

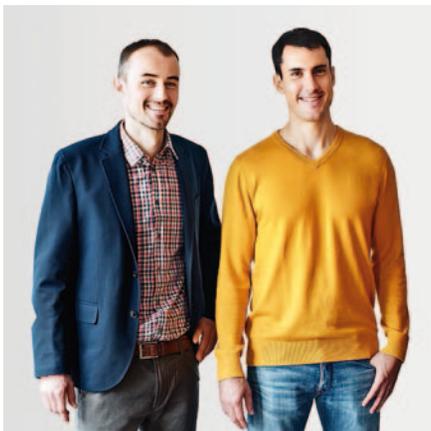
True Wealth Zwingend ins Ausland

Dem digitalen Vermögensverwalter True Wealth wird die Schweiz zu eng.

Der von Digitec-Gründer **Oliver Herren** 2013 ins Leben gerufene Online-Vermögensverwalter True Wealth wächst rasant. «Alle vier Wochen verdoppeln wir Anzahl Kunden und das verwaltete Vermögen», sagt Herren. Und das ohne klassische Werbung. Noch ist die Kundenzahl mit 182 und die Grösse der Assets mit 7,3 Millionen Franken klein. Doch Herren sowie Gründungspartner und CEO **Felix Niederer** haben viel vor. In wenigen Monaten wollen sie die Gelder von 1000 Kunden und damit etwa 40 Millionen Franken verwalten. Bis in die Gewinnzone ist es weit. Niederer: «Es ist ein Skalierungsgeschäft; ab einer Milliarde Assets arbeitet man kostendeckend.» Das liegt nicht zuletzt an den niedrigen Gebühren von 0,5 Prozent, die durch den Einsatz von Indexfonds möglich sind.

Die Schweiz wird dem digitalen Vermögensverwalter offenbar zu klein. «Die Expansion ins Ausland ist zwingend», sagt Niederer. Auch wenn die Website jetzt ins Englische übersetzt wird, sind die ersten Schritte nach Deutschland und Österreich geplant. Im Zuge dessen könnte auch eine Banklizenz zum Thema werden.

Die einfache Bedienbarkeit geht weit. Das Depot lässt sich mit zwei Klicks auflösen. Herren: «Bisher hat keiner den Knopf gedrückt.» **EG**



Die True-Wealth-Gründer **Felix Niederer** (l.) und **Oliver Herren** wollen hoch hinaus.



PKZ kann jedoch nur Preise an die Kunden weitergeben, wenn Sie als Lieferant die Euro-Rabatte an uns weitergeben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass für uns die absolute Margen-Sicherung Priorität hat. Das heisst, dass keine 1/1 Preisreduktion (Rabatt gleich Preisreduktion) durchgeführt werden kann (siehe auch Rechnungsbeispiel im Anhang).



PKZ-CEO Manuela Beer erklärt den Lieferanten, wie sie Euro-Rabatte weitergeben will. Die waren ein wenig irritiert.



Detailhandel

Rechnen mit PKZ

Warum das Modehaus die von Lieferanten gewährten Euro-Rabatte nicht 1:1 weitergibt.

Sie ist erst seit ein paar Wochen im Amt, aber macht schon klare Ansagen: **Manuela Beer**, neue CEO der PKZ-Gruppe (PKZ, PKZ Women, Blue Dog; siehe auch «Best of» auf Seite 90). In einem Memorandum erklärte die Chefin des Modehauses ihren Lieferanten in den letzten Wochen, wie sie auf den Preisdruck, der durch die Aufhebung des Euro-Mindestkurses entstanden ist, zu reagieren gedenkt: mit «intelligenten Preisanpassungen».

Konkret heisst das: Die Lieferanten sollen die Euro-Rabatte an PKZ weitergeben, das Modehaus selbst kann sie aber nicht vollumfänglich dem Endkunden weiterreichen. «Die absolute Margensicherung hat Priorität», heisst es. Konkret bedeutet das: Kostete ein Teil im Einkauf 100 Franken, wird es bis dato für 250 Franken verkauft. Der Aufschlag beträgt also 150 Franken oder 150 Prozent. Wenn dasselbe Stück im Einkauf wegen des günstigeren Euros nur noch 80 Franken kostet, würde sich der Verkaufspreis mit 1:1-Rabatt noch auf 200 Franken belaufen. Die Marge betrüge dann immer noch 150 Prozent, absolut aber nur noch 120 Franken. Das

will PKZ verhindern, indem man auf den reduzierten Einkaufspreis weiter 150 Franken draufschlägt. Für **Olivier Burger**, den Besitzer und Verwaltungsratspräsidenten des Modehauses, ein normales Vorgehen: «Wir leben von Franken, nicht von Prozenten», begründet er. Die Kosten in der Schweiz seien einfach höher, daher könne man sich keinen Margeneinbruch leisten. Eine Verkäuferin zum Beispiel verdient in der Schweiz 4000 Franken im Monat, während es in Deutschland 1800 Euro sind. «Die Preise in unserem Sortiment werden im Durchschnitt um fünf bis zehn Prozent gesenkt», erklärt Burger, der mit seiner Modegruppe 186 Millionen Franken umsetzt (2013).

Dennoch: Freude löste das PKZ-Schreiben bei den Lieferanten kaum aus. Und auch über die satte Differenz zwischen Einkaufs- und Verkaufspreis wundern sich Insider: «Im Textildetailhandel liegt der Aufschlag im Schnitt bei 50 Prozent», sagt ein Kenner. Doch viele Händler kalkulieren in ihre Endpreise grosszügige Ausverkaufsrabatte ein, um auch bei Nachlässen zum Saisonende noch genug zu verdienen. **KK**

Swissleaks

HSBC und die anderen

Die HSBC war Ermittlern der Vereinten Nationen bereits vor zwölf Jahren als Geldwäscher-Institut aufgefallen. Aber nicht nur sie.

Der Datendieb **Hervé Falciani** fiebert einem grossen Auftritt entgegen. Anfang Mai wird er als Starredner an der Off-shoreAlert Conference in Miami auftreten – einer der grössten Veranstaltungen für Geldwäscherei-Experten, die sich über neue Trends in der Bekämpfung der Finanzkriminalität austauschen.

Manche der Enthüllungen, über die er zu berichten haben wird, sind für die Experten aber ein alter Hut. So sind die jüngsten Publikationen über Geldtransaktionen von afrikanischen Firmen, die im liberianischen Bürgerkrieg die Rebellen mit Waffen belieferten und somit den Einsatz von Kindersoldaten finanzierten, nicht ganz neu. Bekannt war auch, dass die HSBC die Gelder von Blutdiamanten-Händlern und korrupten Politikern aus Westafrika verwaltete. Dies war bereits im April von einem Expertenteam des



Grosser Auftritt im Mai: Hervé Falciani.

UN-Sicherheitsrates ermittelt worden. Die Ermittlergruppe hatte im Auftrag des Sicherheitsrates mit grosser Akribie die Geldbewegungen im Blutdiamantengeschäft und im Tropenholz-Business untersucht. Die HSBC wurde dabei nicht

als einzige Bank entlarvt, die in Diensten der Händler des Todes stand. Enthüllt wurde damals ein weit gespanntes Bankennetzwerk, das von politischen Führern in Liberia unter der Herrschaft des Diktators **Charles Taylor** genutzt wurde. Taylor hatte eine brutal kämpfende Rebellenarmee in Sierra Leone unterstützt.

In der Schweiz wurde ein Konto bei der Genfer Banque Diamantaire Anversoise entdeckt. Involviert waren aber auch die Barclays Bank in Jersey sowie fünf Geldhäuser in den USA: die Nations-Bank of Florida in New York, die Marine Midland Bank, die Bank of New York, der Bankers Trust und die Citibank in New York.

Unter anderem auf der Basis der UN-Ermittlungen wurde Taylor später wegen Kriegsverbrechen vom Sondergerichtshof in Den Haag verurteilt. **LM**

ANZEIGE



Paketabholung an Tankstellen ermöglichen: Auch das ist die Post.

Die Post macht viel mehr, als man denkt. Zum Beispiel ist die Paketabholung auch an Tankstellen, SBB-Schaltern sowie bald an rund 40 Paketautomaten möglich. Und für Onlinebestellungen können Firmen ihren Kunden neu sogar Abend- und Samstagzustellung anbieten. Bringen auch Sie Ihr Unternehmen mit den innovativen Lösungen der Post weiter: post.ch/gelb-bewegt

DIE POST 
Geld bewegt.