

Kapitalanlage

Institutionelle Investoren setzen bei Kapitalanlage auf digitale Plattformen

Köln, 11. Februar 2020 – Bei ihrer Kapitalanlage setzen institutionelle Investoren verstärkt auf digitale Plattformen: Knapp die Hälfte bindet Plattformen in die Akquise ein. Mehr als jeder fünfte Investor vergibt online Kredite. Das zeigt eine Studie, die das FinTech Loanboox in Zusammenarbeit mit der TUM School of Management an der Universität München erstellt hat.

Rund 50 Versicherungen, gesetzliche Krankenkassen, Versorgungswerke, Pensionskassen und Asset Manager aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben an der Studie teilgenommen. Über die Hälfte der Befragten verwaltet ein Vermögen von mehr als 3 Milliarden Euro.

Einen Schwerpunkt der Studie bildete die Frage der jeweiligen Anlagestrategie. Hierzu wurde unter anderem untersucht, in welche Assetklassen investiert wird, welche Einflussfaktoren den Anlageentscheidungen zugrunde liegen und inwieweit digitale Anwendungen eine Rolle bei der Kapitalanlage spielen.

Corporate ist wichtigste Assetklasse für institutionelle Investoren

Befragt nach der Bedeutsamkeit verschiedener Assetklassen, zeichnen sich Corporates als die wichtigste Form aus. 84 Prozent aller Studienteilnehmer stufen diese als (eher) wichtig ein. Hinsichtlich der Assetklassen Near Public Sector (NPS), Immobilien und Infrastructure ist keine Tendenz bezüglich einer einheitlichen Einstufung der Relevanz zu beobachten. Vergleicht man das Antwortverhalten der Investoren aus den Regionen Schweiz und Deutschland/Österreich fällt hingegen auf, dass Schweizer Investoren eine unterschiedliche Einstellung zu dem Bereich NPS haben. So erachten die Schweizer die Assetklasse NPS zu 71 Prozent als (eher) wichtig, die beiden Länder aus der Eurozone hingegen nur zu 36 Prozent.

Bei der Anlageentscheidung orientieren sich die Investoren in erster Linie an den Kriterien Rendite (82%), Rating (77%), Laufzeit (74%) und Liquidität (72%). Hingegen wird den Kriterien geplanter Verwendungszweck und Erfahrungswerte mit Kunden grundsätzlich eine untergeordnete Rolle zugeschrieben. Einzig Versorgungswerke/Pensionskassen erachten letzteres Kriterium für eher relevant.

Plattformkompetenz ist in der Schweiz höher als in Deutschland

Bei den Akquiseaktivitäten werden analoge „Kanäle“ inzwischen immer mehr durch digitale abgelöst. Der Großteil der Befragten (70%) bevorzugt E-Mails. Am zweithäufigsten wird das Telefon genannt (65%). Dahinter folgen schon digitale Plattformen, die von 43 Prozent der Teilnehmer als Akquisekanal verwendet werden. Persönliche Gespräche sowie die Kontaktaufnahme über Finanzberater spielen mit 19 Prozent eine ebenso untergeordnete Rolle wie das Fax, welches lediglich noch bei einem Studienteilnehmer zum Einsatz kommt.

Auch bei der Kreditvergabe wird verstärkt auf digitale Anwendungen gesetzt. Zwei von zehn Investoren vergeben bereits Kredite über digitale Plattformen. Allerdings gibt es hier starke länderspezifische Unterschiede. Während in der Schweiz zwei Drittel aller befragten Investoren Plattformen zur Kreditvergabe einsetzen, sind es in Deutschland/Österreich nur rund 11 Prozent. Ein möglicher Grund könnte eine mangelnde Vertrautheit mit der Verwendung solcher Plattformen sein. In Deutschland/Österreich sind 45 Prozent der Befragten mit der Nutzung von digitalen Plattformen (eher) unvertraut, in der Schweiz sind es nur 29 Prozent.

Loanboox.

Loanboox GmbH
Burgmauer 10
50667 Köln

Länderübergreifend einheitlich wird hingegen die Frage beantwortet, welche Eigenschaften digitaler Plattformen am relevantesten eingeschätzt werden. Markttransparenz sehen 77 Prozent aller Befragten als (eher) wichtigen Aspekt an. Von keinem wird dieser Punkt als (eher) unwichtig eingestuft. Die Möglichkeit der Zeitersparnis wird von 66 Prozent der Teilnehmer als (eher) wichtige Eigenschaft beschrieben. Nur knapp 6 Prozent der Beteiligten stufen die Zeitersparnis als weniger relevanten Faktor ein.

Weitere Informationen: www.loanboox.de

Kontaktpersonen für Rückfragen

Loanboox GmbH
Jan Eibich, Geschäftsführer
Fabian Haag, Marketing Communications Manager
Burgmauer 10, 50667 Köln
0221 – 98654210
info@loanboox.de