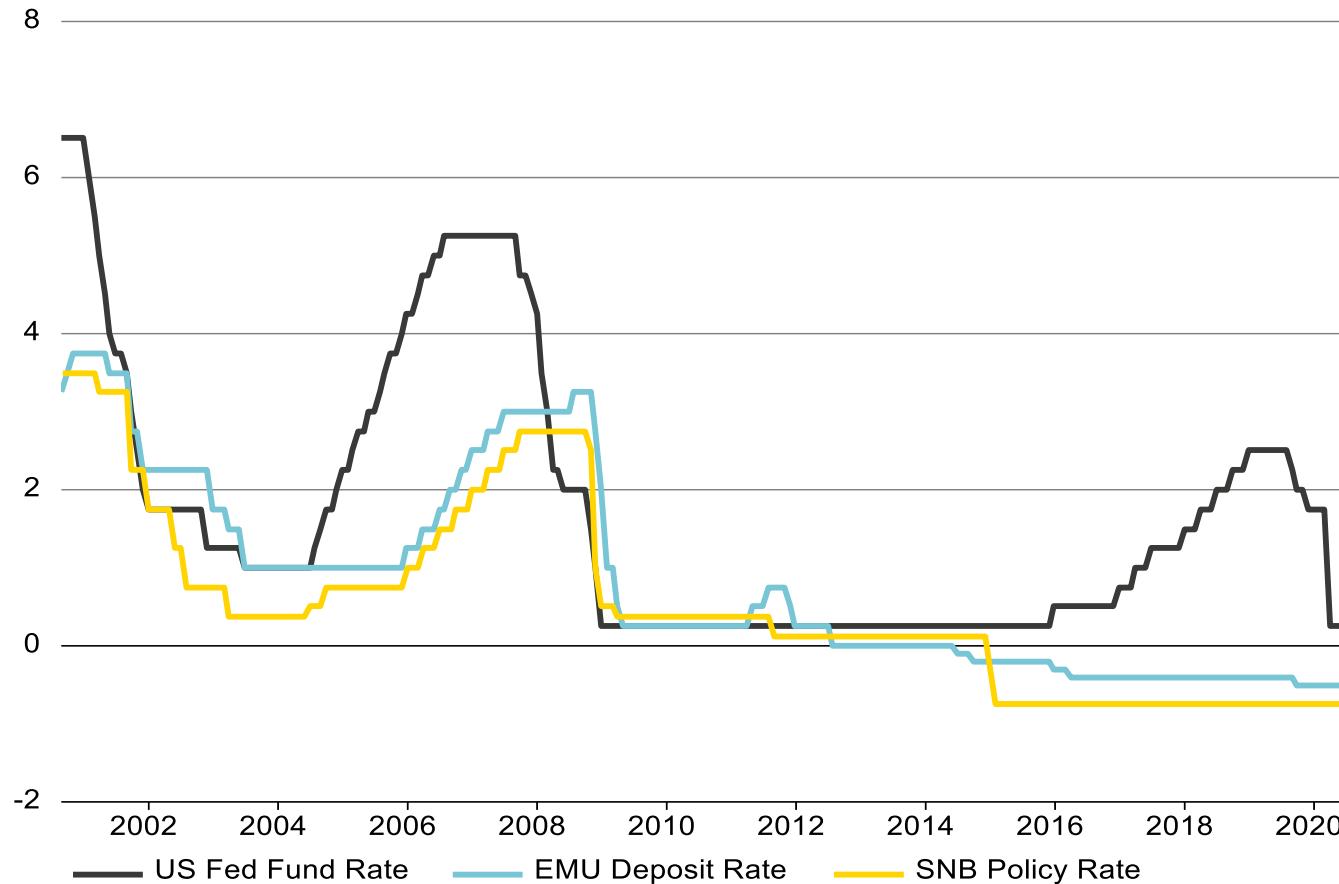


# Digitales Anlegen in der Schweiz – ein Markt mit Potenzial

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

