

### Mit Sinn und Verstand

GENERATIONEN Anlageberatung für Millennials muss nachhaltig und verständlich sein.

Marco Sacchei

Es sind Stichworte einer ganzen Generation: Individualität und Flexibilität. Millennials sind Digital Natives, gelten als belesen, weit gereist, und sie leben im Moment. Die Generation Y, wie man die Millennials auch nennt, ist meist nicht darauf aus, Geld zu sparen, sondern Geld auszugeben. Nicht zuletzt deshalb unterscheiden sich ihre Bedürfnisse und Anforderungen an Vermögensanlagen erheblich von denjenigen ihrer Vorgängergenerationen und erfordern ein Um-

### AKTIEN, GOLD UND IMMOBILIEN

Millennials legen Wert darauf, dass ihre Investitionen einem Sinn folgen, zum Beispiel klimaschonend sind oder neue Technologien unterstützen. Anlagen also in Tesla, Apple oder Amazon statt Nestlé, Roche oder Coca-Cola. Zudem müssen die Investmentprodukte einfach und verständlich sein.

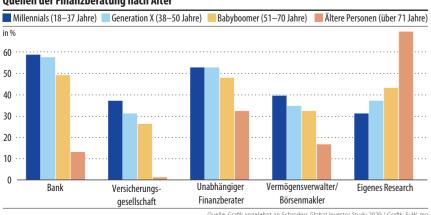
Diskutiert man mit den heute zwanzig- bis vierzigjährigen dieser Generation über Asset-Klassen, wird klar: Sie bevorzugen Aktien, Gold und Immobilien. Und sie möchten massgeschneiderte und individuelle Beratung; Strategiefonds und Verwaltungsmandate entsprechen ihnen nicht. In den aktuellen

Megatrends wie Urbanisierung, Klimawandel, Ressourcenknappheit oder alternative Energien findet sich diese Generation wieder. Die Smartphone-affine

in der Asset Allocation ist der kurzfristige Anlagehorizont. Flexibilität und unmittelbarer Finanzbedarf sind der Generation Y wichtiger als beständiger Vermögensaufbau. Trotz der Suche nach nachhaltigen und sinnvollen Investments steht am Schluss oft die kurzfristige Rendite im Vordergrund. An die

berater geniessen bei der Generation Y grosses Vertrauen. Das zeigen die «Schroders Global Investor Study 2020» und der Report «Banking for Millennials 2019» von Deloitte Luxemburg. Ihre Erkenntnisse decken sich mit unserer Erfahrung in der Beratung. Dort zeigt sich, dass die Erwartungen der Millennials hoch sind. Sie wünschen personalisierte Kommunikation statt Produkt-Mailings. Letztere landen direkt im Spam-Ordner. Zudem gilt Mobile First, sowohl bei der Informationsbeschaffung zu Anlagetrends und

### Quellen der Finanzberatung nach Alter



Generation ist gut informiert.

Die wohl grösste Herausforderung

Die Generation Y hat eine klare Vorstellung davon, wo sie ihr Geld nachhal-Altersvorsorge wird kaum ein Gedanke ditätsquote wird ohne Blick auf Diversioft fehlt es an klassischem Wissen über fikation in wenige Einzeltitel investiert Geldanlage und an Erfahrung. Hier müssen die Finanzdienstleister ansetzen und oder vielmehr: spekuliert. Traditionelle Banken und Finanzerklären, warum ein Portfolio diversifiziert s ein sollte. Aufzeigen, dass ein langfristiger Anlagehorizont oft mehr Wirkung entfalten kann und zudem eine bessere Rendite verspricht. Investieren statt spekulieren – den Finanzdienstleistern eröffnet sich eine grosse Chance,

wenn es gelingt, auf die Bedürfnisse der Generation Y einzugehen und ihr das Basiswissen zur Geldanlage mitzugeben. Weil Millennials vor allem ihren unmittelbaren Finanzbedarf im Blick haben, sollte der Fokus im Beratungsgespräch auf der Vorsorge liegen, um da-Produkten wie auch beim E-Banking, damit das Verständnis für einen längeren Anlagehorizont zu wecken. Bei der Asset Allocation hingegen stehen die Bedürfnisse im Vordergrund: Individuali-

