

Wie haben Sie das erste Jahr der Pandemie persönlich erlebt?

KURT VON STORCH: Als extrem herausfordernd und verstörend zugleich. Da geht es uns vermutlich wie allen anderen auch. Wir vermissen das alltägliche Leben, so wie wir es kannten – die ungewungenen sozialen Kontakte.

Und aus Sicht der Anleger?

BERT FLOSSBACH: Im Englischen gibt es ein schönes Wort: „weird“. Es steht für bizarr, seltsam, merkwürdig, skurril. All das beschreibt das Corona-Jahr recht gut. Zunächst der Börsenabsturz im Frühjahr – einen so heftigen Kursrutsch in so kurzer Zeit hatte es nie gegeben, dann die bis heute andauernde Kursrally, die vielen Aktienindizes Rekorde beschert hat.

Wie haben Sie als professionelle Investoren darauf reagiert?

FLOSSBACH: Wir hatten, als an Karneval die ersten Toten in Italien vermeldet wurden, unsere Aktien-Portfolios konsequent abgesichert und so den Rücksetzer relativ gut abfedern können. Von der folgenden Rally haben wir profitiert, allerdings nicht so stark wie der breite Markt, der spätestens von November an vor allem von jenen Aktien getragen wurde, die zuvor kräftig unter die Räder gekommen waren – eben auch von sehr zyklischen, zum Teil eher anfälligen Unternehmen wie Banken oder Luftfahrtkonzernen. Das sind Titel, die wir wegen der Anfälligkeit des Geschäftsmodells grundsätzlich meiden.

Wie hat sich Ihr Geschäft entwickelt?

VON STORCH: Im Wissen um all diejenigen, die nach wie vor sehr unter den wirtschaftlichen Folgen der Pandemie leiden, mag man es gar nicht so laut sagen, aber sehr gut. Wir haben viel Zuspruch bekommen und neue Anleger für uns gewonnen. Seit Beginn der Pandemie sind uns netto 16,5 Milliarden Euro zugeflossen, insgesamt verwalten wir nun 70 Milliarden Euro. Über den Vertrauensvorsprung freuen wir uns natürlich, wengleich wir uns wünschten, die Umstände wären andere.

Welche Fragen beschäftigen Anleger in solchen Phasen besonders? Suchen sie öfter als sonst den persönlichen Kontakt?

FLOSSBACH: Wie geht es weiter an den Märkten? Was bedeuten die Turbulenzen für das (eigene) Vermögen? Diese Unsicherheit ist nur zu gut nachzuvollziehen. In einer solchen Phase geht es deshalb zuallererst darum, das uns anvertraute Vermögen so gut es geht zu schützen und nicht die Timing-Helden für die Wahl des besten Zeitpunkts spielen zu wollen. VON STORCH: Außerdem ist es uns wichtig, unseren Kunden die Anlageentscheidungen nachvollziehbar erläutern zu können. Da der persönliche Kontakt in diesem Umfeld schwieriger geworden ist, haben wir im vergangenen Jahr viele Schritte unternommen, um diesen Austausch mithilfe digitaler Medien führen zu können. So haben wir auf einer Etage des Büros ein eigenes TV-Studio eingerichtet, „Livestreams“ produziert und digitale Kundenveranstaltungen abgehalten.

Welche Fonds sind besonders gefragt?

FLOSSBACH: Das Interesse ist insgesamt sehr erfreulich. In unserem Mischfonds „Multiple Opportunities“ sind in verschiedenen Tranchen inzwischen rund 35 Milliarden Euro investiert. Gefragt sind zu dem Aktienfonds, aber auch einer unserer Anleihefonds („Bond Opportunities“) verwaltet nun mehr 5 Milliarden Euro.

Welche Rolle spielt das Thema nachhaltiges Investieren für Sie?

FLOSSBACH: Für unsere Anlagestrategie war Nachhaltigkeit schon immer ein essenzieller Bestandteil der Analyse – weil sie die notwendige Bedingung für langfristigen Erfolg ist. Ein gutes Unternehmen muss langfristig denken und planen, eine gute Führung und Kultur haben, seine Eigentümer, Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner wertschätzen wie auch sein soziales Umfeld und die Umwelt.

Kein konfliktfreies Thema.

FLOSSBACH: Heute wird es mitunter missbraucht. Für die Politik ist das Thema eine elegante Möglichkeit, die Zuständigkeit anderen in die Schuhe zu schieben, statt selbst effektive, aber unbeliebte Gesetze zu erlassen. Den Marketingexperten der Finanzindustrie kommt es als neuer



Kurt von Storch (links) und Bert Flossbach

Foto Stefan Finger

„Wir müssen liefern“

Der Vermögensverwalter Flossbach von Storch hat sich vor allem mit seiner Strategie, verschiedene Anlagen zu mischen, einen Namen gemacht. Mit dem Erfolg und der Größe wächst die Verantwortung – auch was eine verlässliche Nachfolge angeht.

