Grössere Verschiebungen im Fondsmarkt erwartet er nicht.

Interview: *Andreas Fuchs*

Stocks: Die demnächst beginnende Fondsmesse ist der bedeutendste Anlass der ganzen Branche in der Schweiz. Welchen Nutzen hat diese Veranstaltung für Ihr Unternehmen?

Herbert Kahlich: Einerseits werden wir uns zusammen mit unseren Partnern den Anlegern präsentieren und über uns informieren. Andererseits ist die Messe ein idealer Anlass für unser Research-Team, das dort aus einer grossen Fülle von Brancheninformationen schöpfen kann.

Sie sind schon viele Jahre in der Fondsbranche tätig; in welchen Bereichen hat sich am meisten verändert?

Grosse Veränderungen haben auf der Produktseite stattgefunden. Es gibt einen starken Trend zu Nischenprodukten wie z.B. Themenfonds oder Hedgefonds. Stark gewandelt hat sich das Kundenbedürfnis. Der Kunde ist nicht unbedingt mit den Fonds seiner Bank zufrieden, sondern er möchte den besten Fonds, oder besser gesagt den besten auf ihn zugeschnittenen Fonds-Mix. Das führt dazu, dass immer

mehr nicht nur die bankeigenen Fonds verkauft werden, sondern auch Drittfonds.

Fonds sind heute bei den Schweizer Anlegern stark verbreitet. Rund 30 Prozent besitzen Fonds. Das ist viel, auch im gesamteuropäischen Vergleich. Ist die Sättigungsgrenze schon erreicht?

Das Potenzial bei uns ist weiterhin sehr gross. Der Fondsanteil der Amerikaner ist im Durchschnitt immer noch doppelt so gross wie bei uns. Mit der Einführung der fondsgebundenen Altersvorsorge in Europa (in Deutschland wird es demnächst Pensionsfonds geben) werden wir uns an die amerikanischen Sätze annähern. Auch in der Schweiz werden fondsgebundene Pensionskassen zu einem wichtigen Thema. Bei diesem Modell kann der Mitarbeiter frei wählen, in welche Fonds er seine Pensionskassengelder anlegen möchte.

Der Schweizer Fondsmarkt wird seit längerer Zeit von den drei Grossen UBS, Credit

Suisse und Swissca dominiert. Wird sich daran in den nächsten Jahren etwas ändern?

Es drängen sehr viele neue Fondsgesellschaften, vor allem amerikanische, in die Schweiz. Ich glaube jedoch, dass die Grossen gross bleiben werden, denn sie haben ihren Kundenstamm. Umgekehrt gilt aber dasselbe: Die Grossen in der Schweiz sind auf den ausländischen Fondsmärkten kleinere Player.

Beim Vertrieb der Fonds kommt es immer mehr zu einer Öffnung. Fondsgesellschaften verkaufen nicht mehr nur über ihre traditionellen Absatzkanäle. Was bedeutet das für den Anleger?

Das kommt dem Anleger entgegen. Heute kann er bei einigen Banken denjenigen Fonds wählen, der seinen Vorstellungen und Bedürfnissen entspricht. Der Fonds muss ja zum Anlegerprofil des Kunden passen. Die Internet-Vertriebsplattformen fördern diese Entwicklung noch, weil sie für mehr Transparenz sorgen.

FundStreet will in einigen Jahren der am weitesten verbreitete, bankenunabhängige Fondsberater der Schweiz sein. Welches sind die wichtigsten Schritte, die es braucht, um das Ziel zu erreichen?

Wir müssen unbedingt unsere Unabhängigkeit bei der Auswahl der Fonds bewahren. Gleichzeitig brauchen wir Partnerschaften mit Internet-Providern, um genügend Kunden zu generieren. Schliesslich

«Wir sind eine Schnittstelle zwischen Anlegern und Anbietern.»



BILD:PEF

müssen wir dem Anleger einen Mehrwert bieten. Dies geschieht in Form einer massgeschneiderten Beratung und Begleitung, auch nach dem Kauf eines Fonds.