November 2020

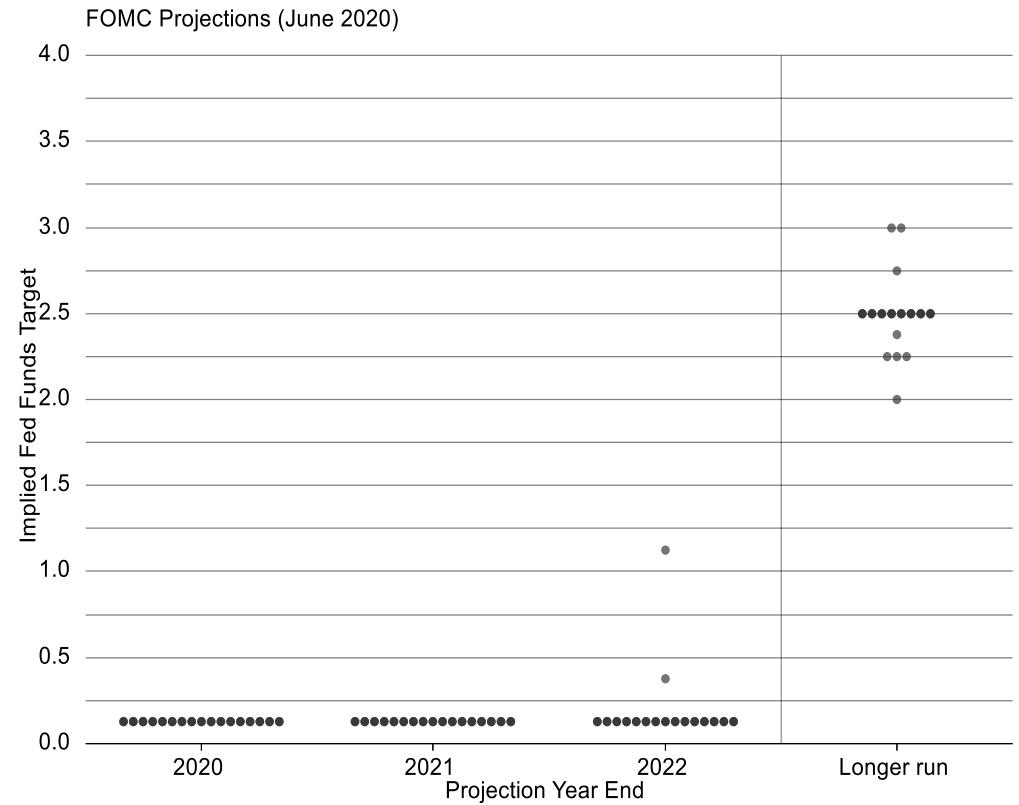
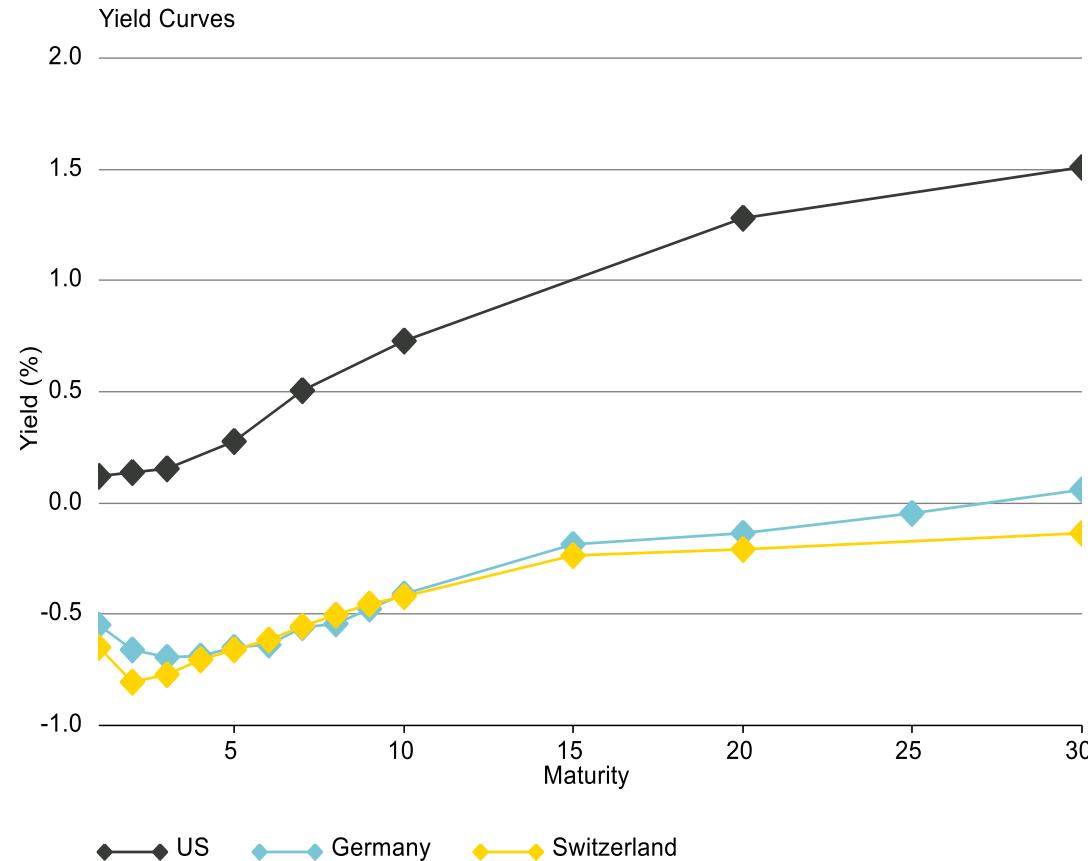
## Das Anlageumfeld ist seit Jahren durch Niedrigzinsen geprägt



