

25.02.2022 | Vertrieb

Fondssupermarkt startet in Österreich

Das seit dem Jahr 2009 in Deutschland bestehende Konzept des Fondssupermarkts soll nun auch in Österreich etabliert werden. Zwei bekannte österreichische Vertriebsprofis starten hierzulande Anfang März mit der Plattform.



Wolfgang Egger und Christian Pabst bringen den Fondssupermarkt nach Österreich.

© FondsSuperMarkt

Der ehemalige Leiter des Österreichgeschäfts bei Fidelity, Christian Pabst, will gemeinsam mit dem langjährigen Vertriebsexperten Wolfgang Egger das Konzept des "Fondssupermarktes" nun auch auf dem österreichischen Markt etablieren. In Deutschland wird der Fondssupermarkt bereits seit dem Jahr 2009 von der 1994 gegründeten Infos AG betrieben, diese gehört wiederum zur Miltenberger-Finanzgruppe.

Mit den Eigentümern des deutschen Fondssupermarktes sind Pabst und sein Geschäftspartner nun eine Kooperation eingegangen, um das Geschäftsmodell auch in Österreich umzusetzen. Gestartet wird Anfang März, die Internetseite "www.fonds-super-markt.at" ist bereits online verfügbar. Über die Plattform sollen Endkunden mehr als 1.500 unterschiedliche Investmentfonds ohne Ausgabeaufschlag erwerben können. Mit einer "All-In Fee" von einem Euro pro Monat und Depot sind ebenfalls die Depotgebühr, die Kontoführungsgebühr und sämtliche Transaktionskosten bei Kauf und Verkauf der ausgewählten Investmentfonds abgedeckt. Als Depotbank fungiert in Österreich die Hello Bank / Easybank, Haftungsdach ist die Wiener Wertpapierfirma Omicron Investment Management. Weitere Bankpartner sollen 2022 folgen.

Auch B2B-Geschäft ist geplant

Neben dem B2C-Geschäft will Pabst aber auch Vertriebe als Kunden gewinnen. "Wir bieten interessierten Vertrieben an, uns kleine Kunden weiterzuvermitteln, bei denen der Aufwand, gemessen am Verdienst, für die Berater zu zeitintensiv wäre, wenn es etwa um einen kleinen Sparplan geht. Hier bieten wir zum Beispiel Tippgebervereinbarungen an. Vertrieben können wir aber auch eigene White-Label-Lösungen zur Verfügung stellen, mit einem Unternehmen führen wir diesbezüglich bereits Gespräche", berichtet der Ex-Fidelity-Mann.

Natürlich ist auch Pabst klar, dass es sich bei seinem Modell, das ausschließlich von der Bestandsprovision lebt, um ein margenarmes Geschäft in einem hart umkämpften Markt handelt: "Wir brauchen natürlich dementsprechende Zuflüsse, auch Depotübertragungen werden eine Rolle spielen. Wir werden daher Prämien für einen Depotwechsel bezahlen." In Deutschland läuft das Konzept erfolgreich, dort verwaltet man für 15.000 Kunden mittlerweile knapp 900 Millionen Euro. Man darf also gespannt sein, wie das neue Modell des Fondssupermarktes in Österreich angenommen wird. (gp)

