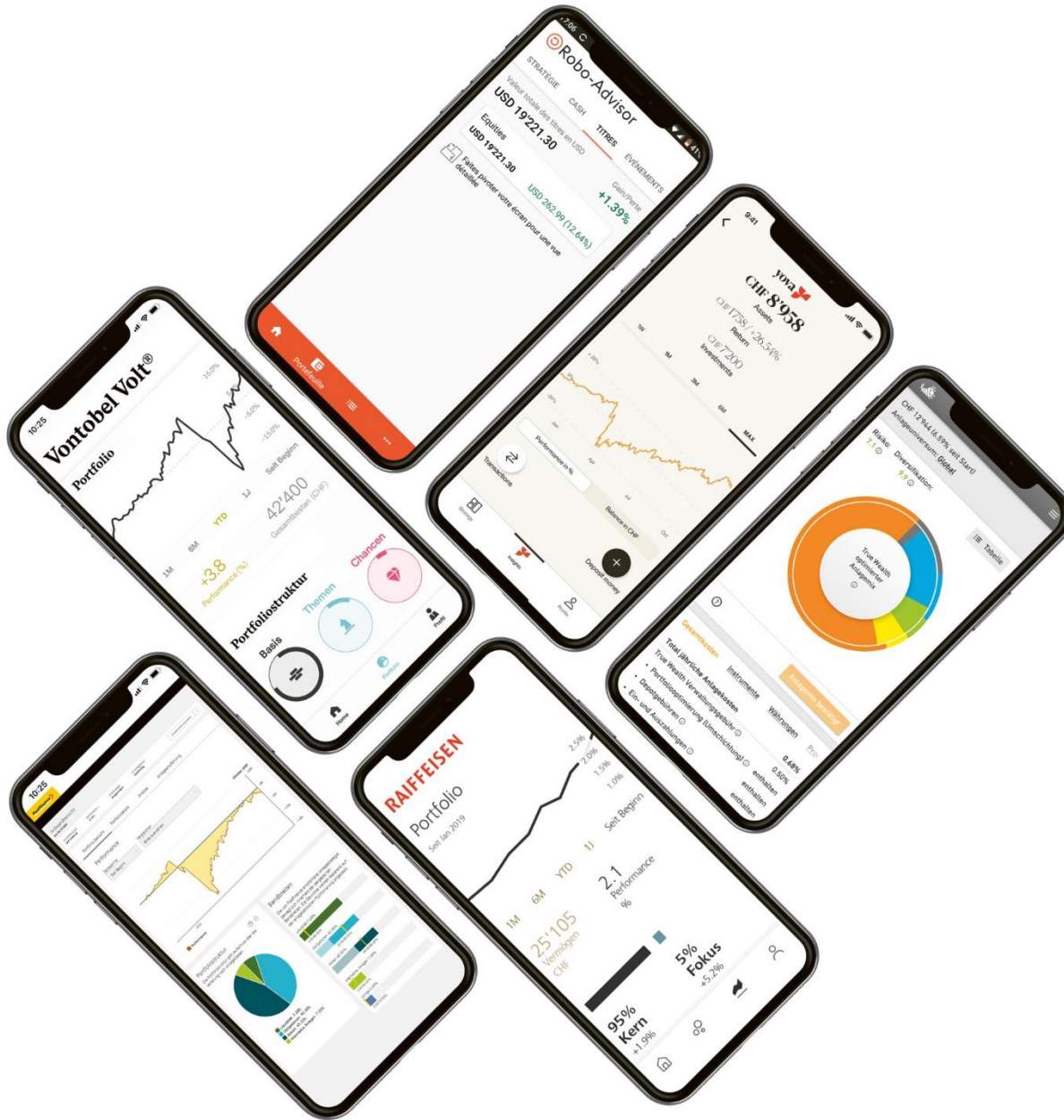


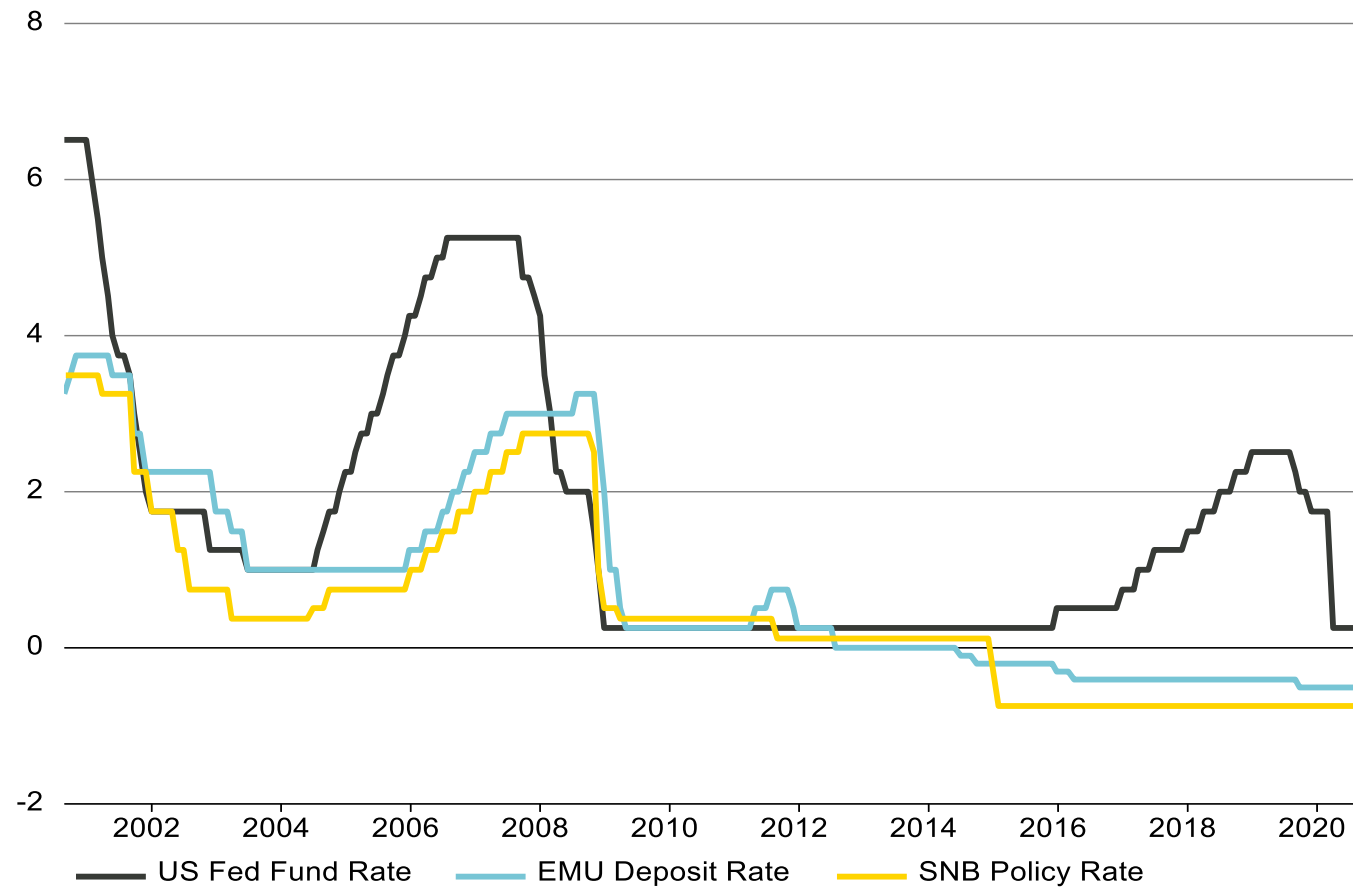
Digitales Anlegen in der Schweiz – ein Markt mit Potenzial