Source: Datastream, Vontobel

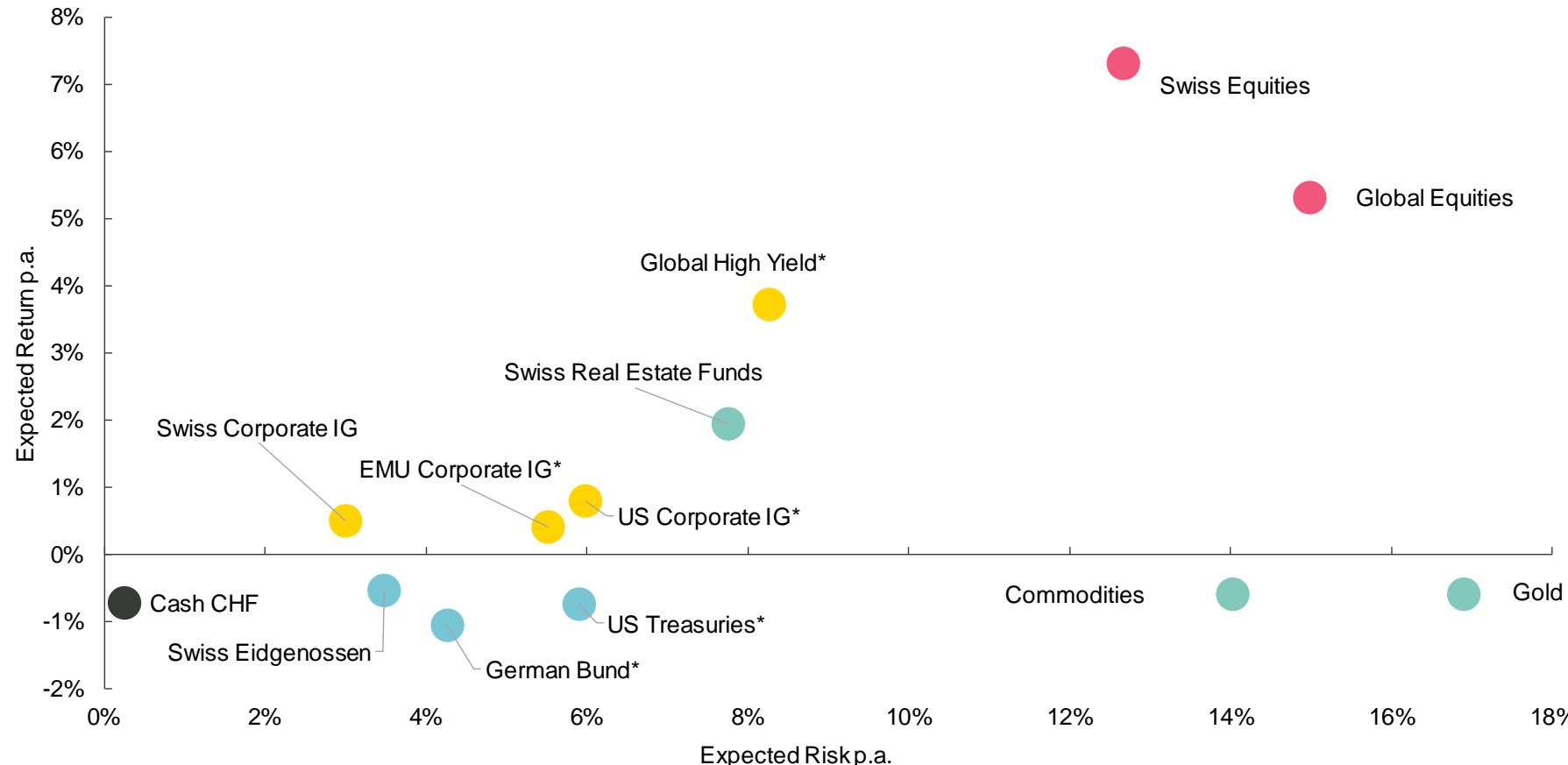
## Markt erwartet keine Zinswendende

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



# Risk Return Überblick für Investoren in CHF

**Steigende Ertragschancen gehen einher mit höherer Volatilität**



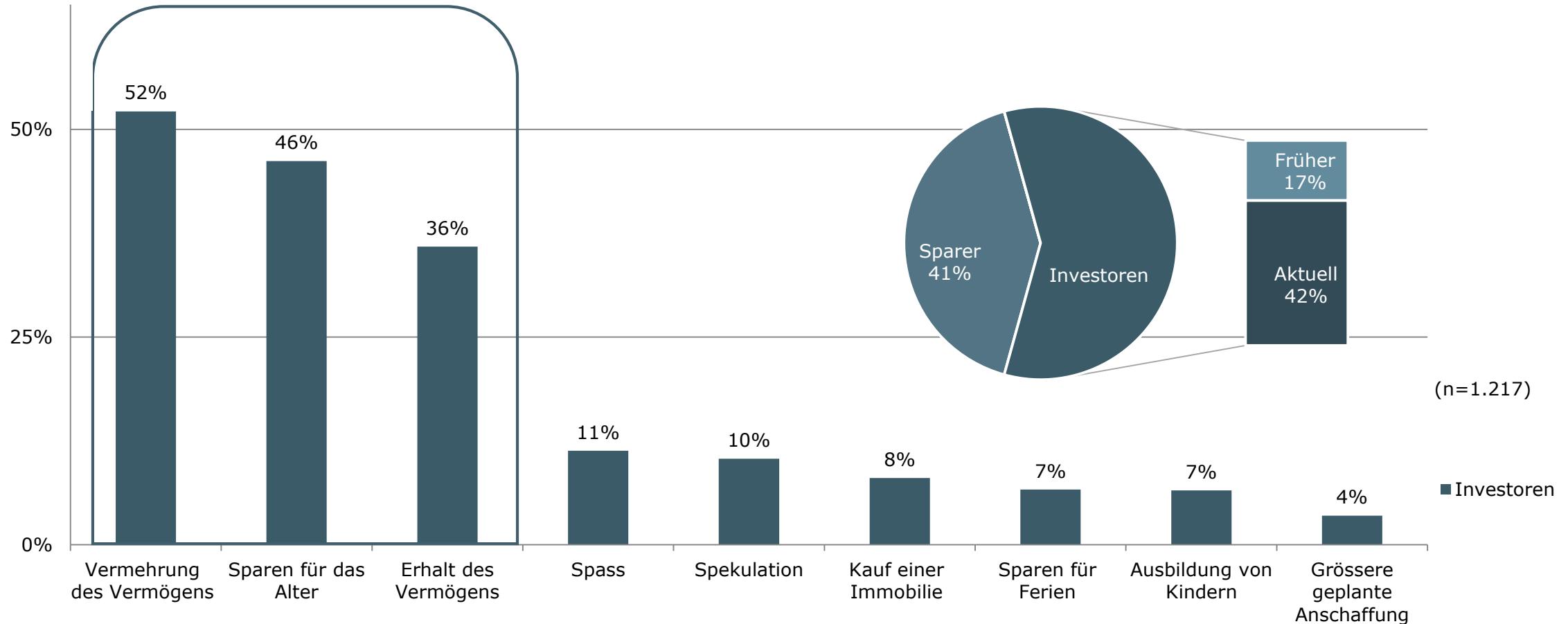
\*Hedged in CHF; Source: Datastream, Vontobel

## «Investieren ist das neue Sparen»: 7 Gründe

- 1** Keine Renditen auf Spareinlagen und Staatsanleihen
- 2** Ohne Rendite gibt es keinen Zinseszinseffekt
- 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