> tät, Verständlichkeit und Nachhaltigkeit. Eine noch bessere Individualisierung bietet die digital unterstützte Beratung. So kann etwa die Aktienselektion auf die Kundenpräferenzen abgestimmt werden. Schliesslich aber steht und fällt der Erfolg mit den Vermögensberatern. Sie müssen digital fit sein, die gleiche Sprache sprechen wie ihre Kundschaft und auf die Bedürfnisse einer neuen Generation von Anlegern eingehen können.

mit die Einsicht ins Portfolio stets verfüg-

bar ist. Bei der Umsetzung der eigenen

Vermögensanlagen vertraut aber auch

die Generation Y auf die Dienste eines

Vermögensberaters. Auch hier deckt sich

unsere Befragung unter Millennials zum

Thema Anlageberatung mit den Aussa-

gen des «LGT Private Banking Report

2020» - dass die Generation Y trotz ho-

her Technologieaffinität am Schluss auf

Beratung setzt, aber digital unterstützt.

**VORSORGE NICHT VERGESSEN** 

Marco Sacchet, Leiter Private Banking & Institutionelle, Graubündner Kantonalbank

## Komplexe

FAMILY BANKING Im gegenwärtigen anspruchsvolleren Kunden und ihre Nachfolgegenerationen nicht

Felix Baumgartner

ei der Betreuung von sehr vermögenden Kunden ist der persönli-che Kontakt noch immer ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Ein regelmässiger Dialog zwischen diesen Ultra High Net Worth Individuals (UHNWI) und Experten der Bank ist entscheidend, um das breite Spektrum an komplexen Fragemassgeschneiderte Lösungen stärken das Buchungsplattformen gewünscht sind. gegenseitige Vertrauen

Sehr vermögende Kunden werden zudem immer professioneller. Dazu gehört auch, dass sie digitale Kanäle auf vielfältige Weise zu nutzen wissen, sei es für den automatisierten Zahlungsverkehr, die konsolidierte Berichterstattung oder das

äussert sich aber auch in der Struktur, mit der diese Kunden vermehrt am Markt auftreten. Viele vermögende Familien gründen eigene Single Family Offices und agieren wie institutionelle Investoren.

Das zeigt sich beispielsweise an der steigenden Nachfrage nach komplexen Dienstleistungen im Bereich Asset Management oder Kapitalmarkttransaktionen. Investitionen werden zudem weltweit eingegangen, weshalb neben dem stellungen zu erfassen und die damit ver- Zugang zu globalem Research und zu stehen. Eine individuelle Beratung sowie mit Gleichgesinnten auch internationale

### KERNTEAM UND SPEZIALISTEN

Holistische Beratung vereint globales Know-how und Rundumservice aus einer Hand. Dabei hat sich das Betreuungsmodell aus einem Kernteam, ergänzt durch Spezialisten, bewährt. Erfahrene Risikomanagement, um nur einige The-Berater übernehmen die Rolle des Hauptmen zu nennen. Die Professionalisierung ansprechpartners, in enger Zusammen-

### WAS UHNWI NACHFRAGEN

### Vermögensstrukturierung

Neben Vermögens-, Nachfolge- und Erbschaftsplanung sind Dienstleistungen wie Philanthropie, gemeinnützige Stiftungen oder Private Label Funds von Interesse. Für Familien wichtig ist die Beratung im Bereich Family Governance und Family Office.

Das umfassende Angebot für UHNW-Kunden reicht von der strategischen Asset Allocation-Beratung bis hin zu massgeschneiderten Anlagemöglichkeiten. Dazu gehören individuelle Mandate für einzelne oder mehrere Vermögensklassen sowie alternative Anlagen (Hedge Funds, Private Equity und Private Markets), OTC-Derivate, Devisen, Edelmetalle und Rohstoffe. Nachhaltiges Anlegen und Impact Investing werden zunehmend wichtig.