Eine Studie erstellt von der Hochschule Luzern in Zusammenarbeit mit Raiffeisen und Vontobel auf Basis einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage

November 2020



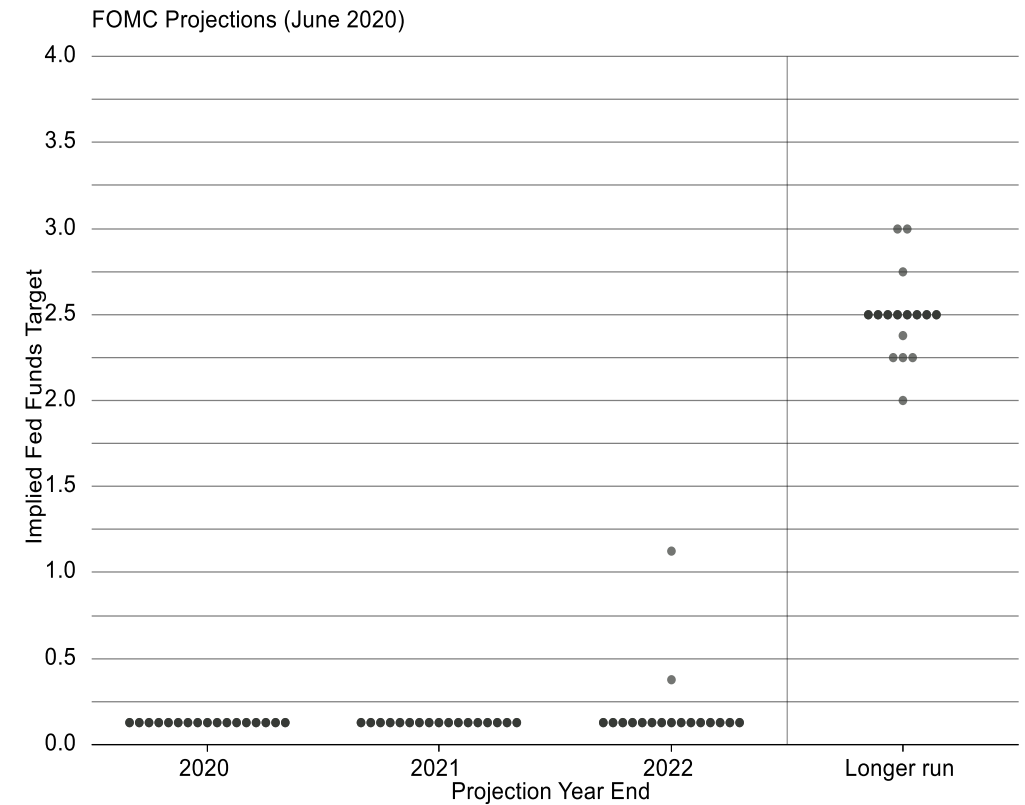
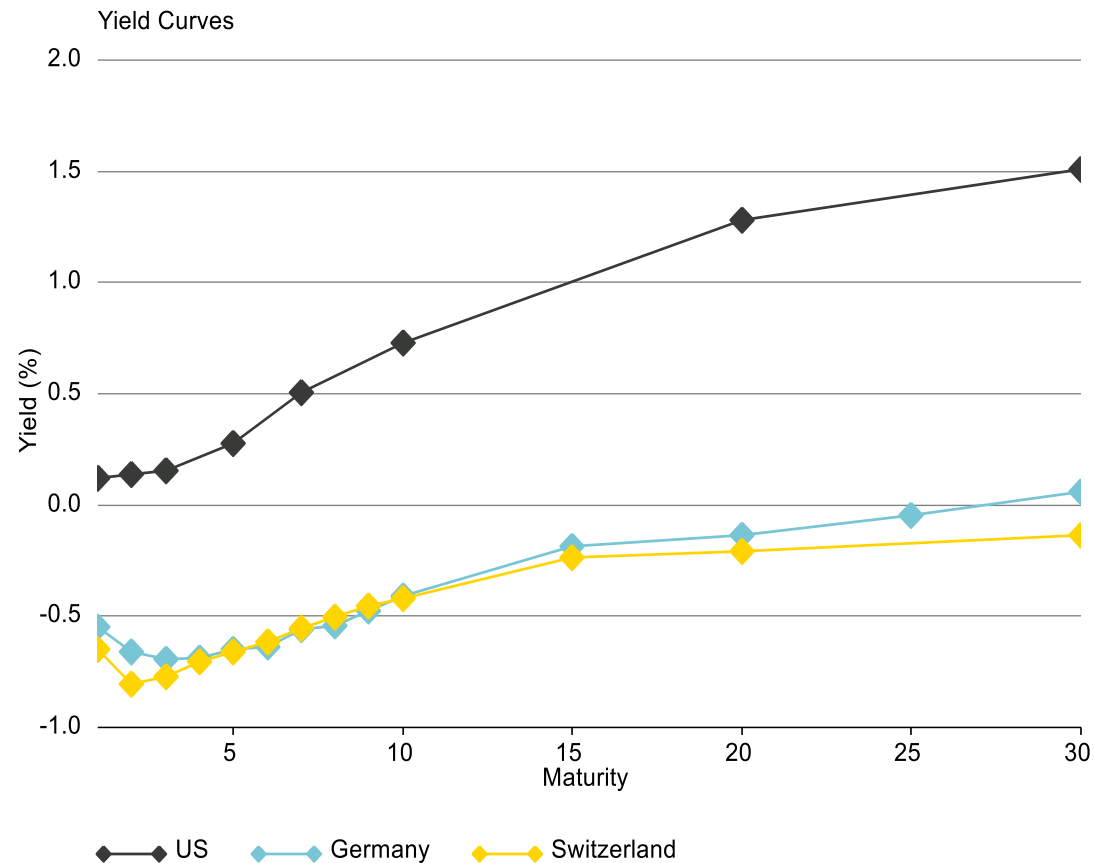
Das Anlageumfeld ist seit Jahren durch Niedrigzinsen geprägt