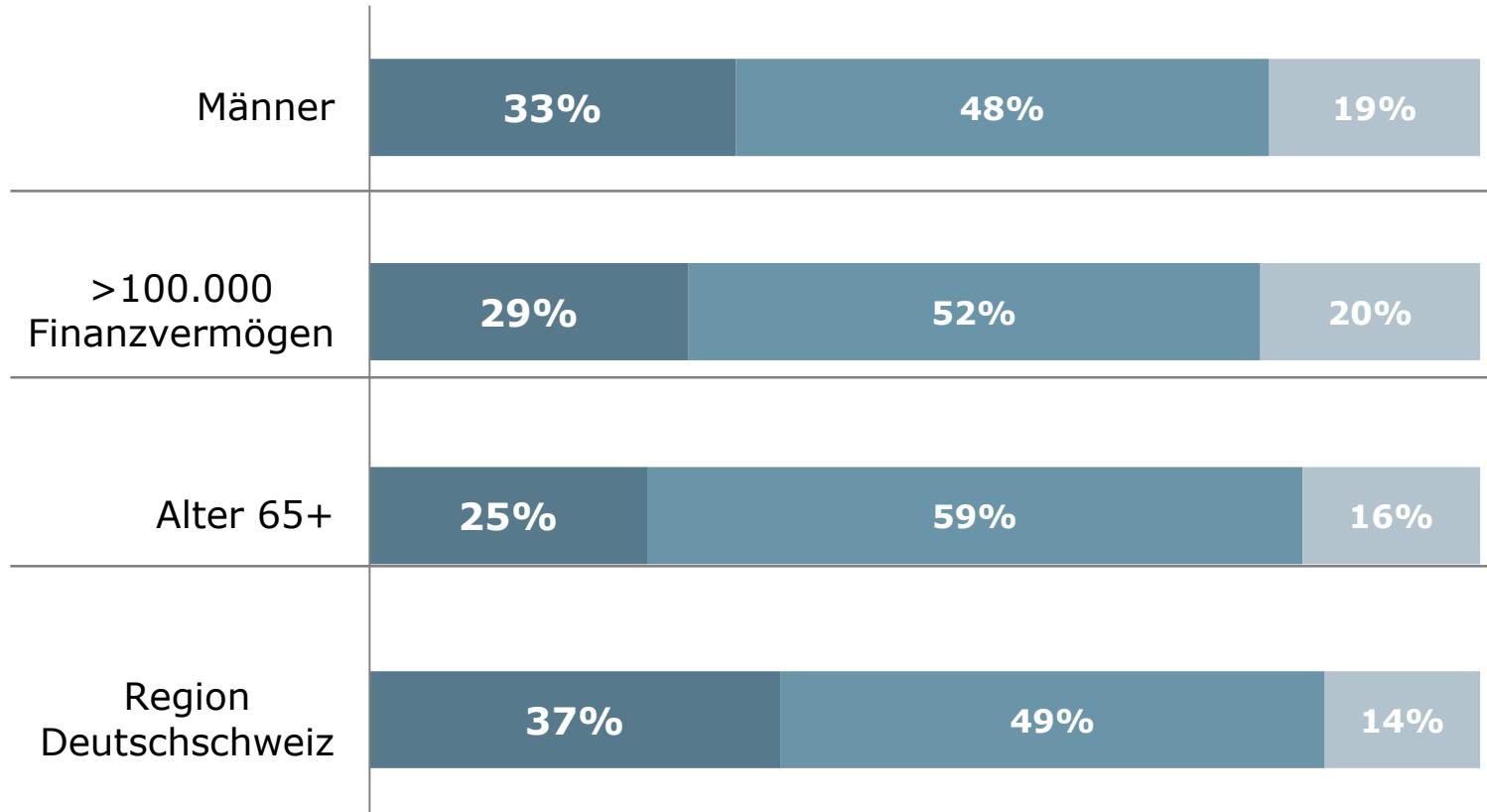
**59% der Schweizer waren bereits als Investoren am Kapitalmarkt aktiv**



# 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:

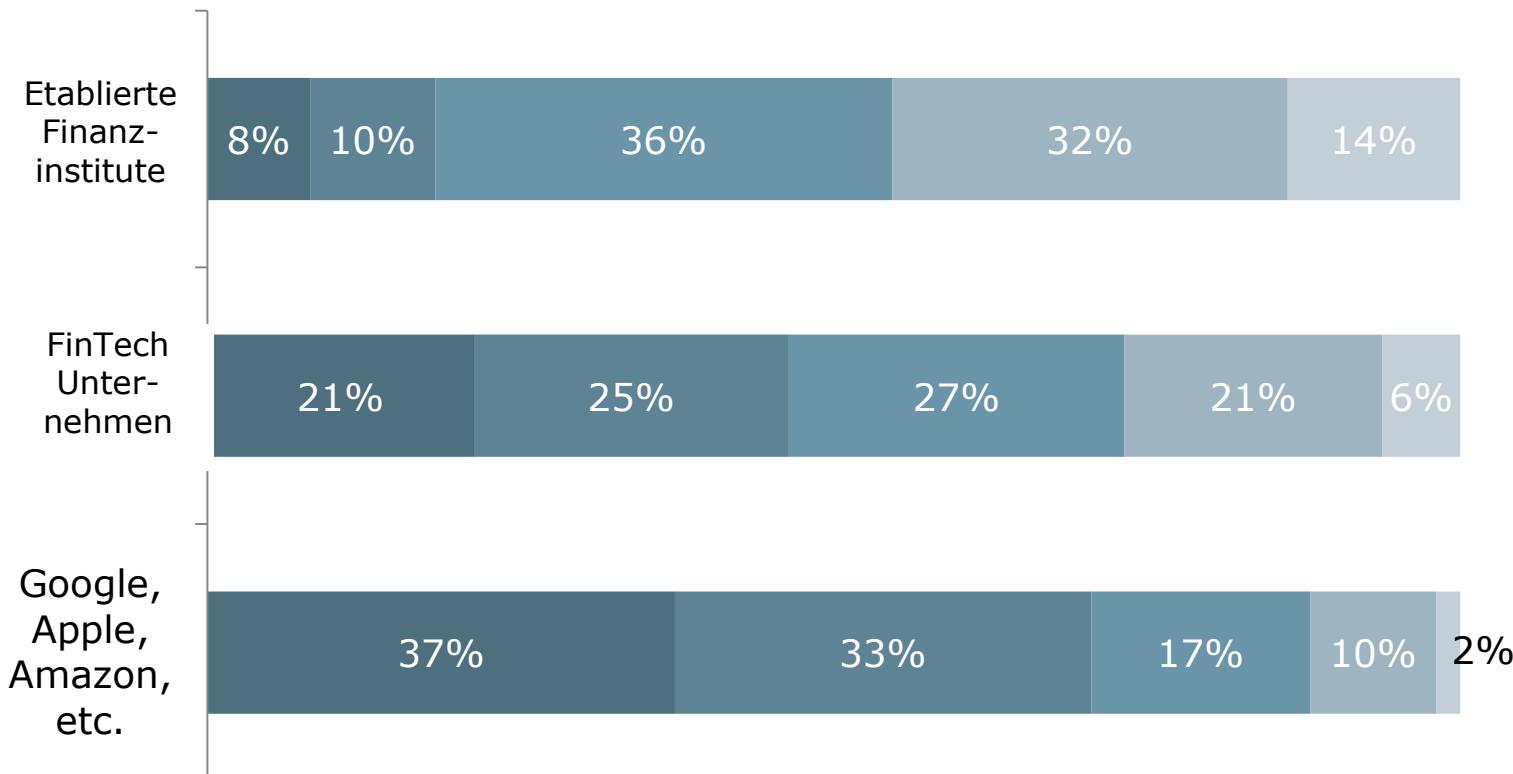
- Frauen sind weniger informiert als Männer
- Das Vermögen ist ein wichtigerer Faktor: Besonders Wohlhabende schneiden hier besser ab
- Personen 65 plus kennen sich hier besser aus als jüngere Generationen
- Personen aus der Deutschschweiz und aus dem Tessin haben bessere Kenntnisse als die aus anderen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