### **Finanzierung**

Zur Verfügung stehen Kreditprodukte und Speziallösungen, unterstützt durch weltweite Investment-Banking-Kompetenzen. Das Angebot umfasst standardisierte und individuelle Kredite, etwa gegen illiquide Positionen oder Einzeltitel. Ebenfalls im Fokus sind Finanzierungen für Realwerte wie Immobilien, kommerzielle Schiffe, Flugzeuge oder Jachten. Derivatlösungen ergänzen das Angebot.

### **Technologien und Plattformen**

UHNW-Kunden haben Zugang zu einem Angebot von Dienstleistungen institutioneller Qualität. Dazu zählen auch Möglichkeiten zur Wertschriftenverwahrung wie Global Custody, interne und externe Handelsplattformen oder spezialisierte Systeme für Konnektivität.

# Bedürfnisse

Umfeld ist eine holistische Beratung für sehr vermögende mehr nur Kür, sondern längst Pflichtprogramm.

arbeit mit Experten aus sämtlichen Fachbereichen. Gemeinsam mit diesen Expertenteams koordiniert der Hauptansprechpartner die Teilprozesse, die die Bedürfnisse der UHNWI abdecken.

Wie eine holistische Betreuung in der Praxis aussehen kann, zeigt folgendes Beispiel: Eine Familie will ihr Vermögen so strukturieren, dass Privat- und Geschäftsvermögen voneinander getrennt sind,

### «Besonders die Nachfolgeplanung setzt eine Vertrauensbasis voraus.»

und möchte so seine Erhaltung sowie eine geeignete Nachfolgelösung sicherstellen. Sie wünscht zudem Unterstützung bei der Kapitalbeschaffung für die Expansion ihres Unternehmens sowie professionelle Beratung beim Erwerb einer grösseren Beteiligung an einer ausländischen Gesellschaft.

Für solche strategischen Fragestellungen ist es wichtig, die entsprechenden Experten – in diesem Fall aus dem Corporate und Investment Banking - von Anfang an zu involvieren. Dies fördert zum einen den Vertrauensaufbau und zum anderen das Verständnis für die genauen Bedürfnisse der Familie.

Besonders die Nachfolgeplanung setzt eine gestärkte Vertrauensbasis voraus. Auch diesbezüglich übernimmt die Bank im vorliegenden Beispiel eine weitere wichtige Funktion: Sie unterstützt den Nachwuchs proaktiv bei der Einführung in die Welt der Finanzthemen, indem sie ihn an Ausbildungsprogramme einlädt und ihm so die Möglichkeit bietet, sein Netzwerk zu erweitern. Da das Familienunternehmen ausserdem nicht verkauft werden soll, erarbeiten die Spezialisten eine massgeschneiderte Kreditlösung. Die Finanzierung berücksichtigt die persönliche Situation des Sohnes, der die restlichen Familienmitglieder auskaufen möchte, etwa mit Blick auf Risikoprofil und genauen Liquiditätsbedarf.

### LIQUIDITÄT ABSICHERN

Die UHNW-Kundschaft fragt übrigens solche strukturierten Kreditlösungen hier sind es Lombardkredite, die nicht durch ein diversifiziertes Portfolio besichert sind, vermehrt nach. Typischerweise Anteile an nicht kotierten Unternehmen oder ist an alternative Anlagen wie beispielsweise an Private Equity gebunden. Häufig sind es auch Grossaktionäre, die ihre Aktienposition belehnen und aktiv bewirtschaften wollen, sei es zur Absicherung oder zur Erhöhung der Liquidität.

