

# Leitfaden

## zur Beurteilung von Kapitalanlagen



1. Initiator
2. Markt
3. Geschäftsmodell / Angebot
4. Transparenz
5. Plausibilität
6. Rechtssichere Verkaufsunterlagen
7. Ergebnisse der Vergangenheit
8. Vertriebsaspekte

## 1. Der Initiator

### ■ Ist der Initiator selbst mit dem Investitionsmarkt vertraut?

- Know-how
- Netzwerk
- günstiger Einkauf
- Marktchancen nutzen (auch in schlechten Marktphasen)
- Flexibilität, Engagement und Sachverstand um auf schwache Marktphasen reagieren zu können

oder

### ■ bedient sich der Initiator externer Dienstleister?

wenn ja

- gibt es weitere Alternativen, sollte der Dienstleister die Zusammenarbeit beenden?
- welche Kompetenzen (z. B. Netzwerk) besitzt der Dienstleister?

### ■ Motivation des Initiators

- Nimmt der Initiator Geld auf, um selbst gute Geschäfte zu machen oder lebt er in erster Linie von Dienstleistungsgebühren und überträgt das Risiko den Anlegern?
- Ist der Initiator selbst am Investitionsgegenstand beteiligt?
- Verdient der Initiator im Wesentlichen am Gewinn?

### ■ Ist der Initiator Mittelständler oder Konzern?

- Ist der Initiator ein Konzern oder ein Teil einer größeren Institution? (lange Entscheidungswege)
- Ist der Initiator ein Mittelständler und arbeiten ggf. Familienmitglieder im Unternehmen an zentralen Stellen mit? (hohe Flexibilität und Engagement)

### ■ Verantwortungsbewusstsein / wirtschaftliche Stärke

- Kann der Initiator es sich leisten, bei schlechter Marktphase keinen Fonds aufzulegen?
- Oder legt der Initiator auch einen Fonds auf, wenn es wirtschaftlich aktuell keinen Sinn macht?

### ■ Kann der Initiator flexibel reagieren?

- können in schlechten Marktphasen
  - Chancen genutzt werden? (günstiger Einkauf)
  - Risiken durch entsprechendes Engagement und Know-how minimiert werden?

### ■ FAZIT:

- Gute Initiatoren können auch in schlechten Marktphasen bestehen!
- Durchschnittliche Investoren brauchen dazu die guten Marktphasen!

## 2. Der Markt

### ■ grundsätzlich stabiler Markt

- Markt zur Deckung von Grundbedürfnissen (z. B. Wohnen, Essen, Trinken)
  - dauerhafte Nachfrage
- mit normalen guten und schlechteren Marktphasen
- gute Chance für antizyklische Investitionen
  - z. B. Einkaufsmärkte oder Wohnimmobilien

**FAZIT:** Investitionen in stabile Märkte mit fähigen Initiatoren **generieren zufriedene Kunden**

### ■ grundsätzlich schwankender oder nicht planbarer Markt

- Aktien / Projektentwicklung in schlechten Marktphasen
- Biogasanlagen (viele Parameter, die alle passen müssen – sonst kein Erfolg)

**FAZIT:** Investitionen in schwankende oder nicht planbare Märkte **gefährden eine intakte Kundenbindung**

## 3. Das Geschäftsmodell und das Angebot

### ■ Pflicht oder Kür?

- Handelt es sich um ein Geschäftsmodell von der Stange? (z. B. Einkauf zu normalen Preisen)
- Hat das Geschäftsmodell Alleinstellungsmerkmale und kann es Kunden begeistern?
- **Kurze oder lange Laufzeit?**
  - Derzeit wünschen Kunden sich kurze Laufzeiten
- **Höhe der Rendite in Relation zum Risiko**
- **Flexibilität**
  - Muss ein Fonds nach 5-jähriger Laufzeit sein Portfolio zwingend verkaufen?
  - Dadurch Verkauf in schlechten Marktphasen möglich: Verluste

## 4. Die Transparenz

### ■ Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser – denn Papier ist geduldig

**Es muss alles von A bis Z überprüft werden, um zu kontrollieren, ob alle Angaben stimmen.**

Dazu gehören die Prüfung der

- Kaufverträge
- Mietverträge
- Darlehensverträge
- technische Gutachten
- Liquiditätsströme- und Konten
- Dokumentation der Geschäftsprozesse
- regelmäßigen Berichte über den Geschäftsverlauf
- Offenlegung der Bilanzen (Zeitversetzt)

### 5. Die Plausibilität

#### ■ Ist das Geschäftsmodell vollkommen plausibel?

- Ist die Prognoserechnung belastbar? (stimmen die Kosten- und Ertragsansätze?)
- Kann überhaupt kostendeckend gewirtschaftet werden?
- Ist die Prognoserechnung für Jeden nachvollziehbar?

### 6. Rechtssichere Verkaufsunterlagen

#### ■ 2 Aspekte sind von entscheidender Bedeutung

- Prospekt
- Prospektersteller

Denn letztendlich kann ein schlechter Prospekt ggf. auch für einen Finanzanlagenvermittler zu Haftungsproblemen führen.

### 7. Ergebnisse Vergangenheit

#### ■ Leistungsbilanz sowie Auszahlungsberichte

- **Leistungsbilanz** = effektive und nachprüfbare Ergebnisse (Kauf- und Verkaufsunterlagen)  
**Allerdings sind sie auch keine Garantie für die Zukunft – siehe ZBI**
- **Auszahlungsbericht** = Bericht über erfolgte Auszahlungen  
(Herkunft der Gelder nicht eindeutig identifizierbar!)  
Beispiele: P&R, One Group

### 8. Vertriebsaspekte

#### ■ Verkaufs- und Marketingunterstützung

Ist der Vertriebskoordinator selbst Verkäufer und kann er aktiv Finanzanlagenvermittler im Verkauf mit Tipps und Marketingunterlagen unterstützen? Werden vertrauensbildende Fortbildungsmöglichkeiten angeboten, um sich ein eigenes Bild machen zu können?

#### ■ Thema Vertriebshygiene

Handelt es sich um ein exklusives Produkt, dass nicht an jeder Straßenecke zu bekommen ist? Wird das Produkt von Maklerpools, Agio-Nachlassfirmen oder größeren Strukturvertrieben vermittelt? Denkt der Initiator nur an seinen Umsatz, oder ist ihm auch das Miteinander wichtig?

#### ■ Hilfreiche Unterstützung beim Thema Transparenz und Plausibilität

Werden Möglichkeiten zur Plausibilitätsprüfung angeboten und mundgerecht vorbereitet?