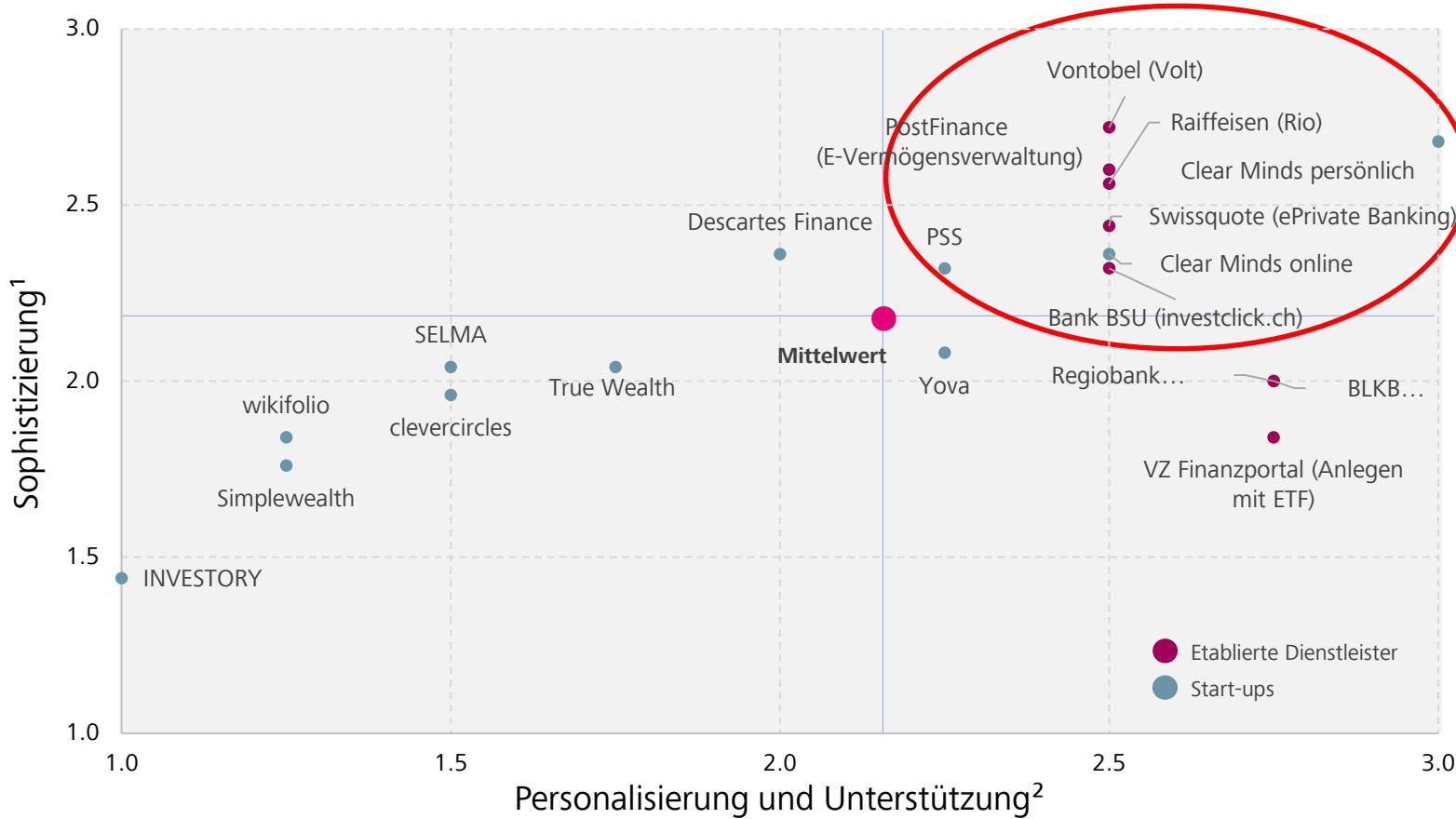
- Etablierte Finanzinstitute gegenüber anderen Partnern bevorzugt
- Die Wahrscheinlichkeit, dass ein digitales Investmentkonto bei einem etablierten Finanzinstitut eröffnet wird, ist um 19 Prozentpunkte höher als bei FinTechs und 34 Prozentpunkte höher als bei Google & Co.
- BigTech-Konzerne werden noch 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

<sup>1</sup>**Sophistizierung:** Misst den Umfang des Prozesses zur Bestimmung des Risikoprofils und die Aussage-kraft des daraus entstehenden Risikoprofils, die intuitive Bedienung und den Informationsgehalt der Website, die Anzahl Anlageklassen sowie die Ausgereiftheit des Investitionsprozesses