Um auf die Familie im Beispiel zurückzukommen: Sie kann sich durch den Verkauf eines Teils ihrer Kunstsammlung einen Liquiditätszufluss verschaffen und möchte ihn reinvestieren. Wegen des Zinsumfelds sind massgeschneiderte Liquidi tätslösungen zur Renditesteigerung oder strukturierte Produkte mit einem attraktiven Risiko-Ertrags-Profil sehr gefragt. Viele Kunden nehmen Umschichtun

gen in ihrer Vermögensaufteilung vor und bauen die Quote der alternativen Anlagen in ihrem Wertschriftenportfolio aus, bei spielsweise mit Private Equity oder Private Markets. So investiert auch die erwähnte Familie die eine Hälfte des Erlöses aus dem Verkauf der Kunstsammlung in Private-Equity-Direktanlagen, die andere Hälfte fliesst auf Wunsch der nächsten Generation in nachhaltige Investments. In diesem immer anspruchsvoller werdenden Umfeld ist die holistische Beratung für unsere UHNW-Kunden und ihre Nachfolgegenerationen nicht mehr nur

Felix Baumgartner, Leiter Premium Clients, Mitglied der Geschäftsleitung, Credit Suisse (Schweiz)

## Weibliche Grosszügigkeit

PHILANTHROPIE Frauen haben schon immer auf die drängenden Probleme ihrer Zeit reagiert, indem sie einen Teil ihres Vermögens weitergaben. Derzeit setzen sie zudem auf Nachhaltigkeit.

Hansjörg Schmidt

Wer sich die Frage stellt, ob es eine spezifisch weibliche Philanthropie gibt, landet schnell bei stereotypen Vorstellungen. Denn Schenkungen von Frauen sind gut dokumentiert. So waren adelige Frauen im Mittelalter der pia causa verpflichtet, der frommen Sache.

Sie stifteten Klöster, Kirchen, Kapellen oder liturgische Gegenstände wie Altartücher und Kelche, immer mit dem Wunsch, das eigene Seelenheil und das anderer zu befördern. Finanziert wurden die Schenkungen aus dem Vermögen der Familie oder aus den Einkünften des eigenen Grundbesitzes.

### **HUMANISTISCHER GEDANKE**

Die Geschichte weiblicher Grosszügigkeit ist eine Antwort auf die drängenden Fragen der Zeit. Mit der Industrialisierung trat der humanistische Gedanke in den Vordergrund und brachte ein typisches Engagement vermögender Frauen mit sich, das bis heute die Vorstellung von weiblicher Philanthropie prägt. Auf die Massenarmut reagierten Stifterinnen mit der Finanzierung von Suppenküchen und mit der Gründung von Institutionen, die Witwen oder alleinstehende Frauen und deren Kinder schützten.

Frauen, die sich heute engagieren, werden, ähnlich wie Männer, von persönlichen Vorlieben, strategischen Zielen oder der Erkenntnis angetrieben, dass in bestimmten Bereichen Förderungslücken bestehen. Allerdings gibt es faktenbasierte Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Das Women's Philanthropy Institute der Indiana University in Minneapolis identifiziert fünf wesentliche Punkte, in denen sich Philanthropinnen von Philanthropen differenzieren.

Über alle Einkommensklassen und Generationen hinweg zeigen Frauen eine höhere Spendenbereitschaft als Männer. Frauen sind in der Mehrheit der Gebenden, und Frauen geben mehr als Männer. Dann die Motivation: Während Männer tendenziell das eigene Interesse ins Zentrum ihrer philanthropischen Tätigkeit stellen, ist das stärkste Motiv bei Frauen Empathie. Auch im Verhalten zeigen sich Unterschiede: Frauen geben gerne im Kollektiv. Besonders deutlich wird das auf Social Media, wo fast zwei Drittel der

Zudem haben Frauen thematisch eine höhere Präferenz für die Unterstützung von Projekten, die Mädchen und Frauen betreffen. Auffällig ist, dass Männer in diesem Bereich ebenfalls aktiv werden, wenn sie sehen, dass Frauen und andere Männer ihnen vorausgehen.

trag erhöhen können.

Zunächst die Spendenbereitschaft:

Spenden von Frauen kommen.

