

Robo-Advisor der Openbank: Deutsche Anleger sind im europäischen Vergleich risikobereiter

- Eine Auswertung des Anlageverhaltens von Kunden des Robo-Advisors der Openbank zeigt, dass in Deutschland ein Drittel auf offensivere Anlagestrategien setzt
- Besonders beim Blick auf die Geschlechter zeigt sich dieser Unterschied deutlich

12. Oktober 2021

Bei Null- und Negativzinsen wird die Geldanlage auf dem Sparkonto langfristig zum Minusgeschäft – das wird auch in Deutschland mehr und mehr Menschen bewusst. Die Geldanlage in Aktien und Co. nimmt mittlerweile hierzulande eine größere Rolle beim Vermögensaufbau ein und die Deutschen sind auf dem besten Weg, ihr Image als „Aktienmuffel“ abzulegen. Gerade Robo-Advisor rücken hier verstärkt in den Fokus – laut Statista hat sich allein in Deutschland von 2019 bis 2020 das von Robo-Advisoren verwaltete Vermögen verdoppelt. Wie der Vergleich der Kundendaten der Openbank, der zu 100-prozentigen digitalen Bank der Santander-Gruppe, in ihren vier europäischen Märkten Deutschland, Spanien, Portugal und Niederlande zeigt, gibt es beim genauen Blick auf das Anlageverhalten interessante Unterschiede zwischen den Kunden in Deutschland und denen in den anderen Märkten.

Bei den fünf Anlagestrategien, die der Robo-Advisor der Openbank anbietet, zeigt sich insgesamt, dass der Großteil der Kunden auf eher moderate Risikostufen, mit ausgeglichenen Verhältnissen von Aktien- und festverzinslichen Anlagen, setzt. Im direkten Vergleich sind es interessanterweise jedoch gerade die deutschen Kunden, die bereit sind, für höhere Renditechancen ein etwas höheres Risiko bei der Nutzung des Robo-Advisors einzugehen.

Kunden in Deutschland nutzen eher offensivere Anlagestrategien

Mit 34 Prozent nutzt immerhin jeder dritte deutsche Kunde des Openbank-Robo-Advisors eine der beiden Anlageoptionen, bei denen die Aktienquote mindestens 60 Prozent beträgt – bei unseren Nachbarn in den Niederlanden beispielsweise sind es hingegen nur 19 Prozent der Kunden. Dort setzen hingegen ganze 52 Prozent auf die beiden konservativsten Strategien mit einem hohen Anteil an festverzinslichen und Geldmarktanlagen. Auch in Spanien und Portugal werden letztere Strategien von Openbank-Kunden häufiger genutzt (44 und 45 Prozent) als in Deutschland (nur 35 Prozent der Kunden).

„Bei einem genaueren Blick auf die Kundenaufteilungen zeigt sich ein weiterer interessanter Unterschied zwischen den Kunden in Deutschland und denen in den anderen Märkten“, erklärt

Steve Langer, Market Director Germany der Openbank. „Zwar nutzen in Deutschland im Verhältnis weniger Frauen unseren Robo-Advisor als in den anderen drei Ländern. Auffällig ist jedoch, dass der Anteil der Kundinnen, die in die offensivste der fünf Anlagestrategien investieren, in Deutschland mit 14 Prozent deutlich höher liegt, als in den anderen Ländern, wo sich dieser Anteil zwischen drei und sechs Prozent bewegt. Analog dazu ist auch der Anteil der deutschen Kundinnen, die die konservativste Strategie nutzen, mit 12 Prozent deutlich niedriger als in den übrigen Ländern. Dort nutzen jeweils zwischen 19 und 23 Prozent der Kundinnen diese Variante.“

Insgesamt zeigen die Daten der Openbank, dass das Thema Robo-Advisor gerade für jüngere Kunden von Interesse ist. So hat sich der Anteil der Robo-Advisor-Kunden zwischen 18 und 40 Jahren von 2019 bis 2020 von 30 Prozent auf 41 Prozent erhöht, während im gleichen Zeitraum der Anteil der Kunden zwischen 40 und 60 Jahren von 55 auf 46 Prozent zurückging. „Gerade für die junge, digitalaffine Kundengruppe bietet ein Robo-Advisor eine sehr gute Möglichkeit, schon mit kleinen Investitionsbeträgen unkompliziert die eigene Geldanlage zu starten“, sagt Langer.

Über Openbank

Openbank ist die zu 100 Prozent digitale Bank der Santander-Gruppe mit mehr als 1,5 Millionen Kunden und 11,3 Milliarden Euro an Kundenressourcen. Die Openbank-Konten verfügen über eine europäische IBAN-Nummer, die Kunden in Deutschland uneingeschränkt nutzen können. Die Einlagen der deutschen Kunden von Openbank sind durch den spanischen Einlagensicherungsfonds geschützt, der Ersparnisse und Kapitalanlagen bis zu 100.000 Euro abdeckt.

Openbank wurde von Verbraucherverbänden als führende Bank im Bereich Kundenerfahrung ausgezeichnet und hat den höchsten Net Promoter Score (NPS) für Kunden aller spanischen Banken. Die neue Technologieplattform wurde mit umfassenden maschinellen Lernfähigkeiten für Aktivitäten in den Bereichen Geldwäschebekämpfung, Betrug, Handel und Kreditrisiko ausgestattet. Openbank bietet seinen Kunden eine breite Palette an Bankprodukten an, von Sparprodukten, Debitkarten bis hin zur Digitalen Vermögensverwaltung (Robo-Advisor) mit Schwerpunkt auf ESG-Fonds sowie Brokerage-Konten für Fonds, ETFs und Aktien. Openbank steht den Kunden über das Internet, mobil oder über einen telefonischen Kundendienst, der 365 Tage im Jahr erreichbar ist, zur Verfügung.

Weitere Informationen unter www.openbank.de.

Pressekontakt



public imaging GmbH
Goldbekplatz 3, 22303 Hamburg
Henning Münster / Isabella von Köckritz / Sarah Klaffehn
Tel.: +49 (0)40 401999 -156 /-43 / -282
E-Mail: openbank@publicimaging.de

Open Bank S.A. Firmensitz: Avenida de Cantabria, s/n 28660 Boadilla del Monte (Madrid) – Handelsregister von Madrid, Seite 202, Band 5308, Blatt M – 87030 – C.I.F. A28021079