

# Die Geldflüsterer

Viele wohlhabende Familien lassen ihr Vermögen heute von einem sogenannten Family Office verwalten. Vor allem Mittelständler, die zu Geld gekommen sind, sich selbst aber nicht bis ins Detail um ihre Aktien oder Immobilien kümmern wollen, vertrauen den Spezialisten.

**W**ir befinden uns in der schlimmsten Finanzkrise seit dem Zweiten Weltkrieg", sagt Bernd Otterberg, Geschäftsführer des Hamburger Family Office Kontora. Die durch die amerikanische Hypothekenkrise ausgelöste weltweite Verunsicherung und der drohende wirtschaftliche Abschwung stellen nach Überzeugung von Otterberg für Anleger eine doppelte Herausforderung

erläutert der Kontora-Chef. Auch er rät seinen vermögenden Kunden im Augenblick, europäischen Banken gebündelte Darlehen abzukaufen, denn diese gäbe es derzeit mit großen Abschlägen, weil die Geldinstitute klamm seien und Liquidität bräuchten. Für solche Investments, das konstatiert Otterberg, müsse man als Anleger aber „über Summen zwischen 20 und 100 Millionen Euro verfügen“. Weil das selbst reiche Kunden oft nicht aufbrin-

und Fonds an. Damit nicht genug, Stephan Buchwald, ebenfalls Geschäftsführer bei Kontora: „Viele unserer Kunden agieren als Investoren im Mittelstand. Die Chance des Augenblicks ist es, sich an Firmen zu beteiligen, deren Eigenkapitalquote zu niedrig ist. Denen stellen unsere Kunden Fremdkapital zur Verfügung, fungieren quasi als Bank.“

Wer Kunde eines Family Office werden möchte, sollte mindestens zehn Millionen Euro auf der hohen Kante haben, besser 30, 40 oder 50 Millionen Euro. Dann kümmern sich die Geld-Butler intensiv darum, dieses Vermögen zu erhalten und zu mehren. Oft treten die Kunden mit einem Family Office erstmals in Kontakt, wenn sie vor einem komplexen Problem stehen, beispielsweise eine Nachfolgeregelung für ihr Unternehmen suchen. Die Fachleute analysieren dann die bisherige Vermögensführung und entwickeln zusammen mit dem Kunden ein Investitionskonzept auch unter steuerlichen und rechtlichen Gesichtspunkten. Die Verwalter des großen Geldes liefern Ideen, schaffen im Anlageportfolio Ordnung und Transparenz, kontrollieren Rechnungen, verhandeln Konditionen, schauen Banken, Finanzdienstleistern und Versicherungen auf die Finger. Das Honorar, das die Family Offices für ihre Dienstleistungen verlangen, macht pro Jahr im Schnitt etwa 0,5 Prozent des verwalteten Vermögens aus.

Kunden der Vermögensverwalter der Reichen sind Reeder- und Verlegerfamilien, Industrielle und Manager. Obwohl Diskretion in der Branche großgeschrieben wird, ist es ein offenes Geheimnis, dass namhafte Unternehmerfamilien, die als Mittelständler reich geworden sind, ihr Vermögen in die Hände externer („Multi-Family-Office“) oder hauseigener („Single-Family-Office“) Büros gelegt haben. So sieht sich zum Beispiel der auf Mittelstandsanbieter spezialisierte Hamburger Dr. Wulf-Dieter Greverath, früher Geschäftsführer und Gesellschafter bei Muehlhan, einem Spezialunternehmen für maritimen Oberflächenschutz, in erster Linie als Unternehmer: „Ich habe eine Nase für Entwicklungen und die richtigen Leute für die Umsetzung.“ Bei der Suche nach Investoren, Verhandlungen mit Banken oder Gläubigern arbeitet er mit einem Family Office zusammen: „Die halten mich nicht nur bei der Vermögensverwaltung den Rücken frei, sondern sind auch erstklassige Networker, kennen in der Finanz- und in der Unternehmerwelt die wichtigen Köpfe.“ Greverath hält das für eines seiner Erfolgsrezepte und rät Mittelständlern: „Konzentriert euch auf eure unternehmerischen Stärken und sucht euch für alles andere vertrauensvolle Fachleute!“

Weil in Deutschland die Schere zwischen Arm und Reich immer weiter auseinanderklafft, sind die Aussichten für Family Offices derzeit sehr gut: Die Zahl der Reichen nimmt zu. Und die haben Bedarf an Vermögensverwaltung. Nach übereinstimmender Meinung der „Geldflüsterer“ sind in Deutschland acht oder neun von zehn Vermögern schlecht strukturiert.

JÜRGEN HOFFMANN ist freier Wirtschaftsjournalist, Hamburg.