Und schliesslich gibt es Unterschiede mit Blick auf die Resultate: Die höchste Zunahme ihrer Zufriedenheit erfahren Männer dann, wenn sie sich entscheiden, philanthropisch tätig zu werden. Frauen macht es vor allem zufrieden, wenn sie ihren philanthropischen Bei-

Frauen werden die Gestaltung der Philanthropie in den kommenden Jahren stark beeinflussen. Rund 40% des globalen Vermögens befindet sich bereits heute in weiblicher Hand, Tendenz steigend. Noch sind Frauen zwar bei der Gründung von Stiftungen in der Minderheit, doch die Zunahme von Einzelstifterinnen ist ein klarer Trend und die über-

durchschnittliche Vertretung von Frauen in Stiftungsräten und in leitenden Positionen von gemeinnützigen Organisationen eine Tatsache. Damit werden Struktur und Themen des philanthropischen Wirkens insgesamt neu gestaltet.

Diese Trends erkennt man auch bei Vermögensanlagen. Nachhaltige Anlagelösungen sind gefragt, was zumindest teilweise mit der Verschiebung in den Eigentumsstrukturen und immer mehr Frauen in der Verantwortung zu tun hat. Man weiss, dass das Risikobewusstsein bei den Frauen tendenziell stärker ausgebildet ist. Daher ist es nicht weiter erstaunlich, dass umfassende und strenge Restriktionen bei gestifteten Einkommen und Vermögen an Bedeutung

#### NACHHALTIGE AUSRICHTUNG

Darüber hinaus wird sogenanntes Impact Investing immer wichtiger, also Investitionen, die über die Rendite hinaus auch eine positive, gesamtgesellschaftliche Wirkung erzielen sollen.

Nachhaltigkeit und Impact Investing sind inzwischen Megatrends, insbesondere in der Philanthropie. Keine Stiftungsratssitzung zum Thema Anlagen, bei der die nachhaltige Ausrichtung der Anlagetätigkeit nicht wenigstens diskutiert würde. Die immer breitere Vertretung von Frauen in den erwähnten Gremien zeigt Wirkung. Berater im Private Banking sind entsprechend gefordert, die teilweise komplexen Zusammenhänge bei den vorgeschlagenen Lösungen zu berücksichtigen.

Hansjörg Schmidt, Leiter Key Clients Stiftungen, Zürcher Kantonalbank

## Keine Kultur, keine Zukunft

ALTERNATIVE ANLAGEN Kunst gilt als sicherer Hafen und ist gerade jetzt für Investoren interessant, die langfristig mit einem Family-Office-Ansatz begleitet werden.

Camille Vial

Wie viele Privatbanken pflegte Mirabaud ursprünglich eine klassische Kunstsammlung mit Malern wie de la Rive, einem Genfer Künstler des 18. Jahrhundert. Für die siebte Generation Privatbankiers der Gruppe schien es bis vor denkbar, diese Wahl in Frage zu stellen. Das änderte sich, als Lionel Aeschlimann, ein ausgezeichneter Jurist mit grosser Begeisterung für zeitgenössische Kunst, zur Bank stiess und die Ausrichtung der Kunstsammlung auf subtile Weise revolutionierte.

Er begann mit der Umgestaltung der am weitesten entfernten Filialen und arbeitete sich langsam zum Hauptsitz vor, eine Taktik, die ausgezeichnet funktionierte. Die Begeisterung von Kunden und Mitarbeitern war so gross, dass es kein Zurück mehr gab. Sie fand ihren Höhepunkt, als Mirabaud dem Fonds für zeitgenössische Kunst der Stadt Genf anlässlich ihres 200-Jahr-Jubiläums im Jahr 2019 das Kunstwerk Moon von Not

### AUCH KUNDEN SIND SAMMLER

Die umfangreiche Sammlung für zeitgenössische Kunst erstreckt sich mittlerweile über alle zwölf Niederlassungen von Mirabaud und erfreut sich immer grösser Bekanntheit. Sie umfasst Werke von Olafur Eliasson, Marina Abramovic, Silvia Bächli, Mc Collum, Sylvie Fleury, Fischli/Weiss oder Roman Signer, um nur einige der bekanntesten zu nennen.