<sup>2</sup>**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

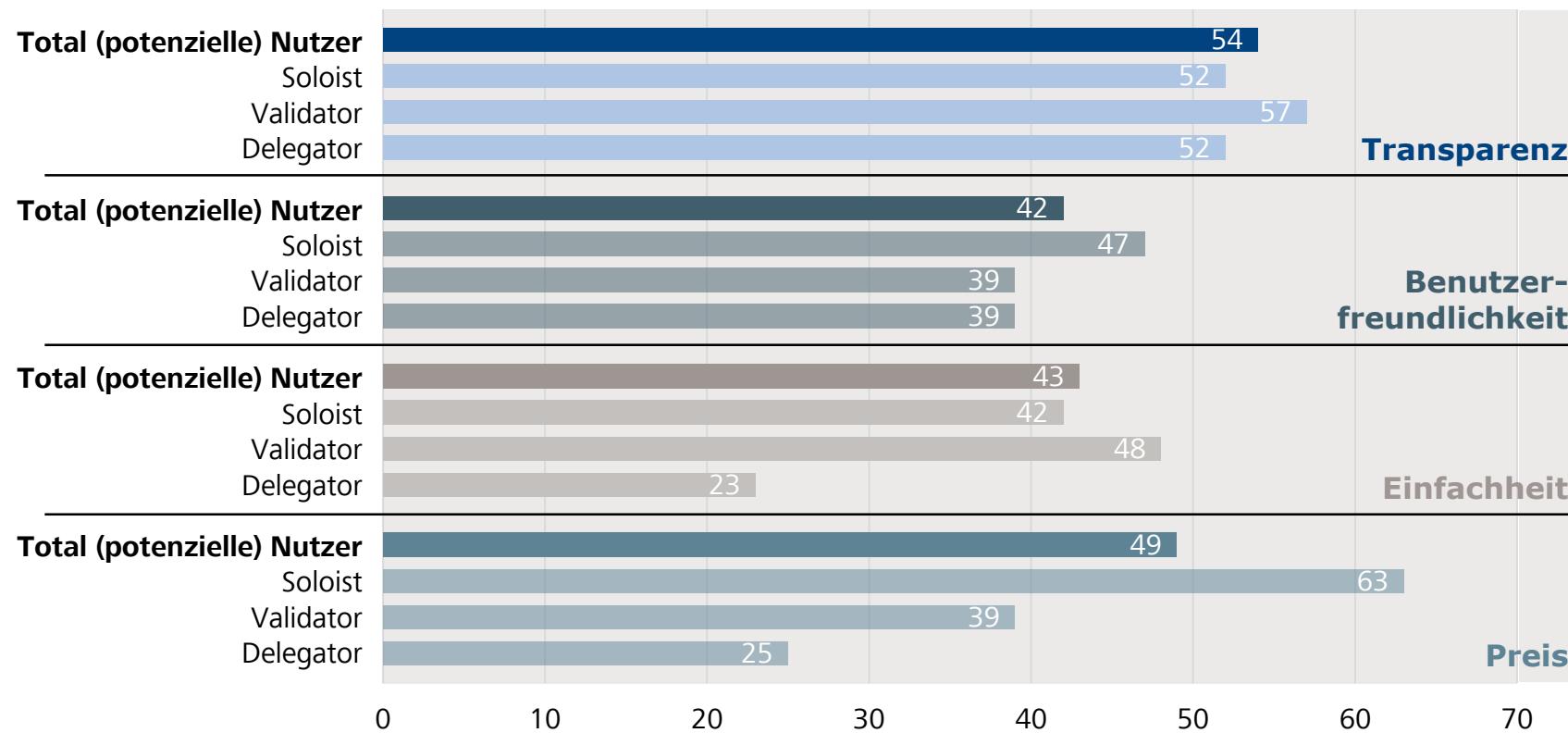


- welche die kleinste Gruppe unter den Schweizern bilden, kommen am häufigsten aus der Westschweiz
- gehören der Generation Y an
- sind Frauen

