

24.11.2021 | Vertrieb

## "Mit niedrigeren Fondskosten können Berater punkten"

Die Höhe von Fondsgebühren liefert immer wieder Stoff für hitzige Debatten. Hartmut Petersmann hat sich dem Thema eingehend gewidmet. Im Interview erläutert er, warum er den Vertrieb nicht als den Kostentreiber sieht und wie Finanzberater ihren Kunden einen Mehrwert bieten können.



Hartmut Petersmann: "Warum sollte ein 34f-Vermittler mit großem Kundenbestand, der genauso viel Volumen betreut wie manch ein institutioneller Investor, nicht dieselben Konditionen erhalten?"

© Petersmann Institut

In mehreren Studien hat Hartmut Petersmann die Kosten von Publikumsfonds eingehend beleuchtet. Der Gründer und Geschäftsführer des Petersmann Instituts für den unabhängigen Finanzberater deckte dabei etwa die Bedeutung von Transaktionskosten für die Gesamtbelastung eines Fondsinvestments auf. Zudem beleuchtete er die zum Teil [üppigen Gebühren von vermögensverwaltenden Fonds](#) oder untermauerte die Erkenntnis, dass günstige Portfolios [oftmals höhere Renditen abwerfen](#).

Im Interview mit FONDS professionell geht Petersmann auf [eine Studie des europäischen Branchenverbands Efama](#) ein, wonach im Schnitt 41 Prozent der Fondsgebühren bei den Anbietern verbleiben sowie 38 Prozent an Vertrieb oder Beratung fließen. Der Rest entfällt auf Verwaltungs- und Verwahrungskosten sowie Steuern, so die Efama-Studie. Der Kosten-Experte erläutert, warum der Vertrieb eben nicht als Kostentreiber funktioniert, sondern Berater vielmehr ihren Kunden Kosten ersparen können.

*Herr Petersmann, der Studie des europäischen Branchenverbands Efama zufolge fließt ein wesentlicher Teil der Fondsgebühren an den Vertrieb. Liegt hier der Hauptkostenfaktor eines Fondsinvestments?*

**Hartmut Petersmann:** Die Fondsbranche verbreitet den Duktus, dass die Kosten für den Vertrieb die Gesamtgebühren eines Fondsinvestments in die Höhe treiben. Diesem Eindruck muss vehement widersprochen werden. Denn es sind gerade die Fondsanbieter, die mit ihrer Gebührengestaltung wesentlich das Preisgefüge beeinflussen und letztendlich die Kostenbelastung für die Endkunden bestimmen.

*Was sind Ihrer Ansicht nach die wesentlichen Kostenfaktoren?*

**Petersmann:** Das sind nicht einzelne Faktoren, sondern die Gesamtheit. Neben den Gebühren für das Portfoliomanagement fallen Kosten für die Verwahrstellen an – sogar auf zwei Ebenen: Einmal für die Fondsanteile des Endkunden, zum anderen bei den Fonds für die Verwahrung und vor allem für die Transaktionen der Wertpapiere. Weiterhin fließt ein Teil der Gebühren an andere Stellen wie Plattformen und Pools. So schneidet sich jeder in der Kette ein Scheibchen ab. Das zahlt am Ende der Verbraucher.

*Wie ließe sich das Gefüge ändern?*

**Petersmann:** Die Anbieter sollten sich Gedanken über ihre Preise für die jeweiligen Vertriebskanäle machen und vielleicht auch ihre Politik diesbezüglich überdenken. Warum sollte ein 34f-Vermittler mit großem Kundenbestand, der genauso viel Volumen betreut wie manch ein institutioneller Investor, nicht dieselben Konditionen erhalten? Eine Gegenüberstellung der Renditen von Retail- mit der von institutionellen Anteilsklassen zeigt, wie enorm die Unterschiede ausfallen. Diese beziffern sich mitunter auf mehr als 20 Prozent über einen Fünf-Jahres-Zeitraum.

**Wie sich die Fondsgebühren in den vergangenen Jahren entwickelt haben sowie detaillierte Ergebnisse der Kostenstudie lesen Sie im neuen Heft 4/2021 von FONDS professionell, das Abonnenten in den kommenden Tagen zugestellt wird.**

*Aber der Aufwand für den Vertrieb an Retailanleger ist doch auch höher.*

**Petersmann:** Die Endkunden zahlen nicht nur die höheren Gebühren, obendrauf kommen noch die Umsatzsteuer auf gegebenenfalls erstattete Bestandsprovisionen und Servicegebühren. Nach dem Investment in den Fonds folgen im Verlauf weitere, zusätzliche Kosten. Wie bei einer Inspektion fürs Auto sind die Service-Gebühren bei einem Porsche höher als bei einem Opel oder einem Ford. Anleger stehen somit vor der Frage, ob dem höheren Preis auch ein entsprechender Gegenwert innewohnt.

*Letztendlich können also die Endkunden mit ihren Kaufentscheidungen die Gebühren senken?*

**Petersmann:** Nicht nur diese, auch der Vertrieb hält Hebel in der Hand, um ein Umschwenken bei den Produkthanbietern herbeizuführen. Wenn Vermögensverwalter oder 34f-Berater Mittel von teuren Anbietern abziehen, werden diese früher oder später an ihrer Preispolitik arbeiten müssen. Durch die Bestandsprovision war der Anreiz nicht gegeben, stets den günstigsten Anbieter auszusuchen. Mittlerweile hat sich dies geändert. Mit niedrigeren Kosten können Berater bei ihren Kunden punkten.

*Wie geht das?*

**Petersmann:** Ein Berater erbringt eine echte Dienstleistung gegenüber seinen Kunden, wenn er günstigere Investments auswählt, die das gleiche Ergebnis einfahren. Um einen Prozentpunkt geringere Kosten verschaffen dem Berater entweder einen erweiterten Spielraum beim Risikoprofil, die er in eine Mehrrendite ummünzen kann. Oder er kann diese Ausgaben schlichtweg einsparen. Stellt er diese Ersparnis seiner Service-Abrechnung gegenüber, wird er die Kosten seiner Dienstleistung sehr gut rechtfertigen können.

*Vielen Dank für das Gespräch. (ert)*