

18.10.2018 | Unternehmen

## Lupus-Alpha-Gründer: "Die Vertriebskanäle demokratisieren sich"

Ralf Lochmüller, einer der Gründungspartner der Boutique Lupus Alpha, verrät im Interview, wie sein Haus im harten Wettbewerb bestehen will. Und er erklärt, warum die Umbrüche in der Branche kleinen Spezialanbietern Chancen im Retailvertrieb eröffnen.



Ralf Lochmüller, Lupus Alpha: "Der Zehnkampf gilt als die Königsdisziplin unter den Athleten. Dennoch wird ein Zehnkämpfer in den einzelnen Disziplinen immer einem Spezialisten unterlegen sein."

© Lupus alpha

Ein Neubaugebiet im Frankfurter Westhafen. In den Büros neben dem Hafenbecken, in dem Sportboote dümpeln, residiert die Investmentboutique Lupus Alpha. Die im Jahr 2000 gegründete Gesellschaft bot bislang vor allem Small- und Midcap-Investments für institutionelle Anleger. Doch das Haus wendet sich zunehmend auch an den Retail-Vertrieb, war 2018 erstmals auf dem FONDS professionell KONGRESS in Mannheim vertreten [und kommt auch 2019 wieder in den Mannheimer Rosengarten](#). Gründungspartner Ralf Lochmüller erläutert im Gespräch die Strategie von Lupus Alpha.

*Herr Lochmüller, immer wieder ist von einer Konsolidierung in der Fondsbranche die Rede. Manche Beobachter meinen, viele kleinere und mittlere Anbieter stünden vor dem Aus. Wie positioniert sich Ihr Haus in dieser Lage?*

**Ralf Lochmüller:** Die entscheidende Frage für jeden Asset Manager ist: Wie kann ich mich differenzieren? Es gibt bereits eine Reihe an Anbietern, die mit einem ganzen Bauchladen an Produkten aufwarten. Wir als eigentümergeführtes Haus schlagen einen anderen Weg ein. Um es über ein Bild zu veranschaulichen: Der

Zehnkampf gilt als die Königsdisziplin unter den Athleten. Dennoch wird ein Zehnkämpfer in den einzelnen Disziplinen immer einem Spezialisten unterlegen sein. Genauso verhält es sich im Asset Management: der Spezialist wird gegenüber dem Generalisten meist im Vorteil sein.

*Auf welche Disziplin spezialisiert sich Ihr Haus?*

**Lochmüller:** Die Gründungspartner brachten ein ausgewiesenes und langjähriges Know-how im Bereich der Small- und Midcaps ein. Als Spezialisten können wir hier unseren Kunden einen Mehrwert liefern. Bei Aktien mit einer Marktkapitalisierung von 400 Millionen bis vier Milliarden gibt es im Schnitt ein bis zwei Analysten. Bei den großen Nebenwerten können es auch mal zehn Analysten sein; aber nicht über 30 wie etwa bei Dax-Titeln. Mit einer eigenen Analyse lässt sich hier also ein Wissensvorsprung gegenüber dem Markt herausarbeiten.

*Reicht die Spezialisierung auf eine Nische aus, um die Zukunft Ihres Unternehmens zu sichern?*

**Lochmüller:** Das Thema Small- und Mid-Caps lässt sich nicht endlos skalieren. Daher erweiterten wir unsere Expertise über den Small- und Mid-Cap-Bereich hinaus um die Produktbereiche Alternative Solutions und Advanced Fixed Income. Dies diversifiziert unser Geschäftsmodell.

*Verwischen Sie damit aber nicht andererseits den Ruf als Nebenwerte-Experten?*

**Lochmüller:** Ganz im Gegenteil: Wandelanleihen ergänzen sehr gut unser Angebot und passen zu unserer Philosophie als Spezialist. Die Erkenntnisse und das Wissen aus unseren Nebenwerte-Analysen fließen auch in die Bewertung von Wandelanleihen ein.

*Nach welchen Kriterien entscheiden Sie, welche Themenfelder Sie besetzen wollen?*

**Lochmüller:** Der Partnerkreis diskutiert ständig, welche neuen Trends und Themen wir aufgreifen – und wovon wir besser Abstand halten sollten. Über die Zeit haben wir ein gutes Gefühl dafür entwickelt, was funktioniert und was nicht. Wir machen keine Modewellen mit. Wir setzen nicht auf Strategien, die einfach zu reproduzieren sind. Und wir bewegen uns nur dort, wo aktive Manager im Vorteil sind.

*Erweitern Sie Ihr Geschäft noch über andere Wege, abgesehen von bestimmten Anlageklassen?*

**Lochmüller:** Bislang hatten wir uns auf institutionelle Investoren fokussiert. Ein weiterer Schritt ist der Ausbau des Wholesale-Kanals. Dieser eröffnet uns Zugang zu ganz neuen Kundengruppen und Vertriebskanälen. Damit ruht unser Unternehmen auf einem breiteren Fundament. Dies erhöht unsere Wachstumschancen und damit auch unsere Stabilität.

*Wie schwierig war es, bei den Wholesale-Kanälen zum Zuge zu kommen?*

**Lochmüller:** Dies fiel leichter, als man erwarten mag. Angesichts der zunehmenden Transparenz und der Digitalisierung hat es der klassische Retailvertrieb immer schwerer. Anleger gehen bereits mit einer Liste von Top-Fonds in der Hand zu ihrem Finanzberater. Durch diese Entwicklung öffnen sich die Kanäle zusehends. Sie demokratisieren sich. Dies eröffnet Spezialanbietern wie uns Chancen. Wer sich mit seiner Performance dauerhaft in der Spitzenklasse positioniert, hat gute Aussichten, auf Vertriebsplattformen aufgenommen zu werden. Noch vor wenigen Jahren wäre ein Einstieg in den Wholesale-Vertrieb nicht so einfach möglich gewesen.

*Wie aufwändig ist die Betreuung dieses Kanals?*

**Lochmüller:** Wir müssen regelmäßig Präsenz zeigen. Der Wholesale-Vertrieb ist aufwändiger, da er mit entsprechend Personal unterfüttert werden muss. Aber dies lohnt sich.

*Vielen Dank für das Gespräch. (ert)*

---

**Nicht nur Lupus Alpha passt sich an die Umwälzungen in der Fondsbranche an. Auch andere Anbieter schlagen neue Wege ein und erweitern ihr Geschäftsmodell, um sich für die Zukunft fit zu trimmen. Weitere Beispiele finden Sie im neuen Heft 3/2018 von FONDS professionell ab Seite 272. Angemeldete FONDS-professionell-KLUB-Mitglieder finden den Artikel [auch hier im E-Magazin](#).**