Um die Unabhängigkeit weiterhin zu behalten, müssen Sie verhindern, dass Sie z.B. von einem Grossen der Branche übernommen werden. Wie wollen Sie dies vermeiden?

Wir haben ausschliesslich private Investoren und versuchen, das auch so lange wie möglich beizubehalten. Später wäre allenfalls eine Finanzierung durch Venture-Fonds möglich. Wir werden aber weiterhin die Aktienmehrheit kontrollieren.

Ihr Unternehmen ist einerseits ein Fonds-Anlageberater im Internet. Damit sprechen Sie den Konsumenten direkt an. Andererseits ist es eine kommerzielle Plattform für Banken oder Versicherungen. Weshalb macht FundStreet im Zeitalter der Fokussierung beides?

Wir konzentrieren uns auf den Fondsvertrieb übers Internet, sei das nun Business-to-Consumer oder Business-to-Business. Darin sehe ich keinen Widerspruch, denn wir sind weder eine Bank noch ein Broker. FundStreet ist ein Finanzportal, das den Banken Kunden zuweist und an Banken, Versicherungen sowie selbstständige Anlageberater Wissen und Erfahrung weitergibt. Wir sind eine Schnittstelle zwischen Anlegern und Anbietern und stehen mit letzteren nicht in Konkurrenz.

Durch das Internet werden auch die Gebühren sinken. Welche Gebühren werden zuerst wegfallen?

FundStreet

Das Unternehmen ist ein Fonds-Anlageberater im Internet (Business-to-Consumer), aber auch eine kommerzielle Plattform für Fondsanbieter (Business-to-Business). FundStreet konzentriert sich auf das Erstellen von Anlagevorschlägen mit Fonds sowie die Weiterleitung von Aufträgen an Fondsanbieter, Internetbroker und Banken. Einnahmen erzielt FundStreet unter anderem aus Bannerwerbung, Lizenzen und Fondstransaktionen.

www.fundstreet.com

Die Ausgabekommissionen werden stark unter Druck geraten, denn der Beratungsaufwand beim Kauf übers Internet wird sich wesentlich vermindern. Spezielle Beratung wird der Kunde in Zukunft extra bezahlen müssen. Im Internet muss der Handel von Fonds so billig werden wie derjenige von Aktien.

Werden sich die Funktionen der Fondsproduzenten und der Fondsvertreiber noch stärker trennen?

Die Finanzportale werden die Produkte, die sie im Sortiment haben wollen, einkaufen. Sie nehmen z.B. den Geldmarktfonds der Bank A, den Aktienfonds der Bank C und den Obligationenfonds der Bank D. Das Ziel ist natürlich, möglichst die besten Fonds anzubieten. Der Kunde aber wird gar nicht merken, dass verschiedene Banken involviert waren.

Die Zahl der Anbieter von Finanzinformationen im Internet steigt ständig, es herrscht Aufbruchstimmung. Was aber braucht es, um sich längerfristig behaupten zu können? Es braucht sicher Kooperationen. Die einzelnen Portale brauchen eine Mindestzahl von Besuchern, die sich einklicken, und das wird nur durch Kooperationen möglich sein. Die einzige Alternative dazu wäre, sehr viel Geld in die Werbung zu stecken. In den USA zahlt der Broker E-Trade rund 300 Dollar Werbekosten für einen neu gewonnenen Kunden. Die Finanzportale bei uns werden dazu kaum bereit sein, sondern auf Partnerschaften setzen. Ein Beispiel dafür ist die UBS, die mit der Lufthansa zusammenspannt. Die UBS offeriert denjenigen Lufthansa-Kunden, die das Vielfliegerprogramm «Miles and More» nutzen, ihre Anlagefonds. Für jeden Fondskauf werden dann im Gegenzug Flugmeilen gutgeschrieben. Solche Partnerschaften werden immer häufiger.

Dass Sie selbst in Fonds anlegen, liegt auf der Hand. Mit welchen Einzelaktien haben Sie zuletzt Geld verloren und gewonnen?

Geld verloren habe ich mit meinen DaimlerChrysler-Aktien. Auf der positiven Seite war ich mit meinem Engagement in TIM, der Telecom Italia Mobile. ■



BILD:PEF