

Um Sicherheit bemüht

Bedenken hinsichtlich missbräuchlicher Verwendung der sensiblen Daten drängen sich auf. Beispielsweise könnten die Daten an Produkthanbieter weitergegeben oder für Studien zur Anlage institutioneller Gelder verwendet werden. „Natürlich verbürgen wir uns in den Geschäftsbedingungen dafür, dass die Daten nicht weiterverwendet werden. Außerdem kann der User das Tool auch mit Geldeinheiten oder Prozentsätzen füttern, ohne die genauen Anlagesummen preisgeben zu müssen“, zerstreut Bauerfeind solche Bedenken. An Sicherheitstechnik werden Zertifikate wie HTTPS oder SSL eingesetzt, die auch im Online-Banking üblich sind.

Ein weiterer Knackpunkt könnte sein, dass Fehleingaben zu falschen Ergebnissen führen. „Das Tool ist sehr intuitiv, und außerdem geben wir in jedem Schritt Erklärungen und Praxishinweise. Auch die Auswertungen sind kommentiert, sodass eine Falscheingabe oder Fehlinterpretation der Ergebnisse kaum möglich ist“, entkräftet Bauerfeind auch dieses Argument. Das Angebot ist auch nicht rein maschinenorientiert: Ein ALM-Experte von Protinus schaut sich Eingaben und Ergebnisse an und meldet sich beim User, wenn ihm ungewöhnliche Eingabedaten auffallen.

Wettbewerb ist gelassen

Nun ist es offenbar nicht so, dass die Wettbewerber von Protinus im Consultingbereich angesichts des kostengünstigen neuen Online-Tools vor Angst zittern. „Wir haben als Zielgruppe mittelgroße bis große Investoren, die uns im Regelfall auch mit der kompletten Auswertung, dem laufenden Controlling und der Umsetzung der Strategien beauftragen. Im Segment ab 100 Millionen Euro werden ALM-Studien oft auch aus politischen Gründen extern vergeben, da reicht ein Online-Optimiser nicht aus. Außerdem kann ich mir nicht vorstellen, dass Milliardeninvestoren ihre Daten ins Internet



Der neue ALM-Discounter hat insbesondere diejenigen Kunden im Visier, die bisher keine ALM-Studien durchgeführt haben, beispielsweise kleinere Stiftungen oder Pensionskassen.

stellen. Aber für das Marktsegment, das ansonsten keine ALM-Studien durchführt, ist das Online-Tool vielleicht eine gute Lösung“, meint Uwe Rieken, Geschäftsführer von Faros Consulting in Frankfurt.

Frank Umlauf von Tajdo Consulting ergänzt: „ALM ist viel mehr als nur ein Software-Tool, das eine optimale strategische Asset Allocation berechnet. Die Hauptarbeit liegt darin, die Zielpyramide des Kunden richtig zu beschreiben sowie ein individuelles, zwischen Asset- und Liability-Seite vollintegriertes Unternehmensmodell zu erstellen. Nur über diesen intensiven inter-

aktiven Prozess erhält der Investor die gewünschten Erkenntnisse, was per Mausklick nicht ansatzweise möglich ist. Daher sehen wir MyALM nicht als Wettbewerber in unserem Marktsegment an.“

Nun hat Bauerfeind aber insbesondere auch diejenigen Kunden im Visier, die bisher keine ALM-Studien durchgeführt haben, beispielsweise kleinere Stiftungen oder Pensionskassen und Kunden aus dem Private-Wealth-Bereich. „Unser Tool kann quasi als zweite Meinung zur empfohlenen Asset Allocation eines externen Anbieters genutzt werden“, erklärt er.

Es wäre nicht das erste Mal, dass Tools, die aufgrund ihres Aufwands und der hohen Kosten zunächst nur im institutionellen Marktsegment üblich waren, später auch in abgespeckter Form und kostengünstig im Retailbereich ankommen. Man denke an Markowitz-Modelle, mit denen inzwischen auch viele Privatkundendepots optimiert werden. Zunächst bleibt aber abzuwarten, wie das neue Online-Tool im Stiftungsmarkt ankommt und ob es möglich ist, ALM-Optimierungen in einem breiteren Marktbereich zu etablieren, als das heute der Fall ist. 

