

Im Gespräch mit MOBILE BUSINESS wirft **NICK BORTOT**, Mitgründer und CEO von Bux, einen Blick auf den Aktienhandel und erklärt, welche Rolle **INVESTMENT-APPS** vor allem für junge Menschen spielen.

BÖRSEN-APPS

„WER VORSORGEN WILL, MUSS UMDENKEN“



Nick Bortot ist der Mitgründer und CEO von Bux. Er managt das Geschäft des Unternehmens in neun europäischen Ländern und leitet ein Team von 80 Mitarbeitern.

Mit der neuen **Stocks-App** können User ohne Gebühren in echte Aktien investieren.



► Herr Bortot, wie ist Deutschland gegenüber dem Aktienhandel eingestellt?

NICK BORTOT: 2017 hatte dem Deutschen Aktieninstitut zufolge jeder sechste Deutsche Aktien oder Aktienfonds. Das klingt nicht schlecht, aber insgesamt ist diese Quote doch ziemlich niedrig, vor allem wenn man bedenkt, dass die Alternativen wie das Sparbuch fast nichts mehr abwerfen. Die Aktiendebatte wurde neulich auch wieder von Friedrich Merz angefangen, der meinte, dass Aktien in der Altersvorsorge extrem wichtig seien. Von daher würde ich sagen: Die Deutschen sind oft noch skeptisch, aber sie wissen, dass sie sich mit dem Thema beschäftigen sollten.

► Was hält noch viele davon ab, mit Aktien an der Börse zu handeln?

BORTOT: Da spielen mehrere Gründe eine Rolle. Einer Studie der ING zufolge sind das z.B. die hohen Risiken und das fehlende Wissen über die Finanzmärkte. Außerdem den-

ken viele, Aktienhandel sei nur etwas für Leute mit viel Geld und sie wissen oft nicht, wie sie Aktien kaufen können. Es gibt also mehrere Hürden.

► Inwieweit haben sich bereits Börsen- bzw. Investment-Apps im Aktienhandel etabliert? Sprich: Wie gestalten sich hier Angebot und Nachfrage?

BORTOT: Hier in Europa gibt es da immer noch ein gewisses Vakuum. Aber wenn wir über den großen Teich schauen, sieht das ganz anders aus. Robinhood ist in den USA ein riesiger Player und zeigt, wie groß der Bedarf ist, unkompliziert und quasi in der Hosentasche an der Börse handeln zu können. Wir werden deshalb Anfang 2019 mit unserer Aktien-App starten, um genau diese Lücke in Europa zu füllen.

► Wie will die neue App Bux Stocks die Deutschen für den Aktienhandel begeistern?

BORTOT: Mit ihr zahlen Anleger keine Kommission, sondern sie bezahlen nur für die Aktie, die sie kaufen. Wir werden zwar auch ein Premium-Modell mit Extra-Features anbieten, aber jeder kann mit der App kostenlos Aktien traden. Anleger zahlen bei herkömmlichen Online-Brokern dagegen zwischen fünf und zehn Euro Provision pro Trade. Die muss man erst einmal wieder reinbekommen. Für unsere erste App ist Deutschland

„VIELE ANBIETER VERLANGEN HOHE GEBÜHREN PRO TRADE. DAS SCHRECKT AB.“

Nick Bortot, Mitgründer und CEO von Bux

zusammen mit den Niederlanden der wichtigste Markt. Wir werden das, was die Leute schon an unserer ersten App lieben, auch in unserer neuen Applikation übernehmen, denn wir machen die Finanzmärkte für jeden verständlich und erreichbar.

► Warum sind gerade junge Menschen hier als Zielgruppe interessant?