Der Kunstmarkt wird bei Mirabaud besonders aufmerksam verfolgt. Nicht nur aus eigenem Interesse, sondern weil viele Kunden auch gut informierte Sammler sind. Der Kunstmarkt hat sich seit Beginn der Covid-19-Krise beacht-

lich entwickelt. Ähnlich wie der Franken, Immobilien oder Oldtimer sind auch Kunstanlagen zu einem sicheren Hafen geworden. Das hat das Interesse zahlreicher Kunden der Bank geweckt, die im Rahmen eines Family-Office-Ansatzes in allen Belangen ihrer Investitionen begleitet werden.

In unsicheren Zeiten werden belangwährend ausgedehnter Home-Office-Perioden betrachtet man seine Wände und versucht, auf der Suche nach starken Emotionen, die Lücken zu füllen. Da bietet es sich geradezu an, in zeitgenössische Kunst zu investieren, um diese Bedürfnisse zu erfüllen. Die Käuferschaft wendet sich an Galerien, die gerade dabei sind, sich mit digitalen Mitteln neu zu erfinden, nachdem sie für das Publi-

### «Das kulturelle Engagement ist Teil der Corporate Philanthropy.»

kum geschlossen waren und auf die bei Sammlern so beliebten Messen und Vorschauen verzichten müssen. Wobei auch Auktionshäuser und Kunstmessen diesem Trend folgen mussten.

Früher kam das Kauffieber oft aus der Euphorie der Begegnungen mit Künstlern und anderen Sammlern. Heute sind die Ankäufe situationsbedingt vielleicht etwas überlegter und weniger emotional, auch weil sie oftmals mit einem Klick vollzogen werden. Ein positiver Effekt dieses Wandels ist, dass Kunstinstitutionen ihr Angebot erweitert haben und unterdessen eine breitere Zielgruppe ansprechen. Zudem hat die Entwicklung

auch zu grösserer Transparenz geführt, was die Preise angeht. Als Folge sind die Verkaufszahlen während des Lockdown sprunghaft gestiegen, wobei es sich dabei wahrscheinlich eher um einen kurzbis mittelfristigen Trend handelt.

Und wie steht es um die Künstler? Zeitgenössische Kunst ist ein Spiegelbild der Gesellschaft und Zeugnis für es zu würdigen gilt. Obwohl Künstler wahrscheinlich nicht so sehr unter der Isolation leiden wie der Durchschnittsmensch, weil dies bereits ihre tägliche Arbeitsrealität ist, so müssen sie doch das Fehlen von Ausstellungen und Messen hinnehmen. Glücklicherweise geben die verschiedensten Kultureinrichtungen trotz allem ihr Bestes, um dem interessierten Publikum den Zugang zu ihren Kunstwerken zu ermöglichen. Was wäre eine Welt ohne Künstler und Kultur? Ganz einfach: «No Culture, no Future.»

#### IN GENERATIONEN DENKEN Für eine Bank, die nicht in Ouartalen

sondern in Generationen denkt, ist das kulturelle Engagement Teil der Corporate Philanthropy. Für Mirabaud ist es ein langfristiges Bekenntnis zur gesellschaftlichen Verantwortung und eine der vier Säulen der unternehmerischen Verantwortung.

Mit ihrem Einsatz für zeitgenössische Kunst, wie für das Zurich Art Weekend, die Fiac in Paris oder das Museum für moderne und zeitgenössische Kunst in Genf sowie die Fundación Cerezales in Spanien, möchten die Gesellschafter den Zugang zu den über Kunst vermittelten Werten ermöglichen. Eine Investition in

Camille Vial, geschäftsführende Gesellschafterin, Präsidentin des Exekutiv-