Source: Datastream, Vontobel

Markt erwartet keine Zinswendende

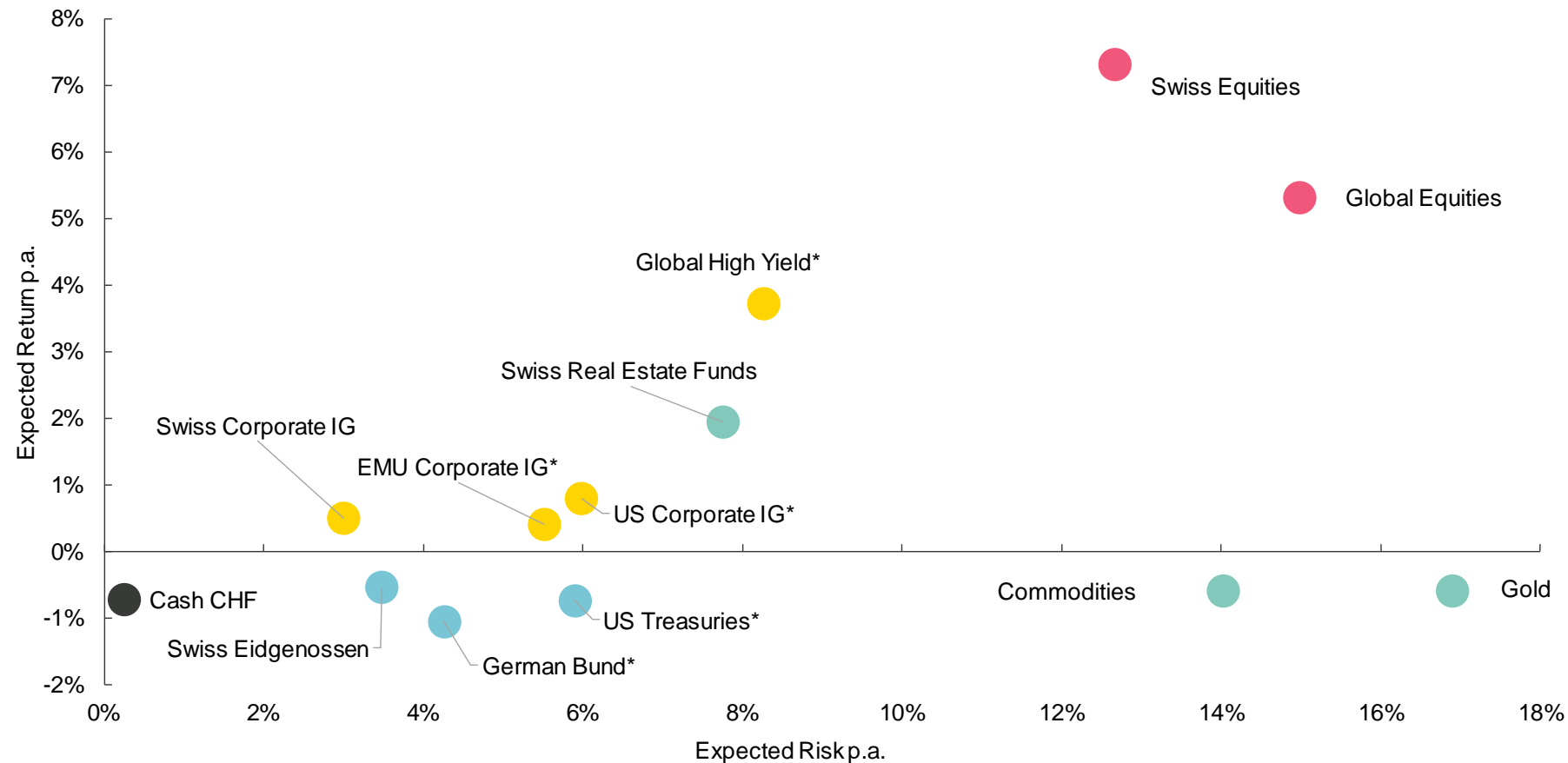
FED wird die Zinsen lange nicht erhöhen – und damit auch nicht die ECB oder SNB



Source: Datastream, Vontobel

Risk Return Überblick für Investoren in CHF

Steigende Ertragschancen gehen einher mit höherer Volatilität



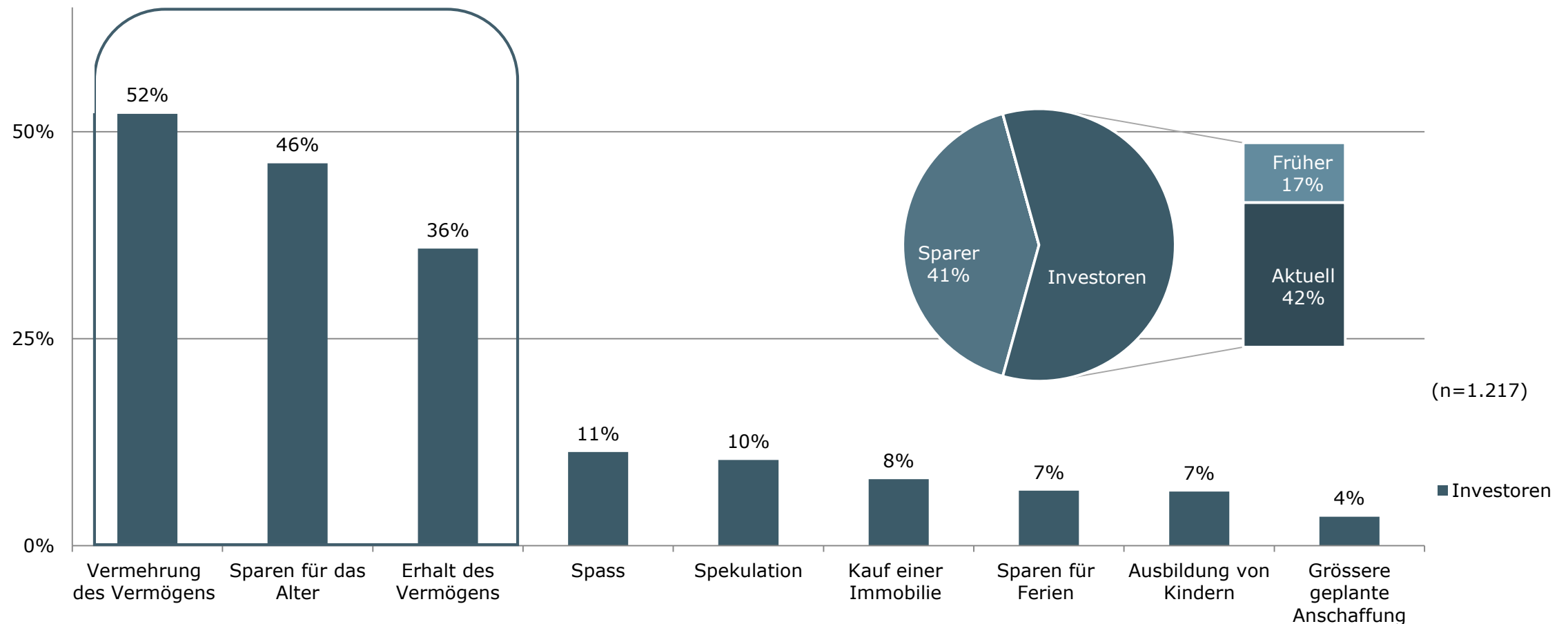
*Hedged in CHF; Source: Datastream, Vontobel

«Investieren ist das neue Sparen»: 7 Gründe

- 1 Keine Renditen auf Spareinlagen und Staatsanleihen
- 2 Ohne Rendite gibt es keinen Zinseszinsseffekt
- 3 Die expansive Geldpolitik führt zu Inflation der Asset-Preise
- 4 Dividendenrenditen werden immer attraktiver (insbesondere im Vergleich zu Anleiherenditen)
- 5 An den Aktienmärkten können Anleger an strukturellen Megatrends partizipieren
- 6 Cash hat keine ESG Komponente
- 7 Marktverwerfungen und Aktionen der Zentralbanken erfordern ein aktives Management, um Chancen zu nutzen

Vermögensvermehrung und -erhalt sowie Altersvorsorge sind über alle Gruppen hinweg Top-Anlageziel