# 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)



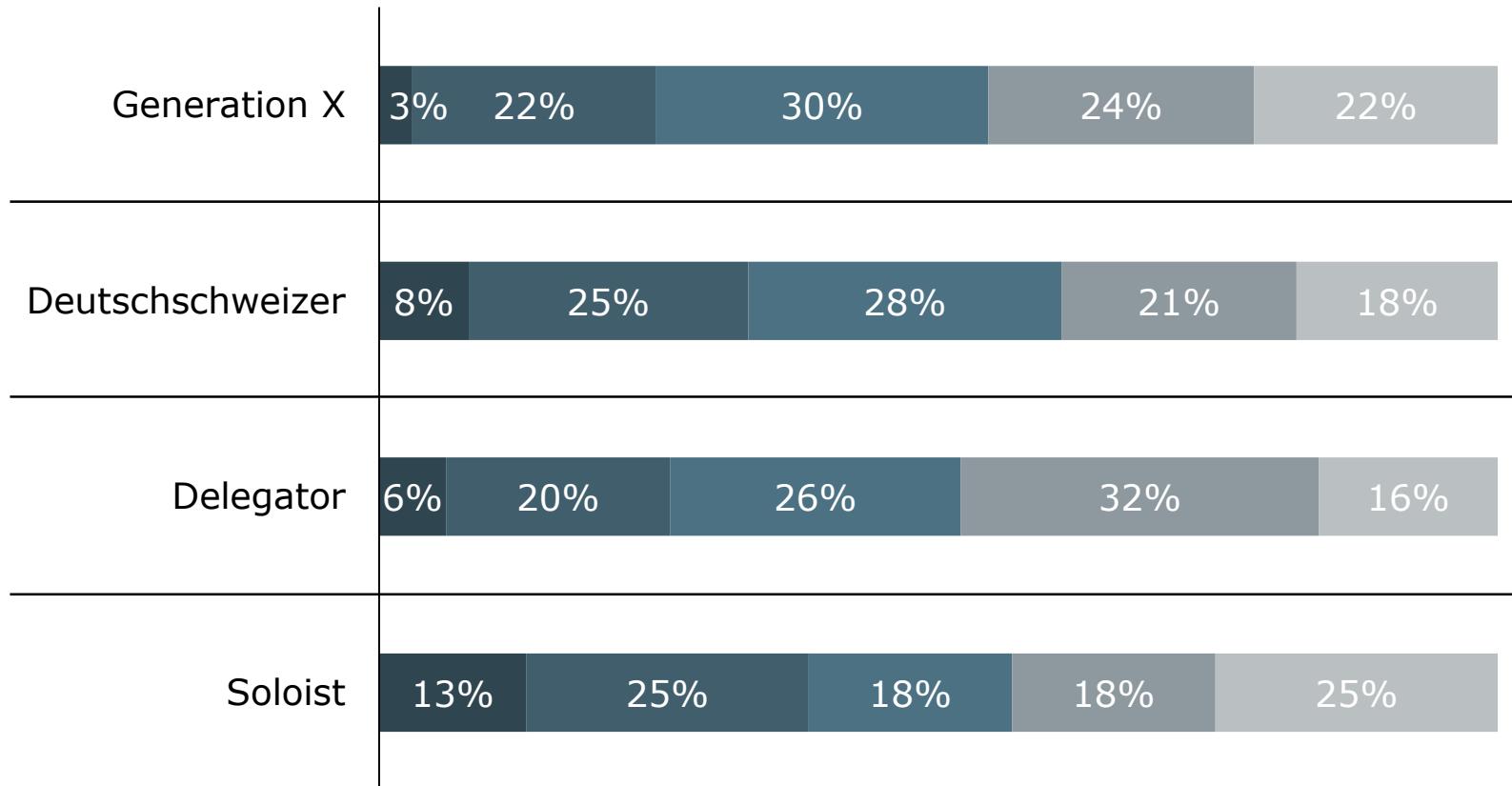
## Erkenntnisse:

- 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)



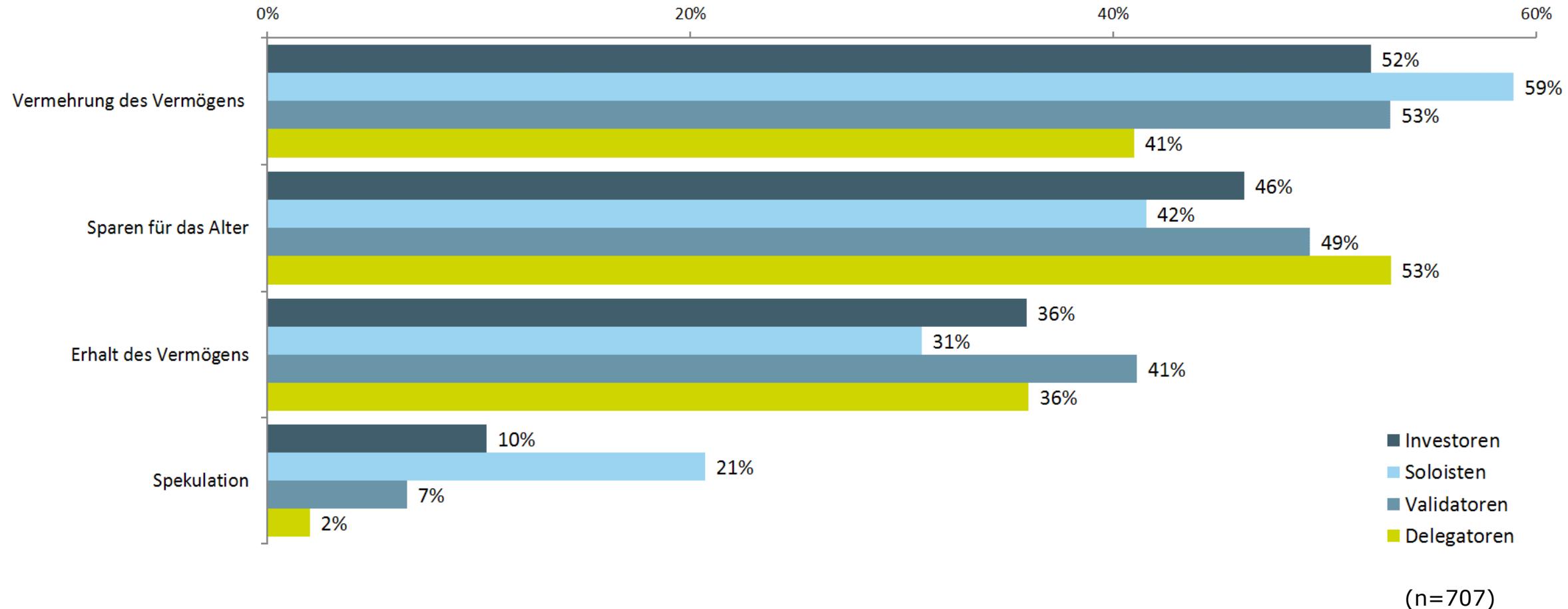
### Erkenntnisse:

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

### Legende:

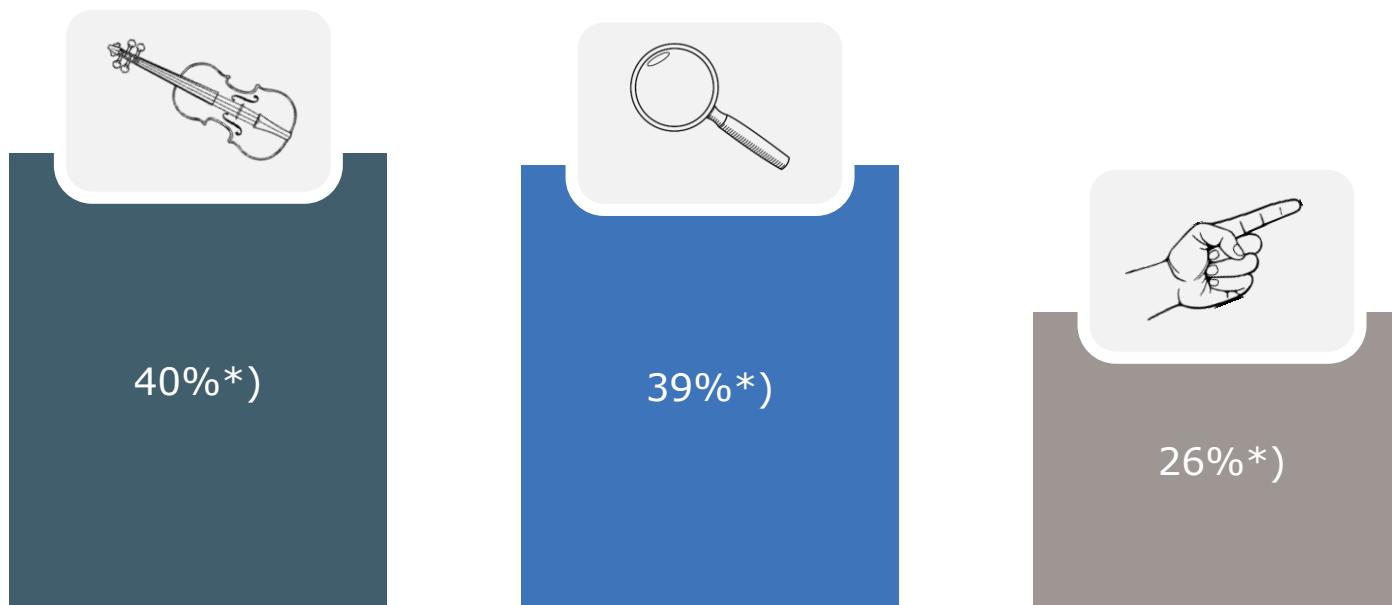
- <1 Jahr
- 1-5 Jahre
- 5-10 Jahre
- >10 Jahre
- Unterschiedlich

## 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)**



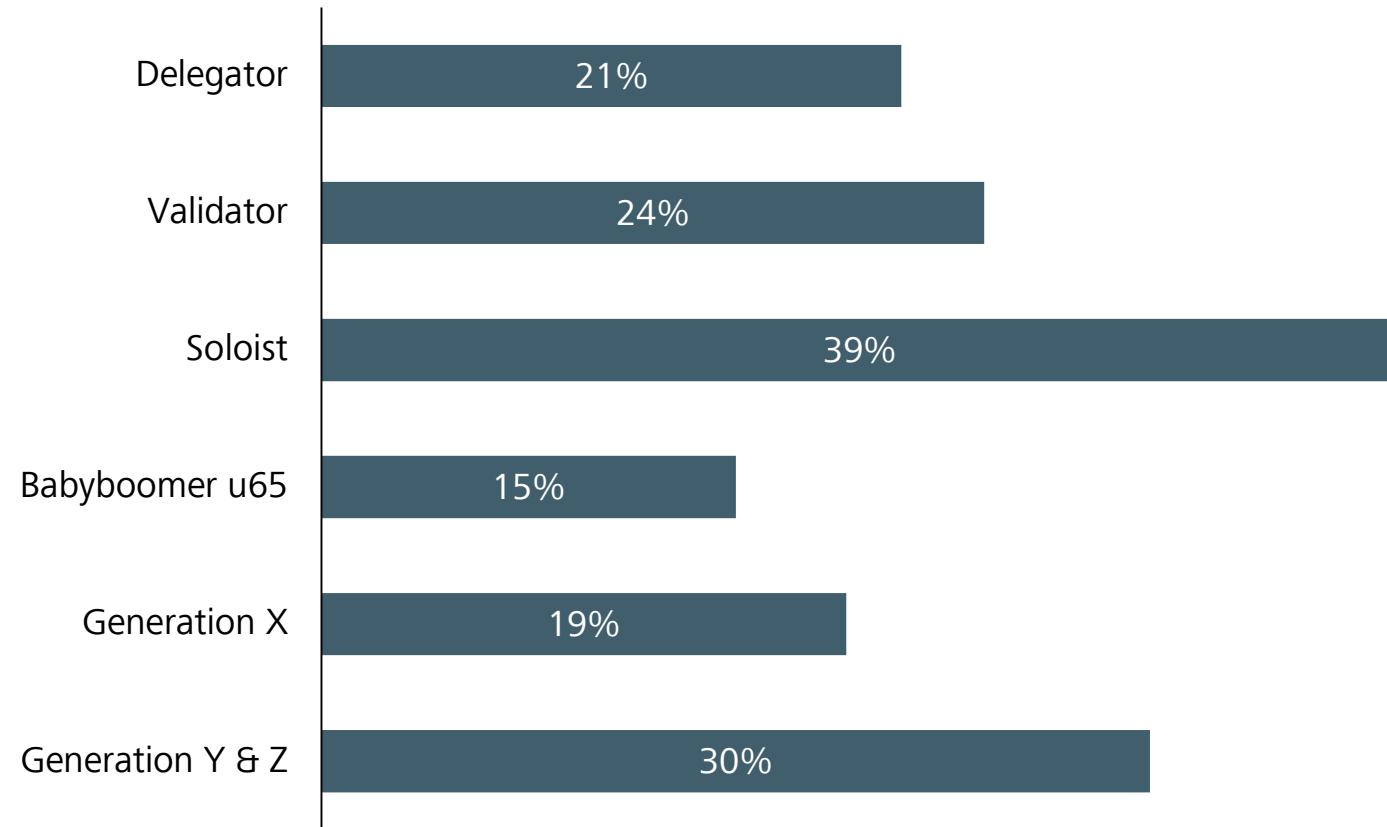
\*) legen mehr als 11% der 3a Beiträge am Kapitalmarkt an

### 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 Finanzdienstleitern 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 selbstständiger 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.