

# FINANZEN & WOHNEN



WELT AM SONNTAG | NR. 21 | 21. MAI 2017 | SEITE 41



Börsengrößen Max Otte, Dirk Müller, Marc Friedrich, Matthias Weik: „Gute Fondsmanager sind selten gute Kommunikatoren“, sagt ein Experte

## GELD AM SONNTAG

### Alles Bank, oder was?



Kennen Sie die „Worksite Bank“? Nein, das ist nicht die Bankfiliale am Seiteneingang des Werksgeländes Ihrer Firma. Es handelt sich hierbei um die Degussa Bank, jedenfalls nach eigener Wahrnehmung. Denn so tituliert sich das Kreditinstitut in seinem Werbeslogan – und ist damit so unverständlich wie einst die Kosmetikkette Douglas mit ihrem legendären Claim: Come in and find out.

Nur wenig klarer ist die DZ Bank. Sie ist nämlich die Initiative-Bank. Wer das unfreiwillig aussprechen kann, der fragt sich danach, wo und wie die Bank wohl die Initiative ergreift: Vergibt sie Kredite, ohne gefragt zu werden? Senkt sie Gebühren, ohne aufgefordert zu werden? Oder waren beim Drucker einfach nur ein paar „i“ übrig, und Infinitiv-Bank klang irgendwie unpassend?

Bei der Deutschen Kreditbank dagegen scheint eher etwas gefehlt zu haben, nämlich ein Grammatiklehrbuch. Sie wirbt mit „Das kann Bank.“ Unbestätigten Gerüchten zufolge ist das übrigens nur die abgekürzte Version von „Das kann Bank, wo du Geld hinlegen tust, ey!“

Immerhin aber sorgt nun der Champion der hiesigen Kreditbranche für einen Lichtblick. „Positiver Beitrag“ heißt es ab Herbst bei der Deutschen Bank. Die Raute davor, neudeutsch Hashtag genannt, ist Absicht und soll – warum auch immer – signalisieren, dass der Slogan jederzeit geändert werden kann. #EinTollerSlogan.

FRANK STOCKER

Friedrich und Weik sind wieder auf Tour. Diese Woche rockte die beiden die Säle in Fulda und Ludwigsburg. Nächste Woche stehen Live-Auftritte in Stuttgart, Berlin und Hamburg an. Doch die beiden Männer sind keine Musiker, auch wenn das Plakat – der eine softer Glatzkopf, der andere strenger Schönlings – ein wenig an ein Pop-Duo erinnert.

VON DANIEL ECKERT UND HOLGER ZSCHÄPITZ

Die Mittvierziger treten nicht an, die Massen mit Musik zu begeistern, sondern mit Reden über Geld. Berühmt wurden sie mit Büchern, in denen sie die Verderbtheit des Finanzsystems geißeln und vor dem großen Crash warnen: „Der größte Raubzug der Geschichte“ oder „Der Crash ist die Lösung“ heißen ihre Pamphlete, die sie selbst ganz unbescheiden als „Blockbuster der Wirtschaftsliteratur“ bezeichnen. Die Bücher brachten ihnen Einladungen in etliche Talkshows ein, und irgendwann wurden sie so zu den „Geldexperten“ im deutschsprachigen Fernsehen.

Bei der Bekanntheit war es wohl zwangsläufig, dass sie auch mit einem eigenen Fonds-Produkt an den Markt gingen. Seit Januar bieten die Crash-Propheten ihr Investmentprodukt mit dem schönen Namen „Friedrich und Weik Wertefonds“ feil. Doch die Aufgabe, Finanzmännchen und Fernsehgesichter zu sein und zugleich ein eigenes Finanzprodukt zu steuern, ist alles andere als ein Selbstläufer. Der Fonds von Friedrich und Weik hat bisher nicht mehr gebracht als gediegene Stillstände.