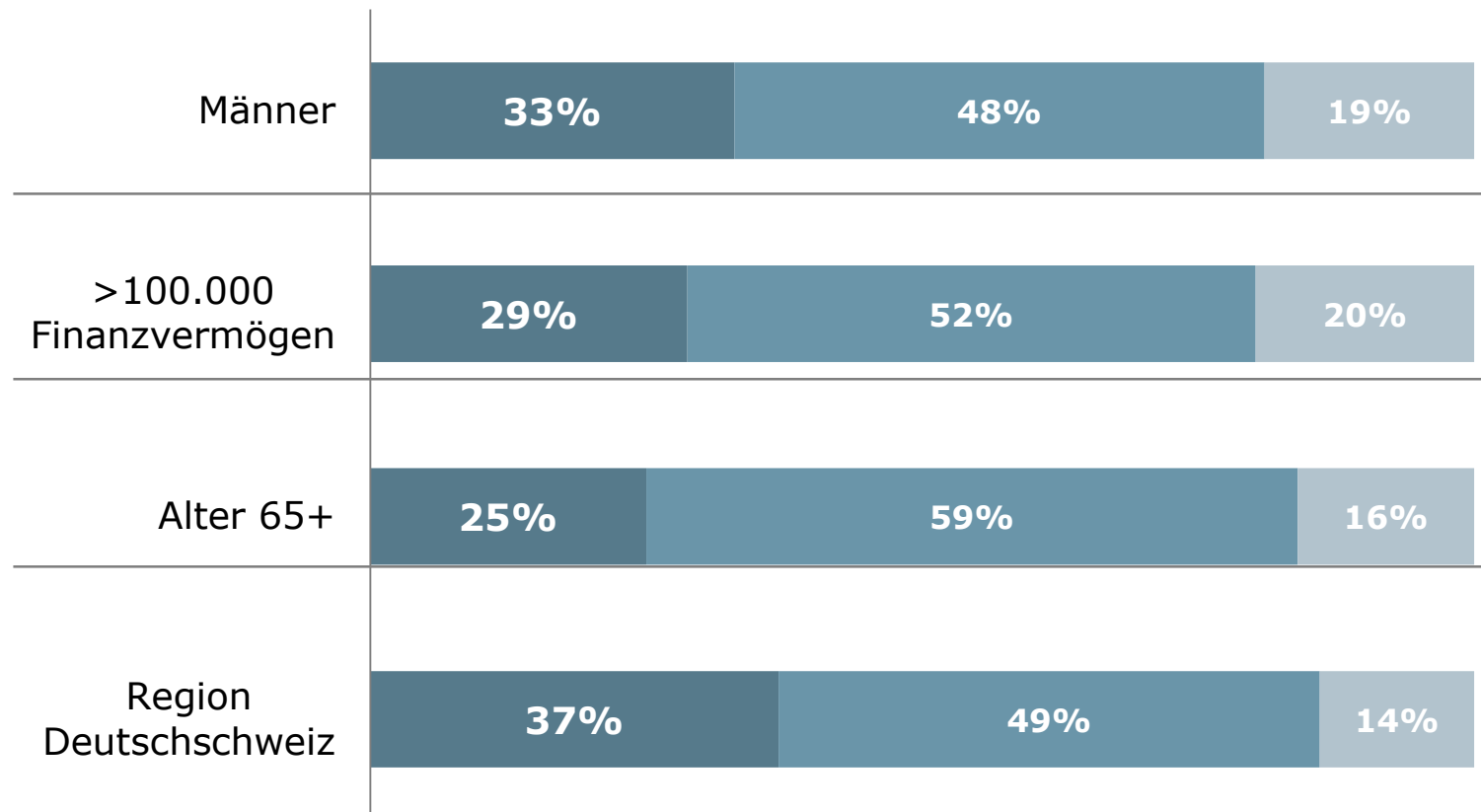
59% der Schweizer waren bereits als Investoren am Kapitalmarkt aktiv



Deutschschweizer 65+ Männer mit Vermögen von CHF 100.000+ fühlen sich am besten informiert über digitale Anlagelösungen

Kenntnisse zu digitalen Anlagelösungen

aller Umfrageteilnehmer (n=1.155)



Erkenntnisse:

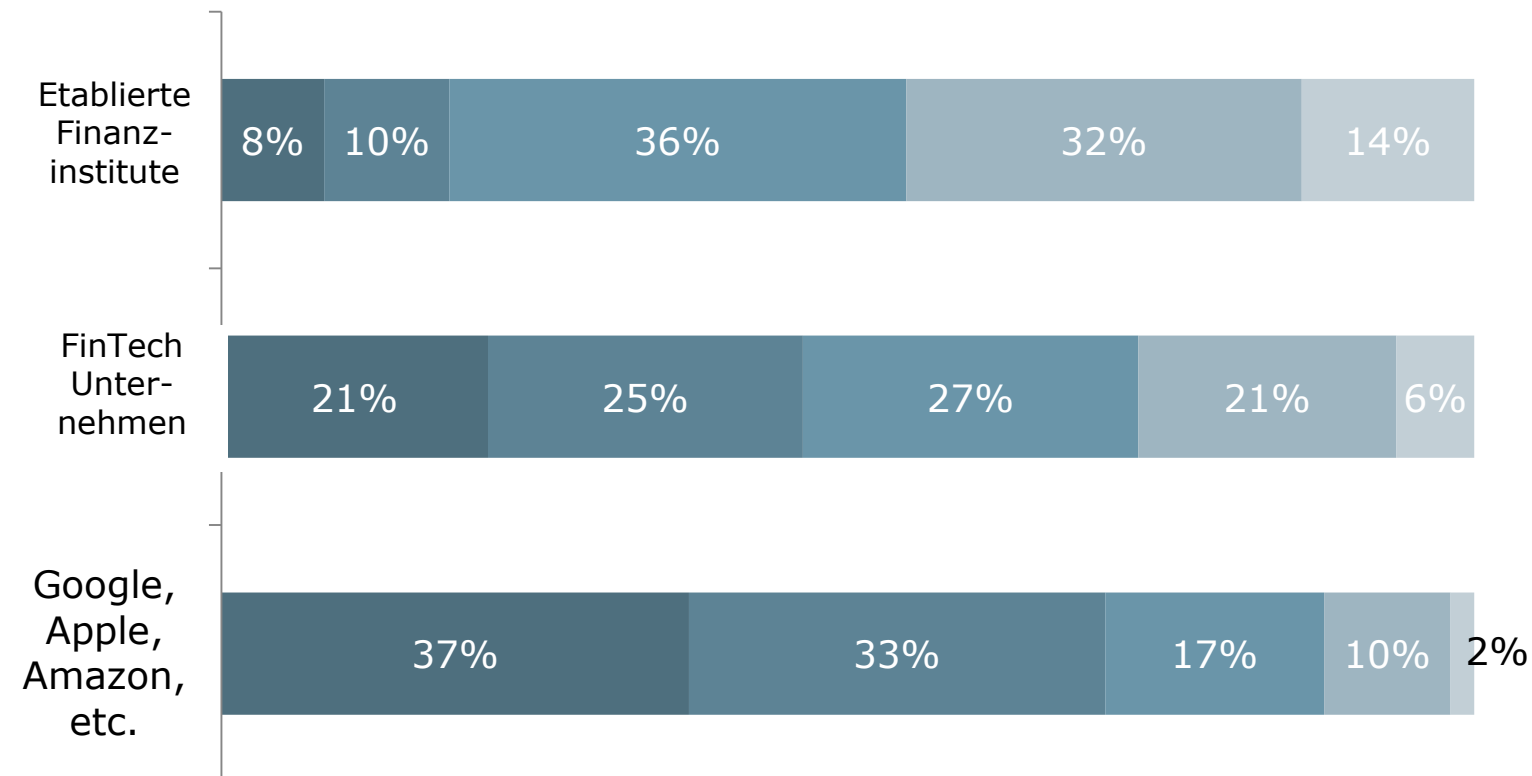
- Frauen sind weniger informiert als Männer
- Das Vermögen ist ein wichtigerer Faktor: Besonders Wohlhabende schneiden hier besser ab
- Personen 65 plus kennen sich hier besser aus als jüngere Generationen
- Personen aus der Deutschschweiz und aus dem Tessin haben bessere Kenntnisse als die aus anderen Regionen

Legende:

- Nie gehört
- Gehört
- Kenntnisse

Schweizer vertrauen etablierten Finanzinstituten mehr als Amazon, Apple oder Google – wenn's um ihr Geld geht

Wahrscheinlichkeit, dass künftig bei diesen Partnern in digitale Anlagen investiert wird in Prozent der befragten potenziellen Nutzer (n=109)



Erkenntnisse:

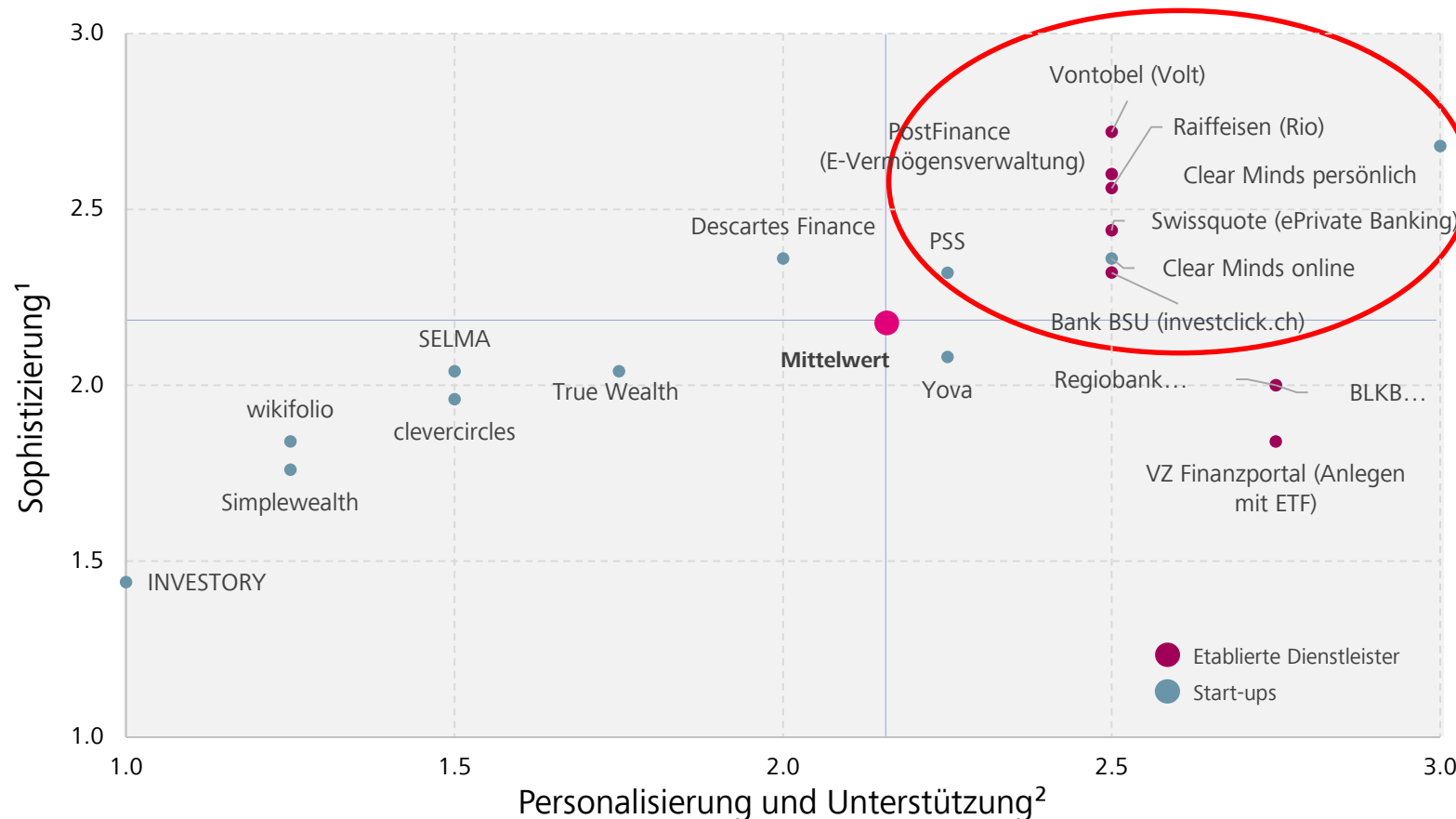
- Etablierte Finanzinstitute gegenüber anderen Partnern bevorzugt
- Die Wahrscheinlichkeit, dass ein digitales Investmentkonto bei einem etablierten Finanzinstitut eröffnet wird, ist um 19 Prozentpunkte höher als bei FinTechs und 34 Prozentpunkte höher als bei Google & Co.
- BigTech-Konzerne werden noch nicht als potenzielle Alternative zu Banken betrachtet
- Digitalbanken werden von praktisch niemanden als Hausbank angegeben

Legende:

- 1 = überhaupt nicht wahrscheinlich
- 2
- 3
- 4
- 5 = sehr wahrscheinlich

Vielfalt in der Schweiz nimmt zu mit Trend zu hybriden Digitallösungen

Evaluation der Geschäftsmodelle digitaler Anlagelösungen in der Schweiz (Quelle: Swisscom & IFZ, 2019)



Erkenntnisse:

- Trend zu hybriden Lösungen – Robo mit Beratungsmöglichkeit
- Digitale Vermögensverwaltungslösungen etablierter Anbieter bieten höhere Sophistizierung und mehr Personalisierung
- Beratungsunterstützung ist vor allem bei den etablierten Anbietern möglich

¹**Sophistizierung:** Misst den Umfang des Prozesses zur Bestimmung des Risikoprofils und die Aussagekraft des daraus entstehenden Risikoprofils, die intuitive Bedienung und den Informationsgehalt der Website, die Anzahl Anlageklassen sowie die Ausgereiftheit des Investitionsprozesses

²**Personalisierung & Unterstützung:** Misst den Grad der Personalisierung des Anlagevorschlags, die Breite der Anlagevorschläge sowie die Möglichkeit zur Beratungsunterstützung

Soloisten und Validatoren grösste Gruppen potenzieller Nutzer digitaler Angebote

Mehr als ein Viertel der Schweizer Investoren nutzen bereits digitale Anlagelösungen oder können sich eine Nutzung vorstellen

34% der Schweizer Investoren sind Soloisten



- 49% haben bereits von digitalen Vermögensverwaltungen gehört, 31% haben leichte bis gute Kenntnisse
- 10% nutzen bzw. 25% sehen sich als potenzielle Nutzer digitaler Vermögensanlagelösungen

- Anlageentscheid wird eigenständig und mit dem Partner getroffen

56% der Schweizer Investoren sind Validatoren



- 58% haben bereits von digitalen Vermögensverwaltungen gehört, 13% haben leichte bis gute Kenntnisse
- 7% nutzen bzw. 12% sehen sich als potenzielle Nutzer digitaler Vermögensanlagelösungen

- Entscheidungsfindung und Meinungsbildung mithilfe von Partnern und Bankberater

10% der Schweizer Investoren sind Delegatoren



- 44% haben bereits von digitalen Vermögensverwaltungen gehört, 12% haben leichte bis gute Kenntnisse
- 6% nutzen bzw. 11% sehen sich als potenzielle Nutzer digitaler Vermögensanlagelösungen

- Anlageentscheid wird komplett delegiert an den Berater

Persona: Validatoren sind Frauen, Soloisten vor allem Männer

Soloisten



- stammen oftmals aus der Deutschschweiz
- gehören häufig der Generationen Z oder X an
- sind Männer

Validatoren



- welche die grösste Gruppe unter den Schweizer Anlegern darstellen, sind häufig aus dem Tessin oder der Deutschschweiz
- stammen zu 60% aus der Babyboomer-Generation
- sind zu mehr als 2/3 Frauen