Voll im Wind: Moderne Berater beteiligen sich derzeit unter anderem an Windenergieanlagen.

lung dar: „Es gibt kaum eine Anlageklasse, die nicht betroffen ist, und die galoppierende Inflation, die deutlich über 4 Prozent liegt, frisst große Vermögensteile auf.“ Kontora gehört wie beispielsweise auch Marcard, Stein & Co, Berenberg Private Capital, Jens Spudy, UBS Sauerborn oder Oppenheim Vermögensstreuhand zum kleinen Kreis exklusiver Vermögensmanager, die wohlhabenden Familien in Finanzfragen mit Rat und Tat zur Seite stehen. „Die meisten Family Offices verhalten sich grundsätzlich antizyklisch, haben Aktien und Zertifikate ihrer Kunden größtenteils schon lange verkauft und investieren jetzt in besicherte Kreditportfolios“,

gen können, bündelt Kontora häufig mehrere Mandanten in einer Treuhandgesellschaft. Von den Strategien renommierter Vermögensverwalter können auch Mittelständler mit weniger gut gefüllten Konten lernen. So investieren die modernen Berater derzeit vor allem in nachhaltige Wirtschaftsbereiche, kaufen Ackerland und Wasserquellen, beteiligen sich an Biogas- und Windenergieanlagen. Sie betonen dabei die Langfristigkeit. Nur wer über Kapital verfügt, das er kurz- und mittelfristig nicht zum Leben benötigt, sollte auf solche Segmente setzen. Neben Direktinvestitionen bieten sich dafür auch Aktien

# Spam-Alarm!

Wer kennt sie nicht, die ungeliebten E-Mails, in denen für Preisausschreiben, Rolex-Uhren oder Viagra geworben wird. Spams sind längst zu nervigen Zeitfressern geworden. Doch es gibt Abhilfe.

Dr. Gottfried Neuhaus investiert als Venture-Capital-Geber in kleine und mittelständische Unternehmen. Auf eine seiner Beteiligungsfirmen ist er durch Zufall gestoßen: Bis vor gut einem Jahr ärgerte sich der Hamburger Wagnisfinanzierer maßlos über die Flut unerwünschter und mit Viren infizierter E-Mails. Wie schnell und günstig Spezialisten der Firma antispameurope das Problem lösten, begeistert Neuhaus derart, dass er wenig später bei den Hannoveranern als Investor einstieg. Ganze 25 Euro pro Jahr und Mitarbeiter hatte Neuhaus für die Arbeit der Spam-Detektive ausgeben müssen. „Das hat sich schon nach zwei Wochen amortisiert“, freut er sich.

Auch die Rendsburger Kröger-Werft litt unter Spams. Auf den 140 Arbeitsplatzrechnern der Schiffsbauer landeten monatlich über 10 000 Spams. „Diesen Müll zu erkennen und zu vernichten hat jeden Mitarbeiter viel Zeit und Nerven gekostet“, erinnert sich Volker Kordts, IT-Fachmann der Werft. Er ließ sich von Spam-Jägern ein „Schutzschild“ installieren. Seither überwachen diese Spezialisten mit Hilfe eines vorgeschalteten Servers den E-Mail-Verkehr und fangen alle unerwünschten Nachrichten ab. „Ich selbst hätte das nicht gewährleisten können“, sagt Kordts. Die Investition von rund 3500 Euro im Jahr habe sich ausgezahlt: „Wir haben mit Spams heute null Probleme. Hätten wir diesen Schutz nicht, bekämen wir 100 000 Spams im Monat.“

In kleinen und mittelständischen Firmen sind mehr als neun von zehn Mails unerwünscht oder infiziert. Täglich flattern rund 160 Milliarden überflüssige Nachrichten durchs Web. Die Marktforscher von Ferris Research sprechen für Europa von Kosten in Höhe von 2,5 bis 3 Milliarden Euro im Jahr. Viren gefährden Rechner, Werbepost kostet Zeit und Ressourcen, wichtige Post kommt mit Verzögerung an. „Die Kunst liegt darin, schnell und sicher die schlechten von den guten Nachrichten zu trennen“, erläutert Oliver Dehning von antispameurope. Kleine und

mittelständische Betriebe aber können sich in der Regel keinen eigenen E-Mail-Sicherheitsexperten leisten. Deshalb greifen viele zu Dienstleistern: Softwarehersteller, Systemhäuser, Netzbetreiber, Programme, die Spams aus der Mailflut filtern, kosten ein paar hundert Euro, Pakete aus Hard- und Software gibt es für einige tausend Euro. Das Nonplusultra aber ist „Managed E-Mail-Service“. Bei dieser Methode werden sämtliche Mails über externe Rechenzentren geleitet und dort durch mehrere Filter gejagt. So werden auch schwer zu erkennende Spams gefunden. Die vorgeschaltete Abwehr sorgt dafür, dass jede gewünschte Nachricht auch beim Adressaten ankommt. „Das ist bei vielen billigen Filtern nicht gewährleistet“, weiß Peter Kiesel von der Fraunhofer Gesellschaft. Dadurch landen auch wertvolle Mitteilungen im Papierkorb. Angeboten wird der gemanagte Service von Firmen wie MessageLabs, Pironet NDH, Postini und antispameurope. „Die Nachfrage steigt rasant“, sagt Dehning. Bei ihm zahlt ein 50-Mann-Betrieb etwa 1500 Euro pro Jahr: „Das ist rund zehnmal weniger als die Kosten, die das Unternehmen ohne Dienstleister hätte.“ Vor allem Firmen, die international tätig sind, sollten sich gegen Spams wappnen: „Kaum haben Betriebe Kontakte nach Amerika oder Asien, kommt Mail-Müll in Massen ins Haus.“