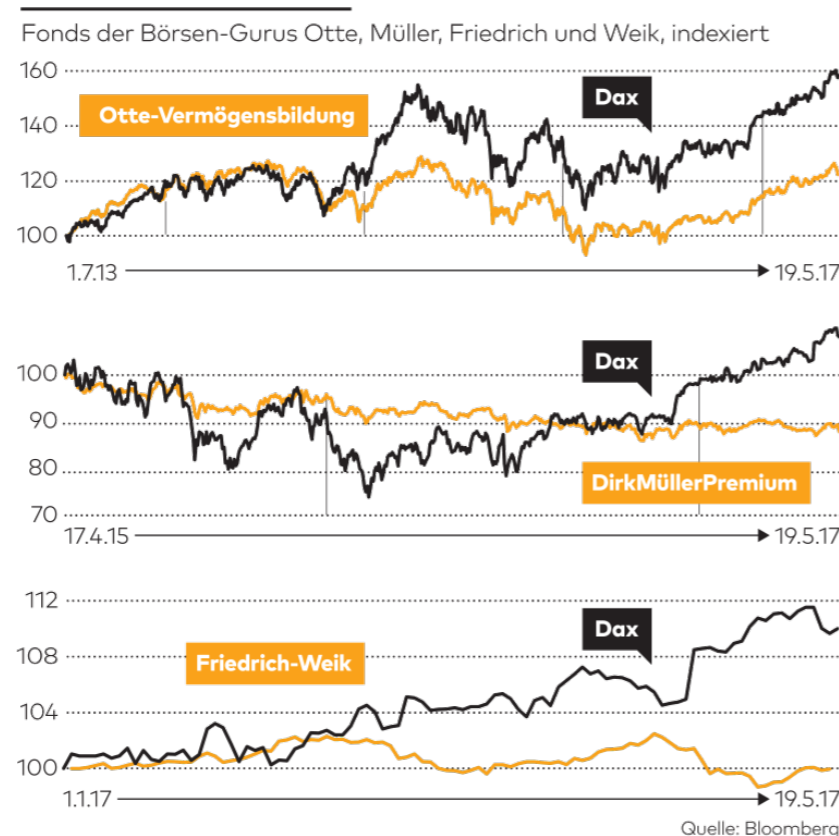
Sie sind nicht die einzigen vermeintlichen Gurus, deren Finanzprodukte hinter dem zurückbleiben, was die Börse ermöglicht. Berühmtheit garantiert keine gute Wertentwicklung. Manchmal scheinen sich Prominenz und Performance geradezu im Weg zu stehen. Viele Sparer, die auf die Promi-Produkte gesetzt haben, weil sie das Auftreten und Aussehen der Geldprofis überzeugend fanden, sind ernüchtert und lassen ihrem Frust in den sozialen Medien freien Lauf. Andere verteidigen ihre Helden trotz offensichtlichen Unvermögens. So oder so – für die ohnehin ramponierte deutsche Aktienkultur ist all das eher Fluch als Segen.

„Ein guter Talkshowgast und ein guter Fondsmanager sind zwei Paar Schuhe. Anleger sollten das nicht verwechseln“, sagt Stefan Mayerhofer, Vorstand der Vermögensverwaltung Bayerische Vermögen. Öffentliche Auftritte würden besondere Befähigungen erfordern, echtes Geld anzulegen ganz andere. „Gute

## LEIDER verloren

Bekannte Anlageexperten erklären Millionen Deutschen im Fernsehen regelmäßig die Börse. Einige machen ihre Prominenz zu Geld und verkaufen auch eigene Fonds. Doch die Produkte, die ihre Namen tragen, bringen den Sparer meist nur Verluste

### Schwächer als der Dax



Fondsmanager sind selten gute Kommunikatoren.“ Und umgekehrt.

Auch Dirk Müller, bekannt als „Mister Dax“, konnte nicht liefern, was der Name seiner Produkte verspricht: „Premium für alle“ und Rendite mit Ethos. Doch Anteilseigner des „Premium“-Fonds kennen seit der ersten Stunde nur rote Vorzeichen in ihrem Depot. Der Fonds schaffte es nur an drei Tagen seines Bestehens, nicht im Minus zu liegen. Zwar startete er zu einem ungünstigen Zeitpunkt, im April 2015, just am damaligen Dax-Rekordhoch. Doch das Börsenbarometer hat sich längst von den zwischenzeitlichen Verlusten erholt und notiert rund acht Prozent über dem damaligen Stand. Nicht so Müllers Fonds. Der steht satte zwölf Prozent im Minus.

Der Ärger der Anleger bleibt da nicht aus. Bei Facebook schreibt ein Jürgen H., der Premium Aktien Fonds sei seit ziemlich langer Zeit die einzige Verlustposition in seinem Depot. „Echtes Vermögen ansparen und Altersvorsorge treffen mit Ihrem Fonds? Sorry, Herr Müller, ich bin mehr als enttäuscht. Im Ergebnis alles heiße Luft. Zwar eloquente Luft, aber eben Luft ...“

Andere User stärken Müller dagegen mit ihren eigenen Durchhalteparolen den Rücken, wie Facebook-Mitglied Ingo W.: „Wie sagte ein berühmter Investor in Analogie zum Baseball: Die Spiele werden von denjenigen gewonnen, die auf das Spielfeld schauen und nicht auf die Anzeigetafel! Lasst euch nicht verrückt machen. Wenn eure Analysen zu den Unternehmen richtig waren, dann werden eure Anleger Geld verdienen. Entscheidend ist, wo ihr in fünf bis zehn Jahren steht.“ Die fünf bis zehn Jahre, die über Erfolg oder Misserfolg richten, hat Müller selbst als Kriterium ausgegeben. Wer keinen solchen Anlagehorizont habe, sei in seinem Fonds falsch.

Auch Friedrich und Weik sehen in der schwachen Kursentwicklung ihres Produkts kein Problem, obwohl der Wertefonds sich seit Januar per saldo nicht von der Stelle bewegt, derzeit sogar leicht im Minus liegt, während der Dax fröhlich vor sich hin gestiegen ist. Doch nicht nur die Aktienkurse sind geklettert, auch Gold – auf welches die beiden große Stücke halten – ist teurer geworden.

„Der Fonds hat bereits in den ersten Monaten unsere gesteckten Ziele weit übertroffen und eine unter geringfügigen Schwankungen stabile Entwicklung genommen“, sagt Matthias Weik. Sein Kollege Friedrich ergänzt, man dürfe nicht vergessen, dass sie ein völlig neues Produkt geschaffen hätten: „Der Markt hat dies sehr positiv angenommen.“ Gut zehn Millionen Euro haben Anleger den Stuttgartern anvertraut.

Den Fonds sehen sie sogar als Beitrag zur Investmentkultur. Medienpräsenz sei da hilfreich: „Wir hoffen, dass wir immer mehr Menschen sensibilisieren und begeistern können, sich selbst um ihr Ersparnis zu kümmern.“ Sparbuch, Riester, Rürup, Lebensversicherungen, Bausparverträge, das alles sei nicht mehr zeitgemäß. „Zweifelloso ist das Zeitalter der Sachwerte angebrochen. Die Notenbanken können unendlich viel Geld drucken, aber keine einzige Aktie, kein einziges Gramm Gold oder Silber, geschweige denn einen Hektar fruchtbares Land.“

Die Gelduntergangsstimmung des Duos mag man teilen oder nicht, die Frage bleibt, warum man nicht gleich in Edelmetall und fruchtbares Land investiert, sondern eine Verwaltungsvergütung von 1,6 Prozent im Jahr plus Performancegebühr zahlt, damit Friedrich und Weik neben ihren Talkshow-Auftritten und Buchlesungen Geld in einem intransparenten Finanzvehikel managen. Das Konzept eines Sachwertefonds, das die beiden als Innovation feiern, hatte vor einigen Jahren zudem bereits ein anderer Finanz-Promi, der gesichtsbekannt Stefan Riße, mit seinem Riße Inflation Opportunities umzusetzen versucht. Er stampfte das Produkt nach einer Halbierung des Wertes ein.

„Ich bin als Fondsmanager gescheitert“, sinnierte Riße – langjähriger Parkkettreporter bei n-tv – zum Abschied. Für Michael Kohlhase, Geschäftsführer der Dr. Kohlhase Vermögensverwaltungsgesellschaft, kommt das nicht überraschend. „Letztlich sind es eben reine Marketingprodukte“, sagt er.

Den Ruch eines Marketingprodukts möchte ein anderer Promi gern abstreifen. Max Otte empfindet seine Fernseh-Berühmtheit mittlerweile fast als störend. Deutschlands bekanntester Börsenprofessor war jahrelang Dauergast in den Talkshows. Zuletzt hat er die Frequenz seiner TV-Auftritte deutlich zurückgefahren: „Je länger ich in den Medien präsent bin, desto mehr muss ich mir eingestehen, dass ich im Hinblick auf die Aktienkultur in Deutschland wenig bewegt habe“, räumt Otte ein. Künftig will der Volkswirt, der Warren Buffett zu seinen Vorbildern zählt, sich wieder stärker der Wertentwicklung seiner Fonds widmen. Und tatsächlich hat der Max Otte Vermögensbildungsfonds dieses Jahr ein Plus von sechs Prozent erwirtschaftet. In den Jahren 2015 und 2016 war das zuletzt 46 Millionen Euro schwere Portfolio noch deutlich hinter dem breiten Markt zurückgeblieben. Weniger Fernsehpräsenz kann für die Sparer also durchaus mehr Gewinn bedeuten.

## Jeder dritte 50er ist schon ein neuer Schein

Am 4. April kam der neue 50-Euro-Schein in Umlauf. Und nun, nach knapp sieben Wochen, hat er die alte Version schon aus vielen Portemonnaies und Kassen in Deutschland verdrängt. Dies zeigen Daten der Bundesbank, die der WELT AM SONNTAG vorliegen. Demnach machen die neuen Scheine bereits ein Drittel der 50-Euro-Banknoten aus, die bei der Bundesbank eingezahlt werden. Die Daten lassen darauf schließen, dass die neue Note auch im alltäglichen Geldkreislauf hierzulande bereits mindestens einen ähnlich hohen Anteil hat.

Allerdings verläuft der Austausch der 50er langsamer als zuletzt die Einführung der neuen 20-Euro-Note. Hier bestand nach sieben Wochen bereits die Hälfte der bei der Bundesbank eingezahlten Scheine aus Exemplaren der neuen Serie. Die Zahl der 50er, die im Umlauf sind, ist jedoch auch weit größer. Rund neun Milliarden 50-Euro-Scheine gibt es, von der 20-Euro-Banknote sind dagegen nur rund 3,4 Milliarden Stück im Umlauf.

fhs

### Neue und alte Scheine