Verkaufsschlager sehr gelegen – ESG-Fonds sind der Renner. Leider sind die Analyse-Schablonen oft nicht geeignet, Gutes sinnvoll von Schlechtem zu trennen, wie der Fall Wirecard zeigt. Denn die Aktien waren in einem großen Nachhaltigkeitsfonds prominent vertreten.

Wie beurteilen Sie die Lage an den Aktienbörsen? Drohen Rückschläge, weil zu viel Positives vorweggenommen ist?

FLOSSBACH: Es wird immer wieder harte Einschlüsse geben, wie zuletzt im März vergangenen Jahres oder auch im vierten Quartal 2018. Nichtsdestotrotz werden Sie in einer Welt ultraniedriger Zinsen langfristig nicht um Aktien herumkommen – ob Sie wollen oder nicht.

Was könnte den nächsten Kursrückgang auslösen?

FLOSSBACH: Es gibt Themen, die immer wieder aufpoppen können. Der Wettstreit zwischen den USA und China um die globale Vormachtstellung zum Beispiel und all seine Auswüchse wie der jüngste Aufruf der Regierung in Peking, Produkte einiger westlicher Textil-Unternehmen zu boykottieren. Die betroffenen Aktien fielen deutlich im Kurs – H&M, Adidas, Nike. Da erinnert man sich schnell, dass gerade die deutschen Autokonzerne sehr viel Geschäft in China machen.

Was steht besonders im Fokus?

FLOSSBACH: Im Moment dürfte sicherlich die Zinsentwicklung am wichtigsten sein. Käme es im Zuge anziehender Inflations- und Wachstumsraten zu einem weiteren Renditeanstieg – und würde daraufhin die Fortsetzung der lockeren Geldpolitik infrage gestellt werden, dürfte das zeitweise für Unsicherheit an den Aktienmärkten sorgen. Eine solche Entwicklung wäre allerdings kaum nachhaltig und langfristig eher Chance als Risiko.

Ein ganz anderes Thema: Sie sind im Januar 60 Jahre alt geworden, Herr von Storch – Sie, Herr Flossbach, werden es im August. Die Nachfolge ist häufig ein Problem und vermutlich erst recht, wenn Sie als Namensgeber des Unternehmens essenziell für das Geschäft sind?

VON STORCH: Wir beide kommen aus Unternehmerfamilien, aus mittelständischen Unternehmen. Viele unserer Kunden sind mittelständische Unternehmer. Wir wissen nur zu gut, dass die Nachfolgeplanung existenziell ist – und wie groß die Verantwortung gegenüber Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern ist.

Wie stellen Sie sich darauf ein?

Wir haben in den vergangenen Jahren eine starke zweite Ebene im Unternehmen etabliert, auch ganz bewusst mit klugen jüngeren Köpfen, die zunehmend Verantwortung übernommen haben, und werden dies künftig noch stärker tun. Zudem haben wir Anfang des Jahres ein Partnerschaftsmodell eingeführt, das

Führungskräfte am unternehmerischen Erfolg beteiligt und sie stärker beziehungsweise langfristig an das Unternehmen bindet. Erste Partner sind nun Marcus Stollenwerk, Leiter Vermögensverwaltung, und Philipp Vorndran, Kapitalmarktstrategie. Weitere werden folgen.

Heißt das umgekehrt, dass Ihr Rückzug schon absehbar ist?

FLOSSBACH: Nein, ganz im Gegenteil, wir beide haben noch viel vor. Wir müssen aber Strukturen schaffen, die der Unternehmensentwicklung Rechnung tragen. Flossbach von Storch verwaltet heute mit 280 Mitarbeitern mehr als 70 Milliarden Euro. Wir sind längst keine Zwei-Mann-Show mehr und dem Status einer kleinen Investment-Boutique entsprechen. In den vergangenen Jahren sind viele neue Aufgaben hinzugekommen, die wir auf mehrere Schultern verteilt haben.

Was versprechen Sie sich von diesem Schritt für Ihre Kunden?

VON STORCH: Wir haben mehr als eine Million Anleger und Kunden – in ganz Europa. Darunter Vorsorgesparer, Unternehmer, aber auch eine wachsende Zahl institutioneller Investoren, große Pensionskassen und Versicherer etwa. Für diese ist es wichtig, dass ihr Asset Manager „geschäftsfähig“, also breit aufgestellt ist, was die Unternehmensführung betrifft.

Wo sehen Sie Ihr Unternehmen denn in vielleicht zehn oder 20 Jahren?

FLOSSBACH: Uns geht es zuallererst darum, einen guten Job zu machen. Die Erwartungen an uns zu erfüllen und besser noch zu übertreffen. An dieser grundsätzlichen Haltung wird sich nichts ändern und darf es auch nicht. Denn wir wissen natürlich, dass wir in einer Branche unterwegs sind, die großen, umwälzenden Veränderungen ausgesetzt ist. Denken Sie an den Wettbewerb mit börsengehandelten Fonds, den ETFs. Unsere Daseinsberechtigung ist nicht gottgegeben. Wir müssen sie uns Tag für Tag aufs Neue erkämpfen. Wir müssen gute Leistungen liefern – in Wertentwicklung, Sicherheit und Service. Natürlich müssen wir dazu auch unser Geschäftsmodell weiterentwickeln.

Sie wollen die Vermögensverwaltung künftig auch über das Internet ermöglichen. Warum das?

VON STORCH: Genau das meinen wir mit weiterentwickeln. Flossbach von Storch ONE ist die Weiterentwicklung unserer fondsbasierter Vermögensverwaltung, die nun einen digitalen Zugang hat, von der Depotöffnung über die Performance-Abfrage bis hin zu Detailinformationen des Portfolios.

Was versprechen Sie sich davon?

FLOSSBACH: Es gibt eine wachsende Gruppe von Anlegern, die sich einen digitalen Zugang wünscht, weil es bequem und effizient ist. Weil es ihren Nutzungs-

gewohnheiten entspricht. Auf dieses wachsende Bedürfnis stellen wir uns ein.

Wären Sie mit diesem Schritt hierzulande die ersten Vermögensverwalter?

VON STORCH: Wir gehen unseren eigenen Weg, insofern fehlt vielleicht der Vergleich. Das Thema digitale Vermögensverwaltung ist aber nicht neu. Einige Anbieter machen das schon länger und auch gut. Andere erwecken den Anschein, vor allem auf ihr Marketinggeschick zu vertrauen. Das, was einen guten Vermögensverwalter auszeichnen sollte – eine vernünftige Anlagestrategie –, fehlt dagegen.

Und wie sieht dieser Weg aus?

VON STORCH: Wir verstehen Flossbach von Storch ONE nicht als digitale Vermögensverwaltung. Nur der Zugang ist digital, die Dienstleistung und die Anlagephilosophie bleiben gleich. Aktives Portfoliomanagement mit über Jahrzehnte aufgebauter Expertise. Unsere Kunden sollen die Anlageentscheidungen verstehen. Diese Nachvollziehbarkeit schafft erst das notwendige Vertrauen, um auch in unruhigen Marktphasen investiert zu bleiben.

Und wie wollen Sie das erreichen?

VON STORCH: Flossbach von Storch ONE ist keine „Lightversion“ der klassischen Vermögensverwaltung. Als ONE-Kunde können Sie sich jederzeit online oder in der App über Wertentwicklung und Aufstellung Ihres Portfolios informieren. Sie können aber genauso einfach ein persönliches Gespräch führen – Sie müssen also nicht mit Alexa sprechen.

Sie haben das neue Modell bestimmt getestet. Wie verlief der Start?

VON STORCH: Erfreulich gut. Wir haben das Modell bisher nicht beworben; es ging ausschließlich über Empfehlungen. Sehr viele unserer Mitarbeiter sind ONE-Kunden der ersten Stunde. Die Wertentwicklung kann sich sehen lassen und entspricht fast lehrbuchhaft den unterschiedlichen Risikoklassen. Auch die Bedienbarkeit und Transparenz werden goutiert.

Wie viel Geld muss man mitbringen, um es so verwalten lassen zu können?

VON STORCH: Wir haben lange darüber diskutiert. Flossbach von Storch ONE richtet sich an Kunden, die eine umfassende Vermögensverwaltung suchen – einerseits. Daher braucht es eine Mindestgröße. Andererseits können wir die Schwelle wegen der digitalisierten und damit vereinfachten Prozesse deutlich niedriger ansetzen als bei anderen Mandatsformen, etwa einer rein einzeltitelbasierten Vermögensverwaltung. Letztlich haben wir uns für 100 000 Euro entschieden – das passt unseres Erachtens sehr gut zur dahinterliegenden Dienstleistung. Bisher waren es in der Regel etwa 10 Millionen Euro für die Verwaltung mit Einzelwerten und 2,5 Millionen Euro über Fonds.

Haben Sie also künftig zwei Modelle der Vermögensverwaltung?

VON STORCH: Nein, eigentlich weiterhin ein Modell und eine Anlagephilosophie. Wenn überhaupt, dann liegt der Unterschied im Zugang zu der Dienstleistung und der Benutzeroberfläche.

Welche Wahlmöglichkeiten hat man?

FLOSSBACH: Je nach Risikoneigung gibt es insgesamt sieben verschiedene ONE-Anlagestrategien – von defensiv bis offensiv. Während die defensivste Variante maximal 25 Prozent des Anlegervermögens in Aktien investieren darf, sind es im Falle der offensivsten bis zu 85 Prozent.

Worin sehen Sie die Vorteile für die Anleger?

VON STORCH: Das neue Produkt umfasst alle Dienstleistungen aus einer Hand: das Portfoliomanagement, die Depotführung oder auch das gesamte Reporting. Der Anleger erhält eine umfassende Vermögensverwaltung, eine globale Anlagestrategie in einem Portfolio.

Planen Sie vor diesem Hintergrund auch den Direktvertrieb Ihrer Publikumsfonds?

VON STORCH: Nein, im Gegenteil. Wir arbeiten seit vielen Jahren vertrauensvoll mit unseren Vertriebspartnern zusammen – diese Zusammenarbeit wollen wir weiter ausbauen und intensivieren.

Die Fragen stellte **Kerstin Papon**.