Im Mittelstand wird über die Problematik heftig diskutiert. Carsten Brunke, Fachgruppenleiter Linux & Freie Software bei Hamburg@Work, einer Initiative zur Vermarktung des Medien- und IT-Standortes: „Meiner Ansicht nach ist auch eine Kombination mehrerer frei verfügbarer und kostenloser Programme sehr wirksam gegen Spams.“ Voraussetzung sei aber eine sorgfältige Einrichtung und Softwarepflege durch Fachleute. Karl Pausch, Referent beim Verband für Sicherheit in der Wirtschaft Norddeutschland, beruhigt allzu ängstliche Chefs: „Spams mit Inhalten, die in der IT Schaden anrichten, sind zwar ein Problem, doch kein unlösbares.“ Er rät als erste Maßnahme zu einem Filter. Reiche

der nicht, müssten „härtere Instrumente“ eingesetzt werden.

Sorgen bereitet IT-Experten, dass die jüngste Generation der unerwünschten Botschaften die einfachen Filter leicht aushebelt. So werden beispielsweise verdächtige Worte wie „Viagra“ oder „Rolex“ vertikal in die Mail geschrieben, so dass sie die „elektronischen Detektive“ nicht lesen können. So haben es in den vergangenen Monaten viele Spams doch in die Postfächer der Computernutzer geschafft. Oliver Dehning: „Auf unserem Markt herrscht ein ständiger Wettlauf zwischen Spam-Versendern und uns -Detektiven. Wir sind es unseren Kunden schuldig, immer ein bisschen schneller zu sein.“

ANJA STEINBUCH ist freie Wirtschaftsjournalistin, Hamburg.

## IMPRESSUM

### Zukunft Mittelstand

Verlagsbeilage  
Frankfurter Allgemeine Zeitung  
© F.A.Z. GmbH, Frankfurt am Main, 2008  
Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt: F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH, Daniel Schleidt  
E-Mail: d.schleidt@faz-institut.de

Redaktion: Daniel Schleidt (ds)

Gestaltung: Wolfgang Hanauer

Fotos: Actelion (S. 8), Beluga Shipping (S. 1), Bionorica (S. 9), Buena Vista/Cinetext, aus „Mickys großes Weihnachtsfest“ (S. 2), dm-Drogeriemarkt (S. 6), dpa (S. 4), Ferchau Engineering (S. 5), Gameforge (S. 12), Istock (S. 7, 8, 10, 12), Jens Görlich/Lufthansa (S. 10), Jupiterimages (S. 4), Kai Senn (S. 3), Picture Alliance (S. 7), Vestas (S. 11).

Projektleitung: Norbert Horz

Herstellung: Jan Walter Hofmann

Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Hellerhofstraße 2-4, 60327 Frankfurt am Main

Anzeigenposition:  
Telefon: 069/7591-18 30  
Telefax: 069/7591-26 30

Druck:  
Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH, Frankfurt am Main  
Märkische Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH, Potsdam

## DIE AUTOREN



Kurt Demmer SEITE 5 Harald Diebel SEITE 2 Urs Fueglistaller SEITE 4 Wolfgang Glauner SEITE 3 Frank Halter SEITE 4 Sascha Häuser SEITE 4 Jürgen Hoffmann SEITE 11 Christopher H. Holtz-Kathan SEITE 7



Jochen H. Ihler SEITE 10 Thomas Klein SEITE 8 Erich Martin SEITE 4 Patrick Merke SEITE 2 Jörn-Axel Meyer SEITE 6 Herbert Müller SEITE 3 Frank Neuroth SEITE 6



Gabriele Rittinghaus SEITE 8 Beatrice Rodenstock SEITE 12 Philipp von Sahr SEITE 2 Andreas Schimpf SEITE 7 Daniel Schleidt SEITE 1 Max Scholz SEITE 9 Florian Schreckenbach SEITE 7



Björn Schütt-Alpen SEITE 3 Alexander Sieverts SEITE 10 Anja Steinbuch SEITE 11 Daniel Terberger SEITE 3 Hans-Jürgen Titz SEITE 8 Klaus Weigel SEITE 10 Thomas Winzer SEITE 12 Jens Wähler SEITE 9

Der Verlag der Frankfurter Allgemeinen Zeitung dankt den Autoren.

## Mittelstand ganz groß: Die Sieger-Gala für die besten Unternehmer des Jahres

Ernst & Young\* gratuliert den Siegern und Finalisten des Unternehmer-Wettbewerbs „Entrepreneur des Jahres 2008“.

www.de.ey.com



ERNST & YOUNG  
Quality In Everything We Do

\* Gemeint sind hiermit die selbstständigen und rechtlich unabhängigen Mitgliedsunternehmen der internationalen Ernst & Young Organisation. In Deutschland ist dies die Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft.