

# Die neue Einfachheit

Wie Finanz-Start-ups die Branche aufmischen und den Banken Kunden abjagen

Wenn es stimmt, dass die Jugend die Zukunft ist, dann sieht es düster aus für die traditionellen Banken. Gefragt nach der Industrie, die am dringendsten umgekrempelt werden müsste, nannte eine überwältigende Mehrheit kürzlich in einer Studie: die Banken. Tatsächlich erreicht die Digitalisierung, die andere Branchen längst weggespült hat, die Banken erst jetzt. Dafür umso heftiger: Die Zahl der Start-ups im Finanzbereich, der sogenannten Fintechs, wächst unübersehbar. Sie machen alles,

## DIE ANGREIFER

was Banken machen, aber sie wollen in allem besser sein – schneller, einfacher, mobiler, billiger, fairer, transparenter. Die Finanzwelt steht vor vielen Fragen: Wie reagieren die Banken? Wer beaufsichtigt die neuen Anbieter? Wird jetzt alles billiger? Unsicherer? In einer neuen Serie geht die SZ diesen Fragen nach und beleuchtet die interessantesten der Finanz-Revoluter. Denn sicher ist bisher nur eins. Sie sind: Die Angreifer.

Von außen betrachtet ist Markus Jordan einer von ihnen. Doch auch wenn das Herumhacken auf Banken zur Zeit beliebt ist, kommen Jordan keine markigen Sprüche über die Lippen. Und dann greift Jordan die Banken ja auch in einem ihrer ureigsten Geschäftsbereiche frontal an: der privaten Geldanlage. Jordan sieht es so: Viel zu lange schon verkaufen Banken ihren Kunden mittelmäßige bis schlechte Anlageprodukte – und das auch noch zu viel zu hohen Preisen. Es könnte sein, dass er weiß, wovon er spricht, schließlich arbeitete der 40-Jährige bei drei großen Geschäftsbanken, bevor er sich selbständig machte – in der Vermögensverwaltung.

Will ein Kunde etwa mit Aktienfonds fürs Alter vorsorgen, ist es ja tatsächlich so, dass die Bank erst einmal die Hand aufhält: Ausgabeaufschlag nennt sich das und kostet leicht mal drei bis vier Prozent der Anlagesumme. Und so geht es weiter: Mit Depotgebühren und Gebühren für das Fondsmanagement nämlich, und zwar auch dann, wenn es schlecht läuft. Das hält einige Anbieter nicht davon ab, sich extra belohnen zu lassen, wenn es mal gut läuft.

DIZdigital: Alle Rechte vorbehalten – Süddeutsche Zeitung GmbH, München  
Jegliche Veröffentlichung und nicht-private Nutzung exklusiv über [www.sz-content.de](http://www.sz-content.de)

Damit nach all diesen Abzügen am Ende noch ein nennenswerter Gewinn beim Anleger hängen bleibt, muss das Investment schon sehr gut sein. Ist es aber selten, wie zahlreiche Untersuchungen nahelegen. Demnach schaffen es nur wenige Fondsmanager, bessere Ergebnisse zu erzielen als der Marktdurchschnitt, und auch das meistens nur für eine begrenzte Zeit.

Warum die Kunden das seit Jahrzehnten mitmachen? Weil sie kaum eine Alternative haben, meinen die einen. Weil die Banken ihnen erfolgreich suggerieren, Geldanlage sei eine zauberhafte Geheimwissenschaft, verständlich nur für wenige Auserwählte, meinen die anderen.

All dem setzt Markus Jordan mit seiner Firma Easyfolio maximale Einfachheit entgegen. Ein paar Minuten Zeit und die Beantwortung von zehn Fragen auf der Easyfolio-Webseite sollen als Grundlage für die Geldanlage reichen. Nicht schlecht in einer Zeit, in der Bankberater nicht gerade beliebt sind. Zur Auswahl stehen bei dem Unternehmen ohnehin nur drei Produkte: Drei Dachfonds, über die der Kunde je nach Risikoneigung und Anlageziel mehr in Aktien oder mehr in Anleihen investiert.

Die Fonds wiederum werden nicht von hochbezahlten Managern betreut, sondern bilden einfach Indizes ab, den deutschen Dax etwa, den amerikanischen S&P 500 oder den weltweiten MSCI. Solche Exchange-Traded Funds (ETF) werden schon seit etwa zehn Jahren immer beliebter. Für Jordan bieten sie zwei Vorteile: Weniger Fehlerquellen und vor allem weniger Kosten.

Neu ist das Ganze allein in seiner extremen Reduziertheit. Dachfonds auf ETF gibt es auch anderswo. Nur sind sie eben etwas versteckt, warum sollten die Banken sich auch selbst das schöne Geschäft kaputt machen? Und der Kunde zahlt bei seiner Bank eher zwei oder drei Prozent Gebühren. Easyfolio nimmt weniger als ein Prozent. Kein Wunder, schließlich betreibt Jordan sein Geschäft mit gerade einmal sieben Angestellten aus einem Münchner Hinterhof-Büro. Kein teures Filialnetz, kein Verwaltungsapparat, kaum Werbung.

Wer nun einwendet, dass das Ganze ein bisschen zu einfach ist, dass drei Produkte kaum all die unterschiedlichen Bedürfnisse von Anlegern abdecken können, dem widerspricht Jordan gar nicht. „Natürlich ist

das Angebot ausbaufähig“, sagt er. „Uns war erst einmal wichtig, die Sache so übersichtlich wie möglich zu halten.“ Tatsächlich richtet sich das Angebot vor allem an solche Kunden, die sich sonst gar nicht um ihre Geldanlage kümmern würden. Sei es, weil sie den Banken nicht vertrauen, sei es, weil sie sich an die Sache mit den Finanzen einfach nicht herantrauen.

Und noch einen Einwand weist Jordan gar nicht erst zurück: Dass es noch viel billiger geht. Schließlich kann sich jeder Anleger die ETF selbst zusammensuchen, bei einer günstigen Direktbank kostet das am Ende im besten Fall nicht einmal ein halbes Prozent. „Ich würde sogar jedem empfehlen, das selber zu machen. Ist ja ganz einfach. Aber ganz ehrlich: Die meisten machen es dann ja doch nicht.“ Im Grunde würden seine Kunden ihn für den Luxus bezahlen, sich nicht selbst kümmern zu müssen. Am Ende ist Easyfolio also vor allem das: Ein maximal einfaches Angebot für alle, die sich sonst gar nicht mit ihren Finanzen beschäftigen würden.

Sechs Millionen Euro Kundengelder haben die vor einem knappen Jahr gestarteten Easyfolio-Fonds inzwischen eingesammelt. Bis Ende des Jahres sollen es 20 bis 30 Millionen sein, etwa bei der Hälfte würde das Geschäft lukrativ. Natürlich sind das lächerliche Zahlen verglichen mit den Vermögensverwaltungen der Banken, die leicht mehrere Milliarden in einem einzigen Fonds liegen haben.

Und doch sind die Banken zumindest aufmerksam geworden auf den neuen Anbieter. Denn auch wenn er noch lange keine unmittelbare Gefahr für ihr Geschäft ist, zeigt er doch, dass sich langsam etwas ändert im Verhältnis der Deutschen zur Finanzbranche. Easyfolio ist ja nicht alleine – das Start-up Vaamo verfolgt ein ganz ähnliches Konzept, andere Unternehmen haben sich darauf verlegt, für ihre Kunden die besten Tagesgeld-Anlagen zu sammeln oder die besten Kreditkonditionen. Gemeinsam stehen sie für eine neue Entwicklung. Die Bereitschaft der Kunden, hohe Gebühren für mittelmäßige Produkte zu bezahlen, ganz einfach, weil sie nichts von der Sache verstehen, könnte abnehmen. Zumindest ganz langsam.

MALTE CONRADI



Büro im Münchner Hinterhof: Markus Jordan war bei drei großen Geschäftsbanken tätig, dann machte er sich selbständig. FOTO: OH