BORTOT: Die jungen Leute sind die Generation, die nicht mehr auf eine staatliche Rente setzen kann. Es ist die erste Generation, die schlechter dasteht als ihre Eltern. Die Zinsen sind niedrig, und es kann sogar sein, dass sie es noch länger bleiben, als gedacht. Und das klassische Betongold, also Immobilien, ist viel zu teuer. Wer vorsorgen will, muss umdenken. Es bleiben da nur die Finanzmärkte, um sich abzusichern. Und je früher junge Leute damit anfangen, umso weniger müssen sie anfangs für eine Absicherung im Alter investieren.

► Welche Stolpersteine hat es in der Vergangenheit beim Aktienhandel via App gegeben?

BORTOT: Bei jungen Leuten gilt: mobile first. Einige Online-Broker bieten zwar Apps

an, aber das ist meist nur eine Mini-Ausgabe des Web-Angebots. Diese Apps sind kompliziert und bieten nicht das, was die mobile Generation braucht, wie einfaches, schnelles Onboarding und ein cooles und minimalistisches Design. Viele Anbieter verlangen zudem hohe Gebühren pro Trade. Das schreckt ab. Zudem werden Nutzer oft mit ihren Fragen alleine gelassen. In unserer App-Community lernen User von anderen Usern, wie man investiert. Wie wichtig das ist, sehen wir in unserer ersten App. Außerdem hat sich das Bild der Börsenwelt generell geändert. In den letzten Jahren sind viele Techs an die Börse gegangen, wie Facebook, Netflix und Twitter. Das sind Disruptoren, mit denen die Jüngeren täglich zu tun haben und die sie gut

kennen – und entsprechend auch darin investieren wollen.

► Was macht Stocks nun anders (vielleicht auch besser) als Ihre erste App Bux?

BORTOT: Unsere erste und die neue App kommen zwar alle aus einer Familie, aber sie unterscheiden sich doch grundsätzlich. In unserer ersten App traden die User mit CFDs, also Contracts for Difference. Der Vorteil: Man kann auch darauf setzen, dass Kurse fallen, und man kann z.B. auch nur eine kleine Summe in Facebook investieren. Bei Stocks aber gibt es keine CFDs, sondern echte Aktien. Von daher kann man nicht sagen, dass wir mit der App etwas besser machen, sondern eben anders. Aber natürlich steckt die Erfahrung in der neuen App, die wir bereits mit den zwei Millionen Usern unserer ersten App gesammelt haben. Es ist einfach das nächste Kind der Familie – und sicherlich nicht das letzte.

LEA SOMMERHAUSER

ENTSCHIEDEN ANDERS

KARTEN-DESIGN AUF DEN KOPF GESTELLT

ALS ERSTE PRIVATBANK IN DEUTSCHLAND SETZT DAS MÜNCHNER BANKHAUS AUGUST LENZ SEINEN BANKKARTEN AUF DAS HOCHFORMAT.

Innovation entsteht, wenn der Status quo hinterfragt wird: Nach diesem Credo stellt das Bankhaus seinen Kunden sämtliche Bankkarten – Kreditkarten und Debit-Karten – im Hochformat und in minimalistischem Design zur Verfügung. Auf der Vorderseite der Karten werden lediglich das Logo der Bank sowie das Mastercard- oder Maestro-Logo, der Chip und das NFC-Zeichen zu sehen sein. Sämtliche Personalisierungen stehen auf der Rückseite. So können sie bei Transaktionen nur schwer von Dritten gesichtet werden.

„Egal ob kontaktloses Bezahlen via NFC, das Einführen der Karte in den Geldautomaten oder die Handhabung von Apps via Smartphone – vieles spielt sich tatsächlich im Hochformat ab“, so Jochen Werne, Direktor des Bankinstituts. Die Idee einer Hochformatkarte sei die logische Schlussfolgerung dieses Trends und es sei der „perfekte Zeitpunkt“, dieses Design auch Privatkunden in Deutschland in die Hand zu geben.

www.banklenz.de



Mit dem neuen Format der Bankkarten möchte das Bankhaus den vielen digitalen Anwendungen im Alltag seiner Kunden gerecht werden.