Delegatoren

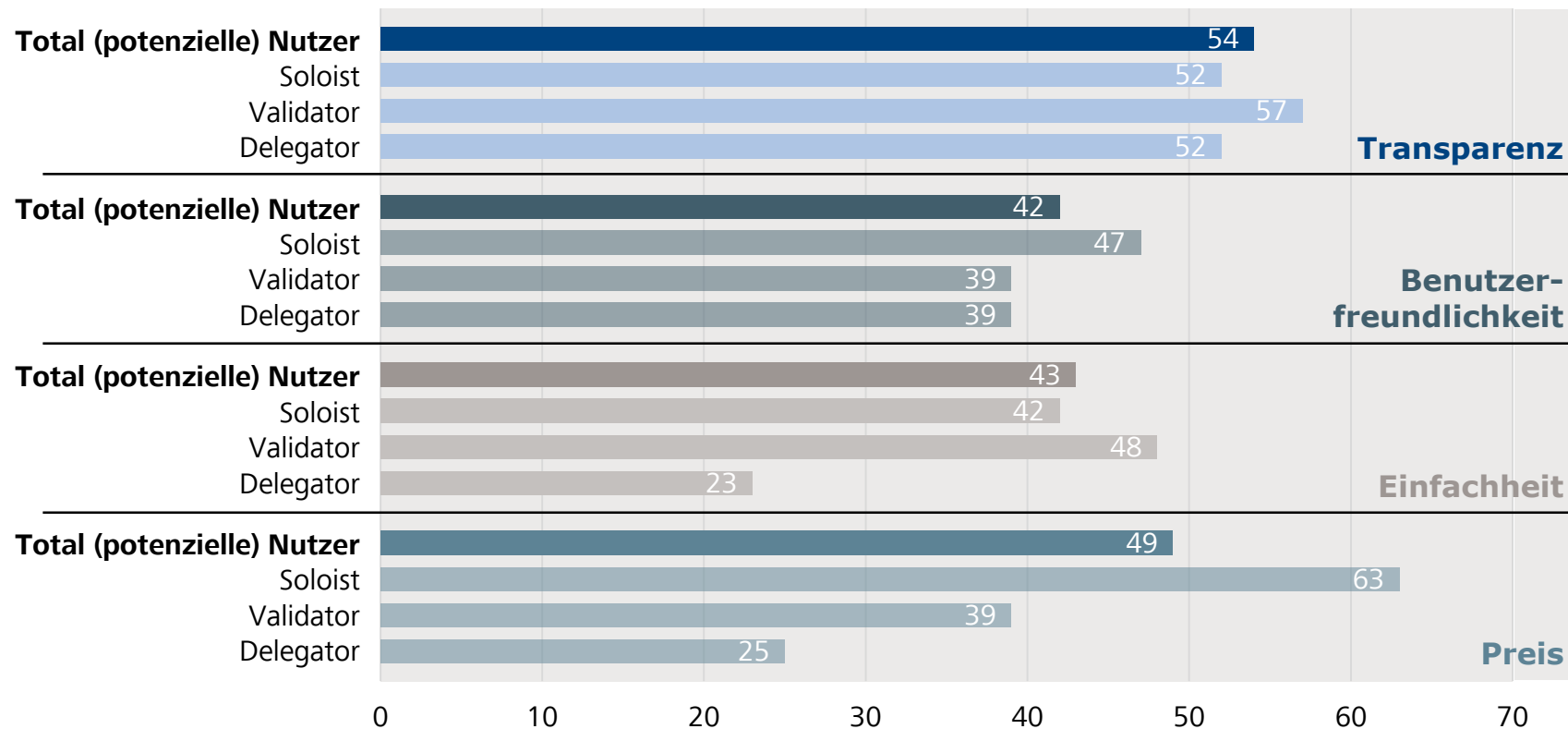


- welche die kleinste Gruppe unter den Schweizern bilden, kommen am häufigsten aus der Westschweiz
- gehören der Generation Y an
- sind Frauen

Validatoren wollen vor allem Transparenz, Benutzerfreundlichkeit und Einfachheit

Wichtigkeit der Kriterien für Auswahl des Anbieters

Top 4-Kriterien in Prozent der befragten (potenziellen) Nutzer (n=168)



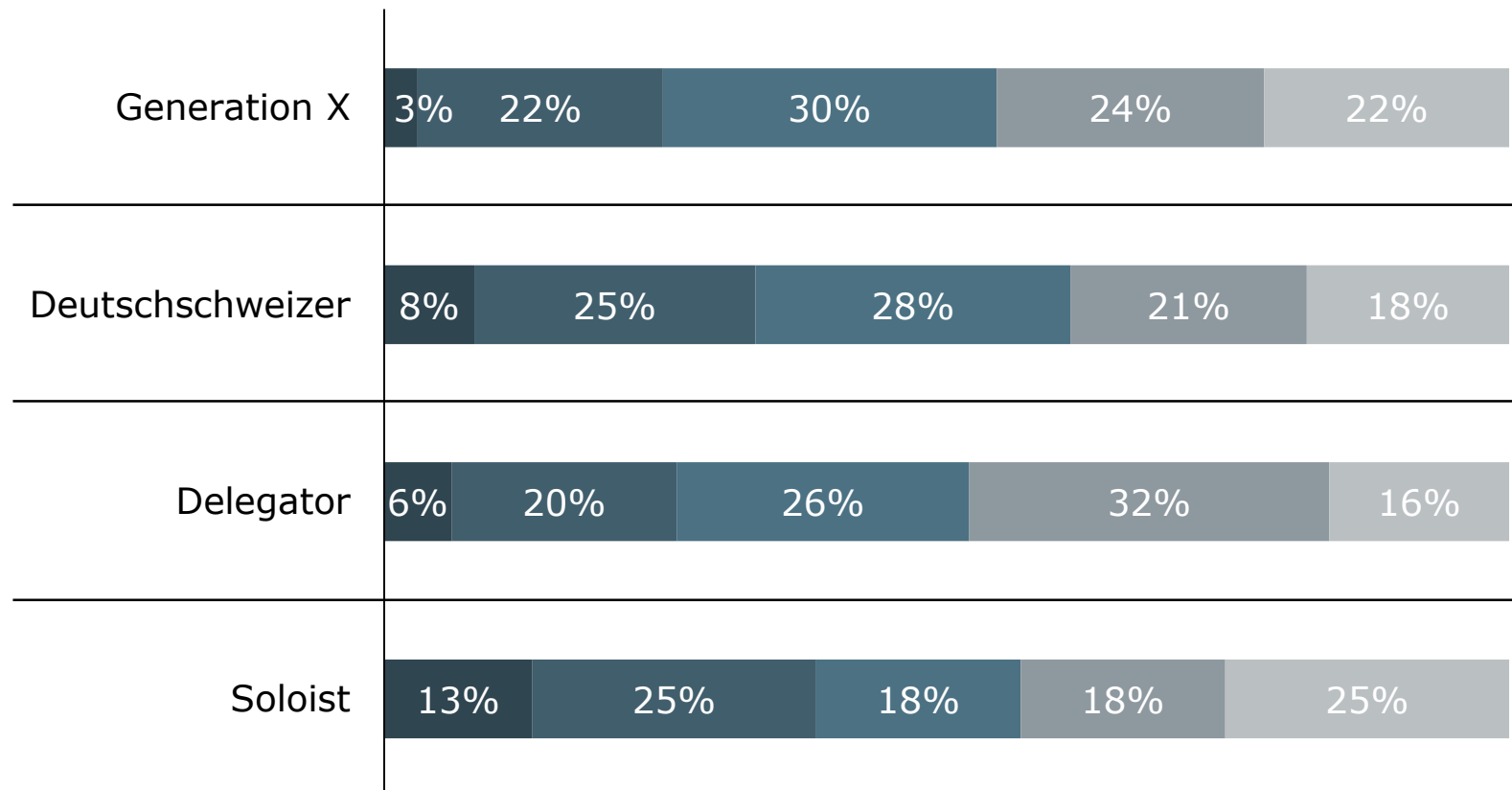
Erkenntnisse:

- Transparenz und Benutzerfreundlichkeit über alle Gruppen hinweg von grosser Bedeutung
- Kunden bereit für gutes Angebot einen angemessenen Preis zu zahlen. Kosten spielen vor allem für Validatoren und Delegatoren gegenüber Transparenz und Benutzerfreundlichkeit eine eher untergeordnete Rolle.
- Soloisten achten im Vergleich zu anderen Persona am stärksten auf Preis-Leistungs-Verhältnis

Deutschschweizer Delegatoren der Generation X investieren gerne langfristig – Soloisten deutlich kurzfristiger

Länge des Anlagehorizonts

Anteil der befragten «Investoren» (n=707)



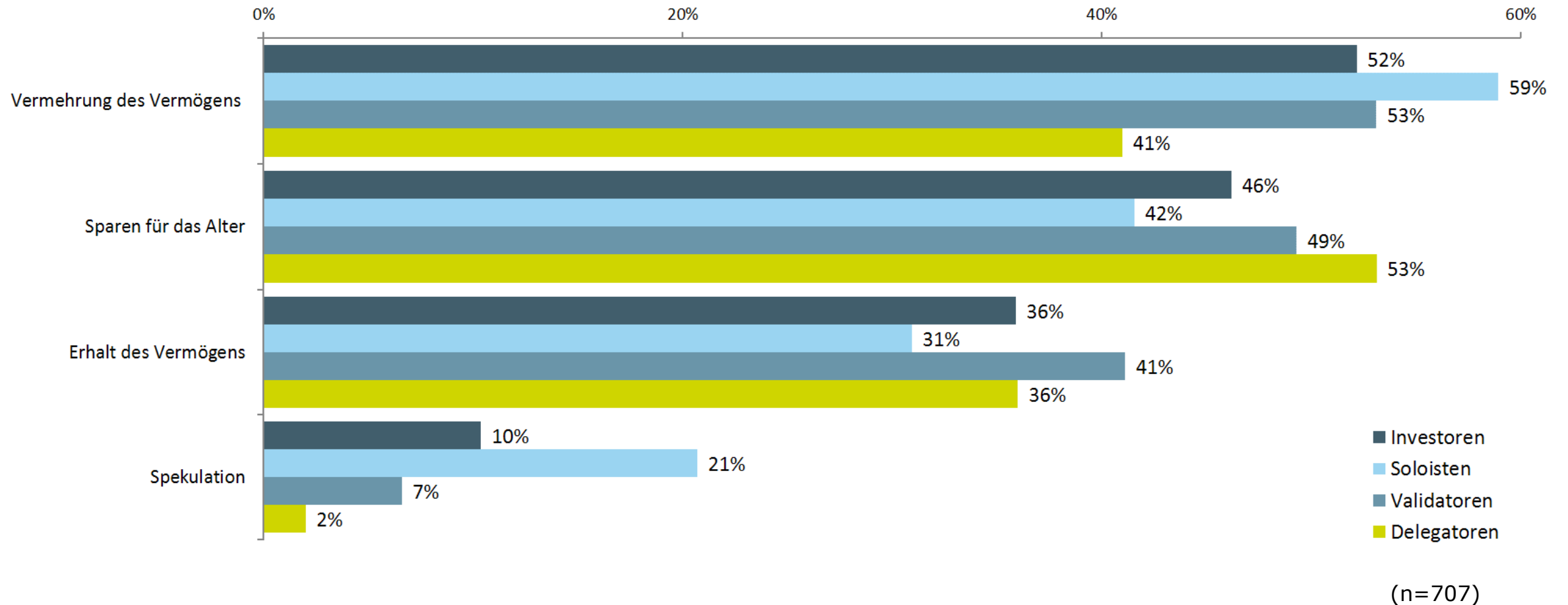
Erkenntnisse:

- Starke Korrelation zwischen Anlagehorizont und Anlageziel
- Unterschiede zwischen den Regionen beim Anlagehorizont nur klein

Legende:

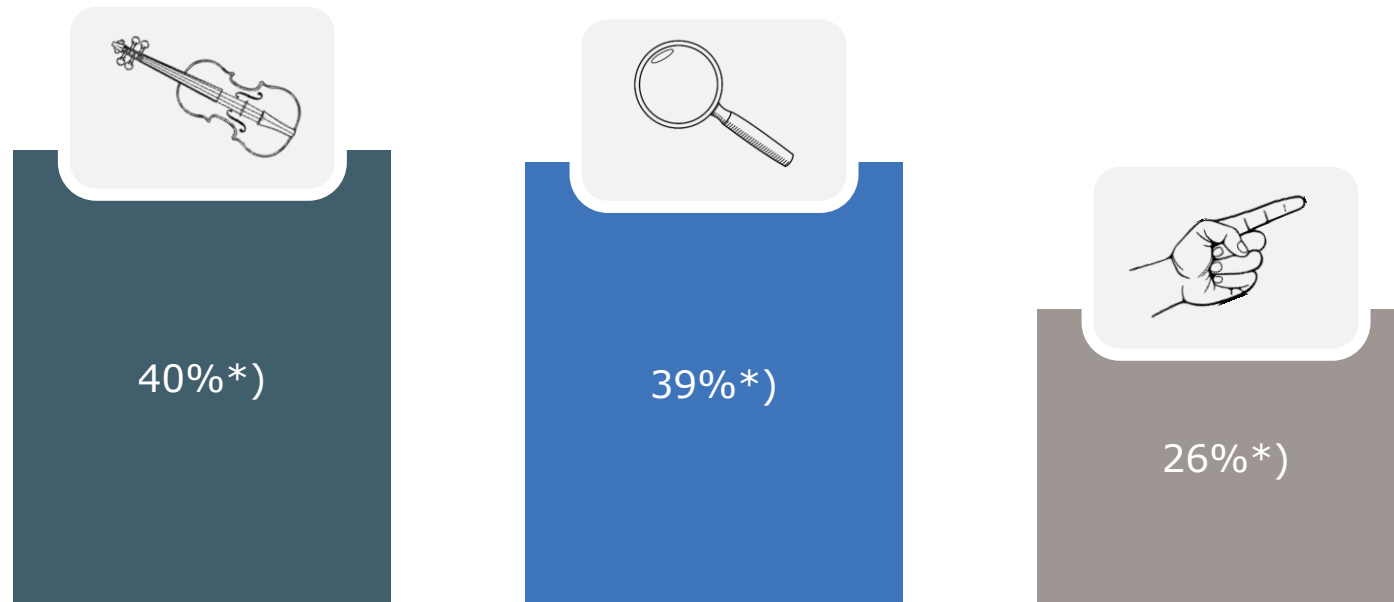
- <1 Jahr
- 1-5 Jahre
- 5-10 Jahre
- >10 Jahre
- Unterschiedlich

Altersvorsorge für Validatoren und Delegatoren wichtiger als für Soloisten



Generation X nutzt den Kapitalmarkt für die 3a Säule am stärksten, aber «Cash» ist immer noch King

Soloisten und Validatoren investieren am häufigsten an den Kapitalmärkten für den Aufbau der persönlichen 3a Säule. Welchen Anteil Ihrer Säule 3a Ersparnisse haben Sie in Wertschriften investiert? (n= 717)



