

## Event

# Ausgezeichnete Expertise

## Boutiquen Award 2021 für Fonds und Anbieter

Bild: © Mein Geld Medien Gruppe



### Preisinflation?

Vor dem Hintergrund einer Vielzahl von Ratingsternen, Medaillen und Preisen, mit denen sich Fonds positiv von ihren Mitbewerbern abheben können, stellt sich die Frage: „Braucht es noch mehr Auszeichnungen?“ Die Antwort lautet: „Ja, wenn dadurch echter Mehrwert entsteht.“ Die Initiatoren des Boutiquen Award – die Mein Geld Medien GmbH, die Pro BoutiquenFonds GmbH sowie die AECON Fondsmarketing GmbH – haben sich für einen Ansatz entschieden, mit dem kleinere und weniger finanzstarke Fondsboutiquen nicht ins Hintertreffen geraten. So konnten auch Fonds mit geringerem Volumen und Boutiquen mit niedrigerem Marketingbudget angesprochen werden. Konkret: Die Logos der Awards können von den Siegern kostenfrei genutzt werden. Ansonsten müssen Anbieter meist dafür zahlen, erworbene Auszeichnungen auch präsentieren zu dürfen, was tendenziell den Platzhirschen Vorteile verschafft. Für die Boutiquen Awards konnten sich Fondsboutiquen mit Sitz in Deutschland bewerben, deren Assets unter Management unterhalb der vorgegebenen 1-Mrd.-EUR-

Schwelle liegen. Fonds mussten einen dreijährigen Track Record aufweisen und ein Mindestvolumen von 10 Mio. EUR auf die Waage bringen.

### Fonds und Boutiquen im Wettstreit

Für Fonds gab es Auszeichnungen in den fünf Kategorien „Aktien“, „Anleihen“, „Multi Asset“, „Liquid Alternative“ und „Top-Innovator“ (hier mit Ausnahme von der Track-Record- und Mindestvolumenregel). Die Boutiquen konnten Auszeichnungen in den Kategorien „Nachhaltigkeit“, „Bester Newcomer“ sowie „Bester Marketing-Auftritt/Beste Anlegerinformation“ nach Hause tragen. In der Jury gaben neben Vertretern der Initiatoren weitere hochkarätige Fondsexperten, darunter Dr. Hendrik Leber von ACATIS und Detlef Glow von Refinitiv Lipper, ihr Votum ab. Bewerber um die Nachhaltigkeitsauszeichnung durften ausschließlich Produkte nach Artikel acht („hellgrüne“ Fonds, die Nachhaltigkeitsaspekte im Investmentprozess berücksichtigen) und Artikel neun („dunkelgrüne“ Fonds, die explizit nachhaltige Anlageziele verfolgen) der EU-Offenlegungsverordnung anbieten.

Für die Marketingauszeichnung wurden knapp 300 Websites u.a. mit Fokus auf die Verständlichkeit der Informationen für Nicht-Profis unter die Lupe genommen. Die Voraussetzungen für den „Top-Innovator“: Die Fonds durften nicht älter als rund zwei Jahre sein, das Konzept musste die Jury mit innovativen Alleinstellungsmerkmalen überzeugen. Nach den Auswahlverfahren wurden die Auszeichnungen am 7.10. in Frankfurt am Main überreicht.

### And the winner is ...

In der Kategorie „Multi Asset“ sicherte sich der DC Value One (WKN: A0YAX7), der flexibel in die Anlageklassen Aktien, Renten, Rohstoffe und Cash investiert, den Award. Im Segment „Anleihen“ wurde der IIV Mikrofinanzfonds (WKN: A1H44T) ausgezeichnet. Das investierte Geld wird über Mikrofinanzinstitute in Kreditform an Klein- und Kleinstunternehmer ausgereicht. Ebenfalls prämiert wurde The Digital Leaders Fund (Kategorie „Aktien“; WKN: A2H7N2). Der Fonds von der Pyfore Capital GmbH investiert in Digitalisierungsgewinner. Als „Top-Innovator“ punktete der Seahawk Equity Long Short Fund (WKN: A2N9B7). Der Fonds fokussiert sich mit seiner Strategie auf die Sektoren Energie und Transport. Preisträger waren auch die inhabergeführte Frankfurter Boutique TimmInvest GmbH („Best Newcomer“), antea ag („Bester Marketing-Auftritt/Beste Anlegerinformation“) sowie die avesco Financial Services AG („Nachhaltigkeit“). Beim Boutiquen Award ist eine Preisvergabe kein Muss – das zeigte sich in der Kategorie „Liquid Alternative“. Unter der Fondsauswahl konnten die Anbieter bei der Frage der Liquidierbarkeit der Assets in Krisenzeiten nicht restlos überzeugen. Nach geglücktem Start geht der Boutiquen Award 2022 in die nächste Runde. ■

*Christian Bayer*