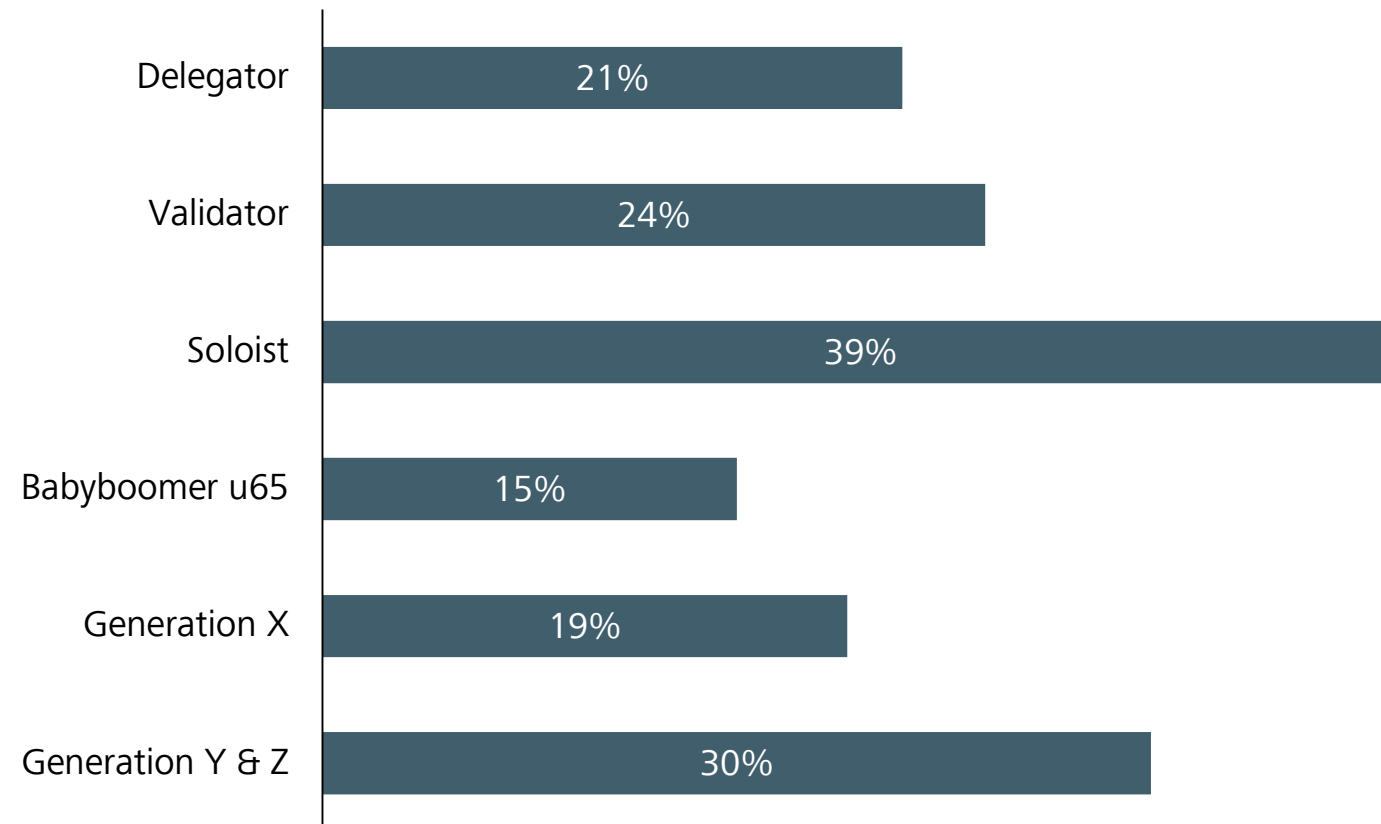
*) legen mehr als 11% der 3a Beiträge am Kapitalmarkt an

Erkenntnisse:

- 86% der Validatoren und jeweils 81% der befragten Soloisten und Delegatoren haben ein 3a Altersvorsorgekonto.
- Über alle Persona hinweg werden 3a Investments in hohem Masse in «Cash» angelegt.
- Soloisten legen stärker als alle anderen Persona ihre Altersvorsorge in Wertpapieren an.
- Männer scheinen auch bei der Altersvorsorge risikoaffiner zu sein als Frauen.
- Generation X nutzt am stärksten die Möglichkeiten des Kapitalmarkts für das Alter.
- Mit steigendem Einkommen und Vermögen nimmt die Bereitschaft zu, die Altersvorsorge mit Wertpapieren abzusichern.

Säule 3a ist ein Wachstumsmarkt, auch digital

Können Sie sich vorstellen, in den nächsten 12 Monaten einen Teil Ihres Säule 3a-Geldes digital anzulegen? (n= 891)



Erkenntnisse:

- Insgesamt können sich 22% der befragten Schweizer vorstellen, bereits in den nächsten 12 Monaten in die 3a auch digital anzulegen. Validatoren und Soloisten überdurchschnittlich interessiert.
- Vor allem Männer, überdurchschnittlich gutverdienende Anleger und jüngere Personen können sich vorstellen, eine entsprechende Lösung digital zu nutzen.
- Digitale Kunden wollen mitbestimmen, in was investiert wird, und erwarten eine individuelle und persönliche Betreuung.
- Säule 3a gewinnt aufgrund Kürzungen bei der beruflichen Vorsorge an Bedeutung, wird jedoch noch immer (zu) wenig genutzt.

Schweizer wollen «Maschine und Mensch»

- Durch die zunehmende Angebotsvielfalt und vor allem durch weitere grosse Marktteilnehmer mit grosser Kundenbasis wird sich dieser Markt in den nächsten Jahren schneller entwickeln als in der Vergangenheit
- Digitale Lösungen von etablierten Finanzdienstleistern mit Vertrauensvorteil
- Hybrides Modell hat Potenzial
 - Digitales Tool mit etabliertem Bankanbieter im Hintergrund
 - Digitale Anlagelösungen werden noch als Ergänzung zu den traditionellen Angeboten angesehen
 - Digitale Vermögensverwaltung als möglichen Einstieg «vom Sparer zum Anleger» präsentieren
- Soloisten und Validatoren Hauptzielgruppe
 - Kunden wollen vor allem Transparenz und Bedienfreundlichkeit
 - Interesse grundsätzlich vorhanden, aber Wissen über digitale Lösungen ausbaufähig
- Digitale Anleger sind tendenziell selbständiger und etwas risikoaffiner als Personen, die kein Interesse an solchen Produkten haben oder diese gar nicht kennen
- Digitale 3a Säule mit Potenzial
 - Digitale Lösungen zahlen auf Wunsch nach niedrigen Kosten und Mitbestimmung bei der Anlageart ein
 - Gerade jüngere Personen mit einem längeren Anlagehorizont sollten einen höheren Wertschriften-Anteil halten
 - Private Vorsorge ist ein Wachstumsmarkt, dessen Entwicklung mit Hilfe von digitalen Lösungen noch weiter an Fahrt gewinnen dürfte

ANHANG

Über die Studie

- Repräsentative Onlinebefragung durch das LINK-Institut:
 - Fragen zur Relevanz, Bedürfnisse, Nutzungsverhalten sowie Interesse an (digitalem) Anlegen
 - 1'217 in der Schweiz wohnhafte Personen, zwischen 18 und 79 Jahre alt
 - 59 Prozent der Befragten gelten als «Investoren» (n=718)
 - Beantwortung des Fragebogens zwischen dem 20. Mai und dem 3. Juni 2020
- Auswertung der Umfrageresultate durch das Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ:
 - Übersicht zur derzeitigen Angebots-Landschaft im Bereich des Anlegens
 - Analyse von Relevanz, Bedürfnissen und Nutzungsverhalten von Schweizerinnen und Schweizern im Bereich des (digitalen) Anlegens
 - Erstellung von Personas zur Evaluierung von möglichen Kundengruppen digitaler Anlagelösungen

Die Studie wurde in 2020 Auftrag gegeben durch Raiffeisen Schweiz und Vontobel.