



Wer denkt in Deutschland in Ertragsmechanismen? Golden Circle im Vergleich zu Family Offices, Privatbanken und klassischer Asset Allocation

Eine Positionierungsanalyse: Warum die Diversifikation über Ertragsmechanismen im deutschen Markt die Ausnahme ist – und warum Golden Circle Finance (Hamburg) hier eine Sonderstellung einnimmt

August 2026

1. Die Ausgangsfrage: Wer verfolgt in Deutschland einen vergleichbaren Ansatz?

Die Diversifikation über Ertragsmechanismen – also die bewusste Kombination fundamental verschiedener Renditequellen wie Verknappung, Illiquiditätsprämie, vertraglicher Cashflow, Infrastrukturerlöse und steuerlicher Hebel – ist konzeptionell nicht neu. Neu ist, sie **konsequent, breit und für Anleger ab 5.000 Euro zugänglich** umzusetzen. Betrachtet man den deutschen Markt, zerfällt das Wettbewerbsumfeld in vier Gruppen, von denen keine das volle Spektrum abbildet:

Spezialisierte Einzelplattformen. Anbieter wie Timeless oder Splint Invest tokenisieren Collectibles, Moonfare öffnet Private Equity, Crowdfunding-Plattformen wie Invesdor oder WIWIN decken Private Debt und erneuerbare Energien ab, LIQID bietet digitale Vermögensverwaltung mit Alternatives-Beimischung. Jeder dieser Anbieter bedient jedoch typischerweise **einen** Ertragsmechanismus – der Anleger müsste vier bis sechs Plattformen mit getrennten Depots, Verwahrstellen und Reportings kombinieren, um das zu erreichen, was ein integrierter Ansatz in einer Struktur bündelt.

Infrastruktur-Anbieter. Die FINEXITY AG als Tokenisierungs-Infrastruktur deckt zwar viele Assetklassen ab, agiert aber primär als Technologie- und Emissionsplattform. Die kuratierende, beratende Übersetzungsleistung – welcher Mechanismus passt zu welchem Anleger – findet auf der Ebene der Handelspartner statt.

Große Single Family Offices und Stiftungsvermögen. Die anspruchsvollsten deutschen Vermögensverwalter – große Einzelfamilienvermögen und institutionelle Anleger nach dem Vorbild des Yale-Endowment-Modells – denken durchaus in Renditequellen: Private Equity, Private Debt, Infrastruktur, Real Assets, teilweise Collectibles. Dieser Zugang steht jedoch erst ab Vermögen im hohen zwei- bis dreistelligen Millionenbereich offen.

Privatbanken und Multi Family Offices. Hier dominiert – trotz gegenteiliger Marketingrhetorik – nach wie vor die klassische strategische Asset Allocation über Assetklassen (siehe Abschnitt 3).

Das Zwischenfazit: Einen Anbieter, der Musikinstrumente, Fine Wine, Kunst, Private Credit, Hospitality-Immobilien, Unternehmensbeteiligungen und Solar-Direktinvestments – also sieben verschiedene Ertragsmechanismen – in einem regulierten, digitalen und ab 5.000 Euro zugänglichen Ökosystem bündelt und zusätzlich über Partner (Summa – The Wine Family, masterpicks) den steueroptimierten Direkteigentums-Zugang eröffnet, gibt es im deutschen Markt in dieser Breite praktisch nicht. Genau in dieser Lücke positioniert sich Golden Circle.

2. Nutzen Family Offices diesen Ansatz – und wenn nicht, warum nicht?

Die ehrliche Antwort: **teilweise, aber selten systematisch.**

Die großen Single Family Offices der bekannten Unternehmerfamilien arbeiten faktisch nach der Logik der Ertragsmechanismen – ihre Portfolios enthalten Direktbeteiligungen, Private Debt, Forst, Infrastruktur, Kunst. Sie können das, weil sie drei Dinge haben, die dem normalen Markt fehlen: eigene Analysekapazität, extrem lange Anlagehorizonte ohne Liquiditätszwang und direkten Zugang zu Off-Market-Transaktionen.

Die Mehrheit der Multi Family Offices und kleineren Family Offices dagegen bleibt näher an der Bankenlogik. Die Gründe sind strukturell:

- **Reporting- und Bewertungsproblem:** Ertragsmechanismen wie Verknappung bei Sammlerwerten lassen sich nicht täglich bewerten. Family Offices, die ihren Mandanten quartalsweise konsolidierte Performance-Reports liefern müssen, meiden Positionen, die sich dem Standard-Reporting entziehen.
- **Haftungs- und Karriererisiko der Entscheider:** Wer als angestellter Family Officer eine Stradivari-Beteiligung oder ein Weinportfolio vorschlägt und damit auffällt, trägt persönliches Rechtfertigungsrisiko. Ein Verlust im MSCI World ist "der Markt" – ein Verlust im Exoten ist "die Fehlentscheidung des Beraters". Dieses asymmetrische Karriererisiko ist einer der stärksten Konservierungsfaktoren der Branche.
- **Fehlende Produkt-Pipeline:** Selbst überzeugte Family Officer finden für Mechanismen wie Instrumente, Fine Wine oder kleinteilige Solar-Direktinvestments kaum geprüfte, regulierte, zeichnungsfähige Vehikel. Der Engpass ist nicht die Überzeugung, sondern der Zugang.
- **Mindestvolumen-Logik:** Klassische Alternatives (PE-Fonds, Private-Debt-Fonds) starten bei 200.000 Euro bis 5 Millionen Euro pro Zeichnung. Für eine echte Streuung über sechs, sieben Mechanismen bräuchte ein Family Office ohne digitale

Vehikel ein Vielfaches – die Tokenisierung löst genau dieses Problem, wird aber von der etablierten Branche noch zögerlich adaptiert.

3. Die alte Denkweise: Strategische Asset Allocation bei Banken und vielen Family Offices

Das dominierende Modell der Branche stammt konzeptionell aus den 1950er- bis 1990er-Jahren: Markowitz-Portfoliotheorie, strategische Asset Allocation (SAA) über Aktien-, Renten- und Liquiditätsquoten, ergänzt um Benchmark-Orientierung und Rebalancing. Dieses Denken hat sich in den Strukturen der Häuser verfestigt:

- **Quoten statt Quellen:** Die Anlagerichtlinie definiert "30 % Aktien, 50 % Renten, 10 % Immobilien, 10 % Liquidität" – gefragt wird nach der Verpackung, nicht nach dem wirtschaftlichen Treiber der Rendite. Dass Aktien, High-Yield-Anleihen und offene Immobilienfonds in der Krise am selben Faktor (Wirtschaftswachstum) hängen, bleibt in dieser Logik unsichtbar.
- **Benchmark-Denken:** Erfolg wird relativ zur Benchmark gemessen, nicht absolut in unabhängigen Ertragsströmen. Wer nicht vom Index abweicht, kann nicht schlechter sein als der Index – ein System, das Konformität belohnt und echte Diversifikation bestraft.
- **Das 60/40-Erbe:** Jahrzehntlang funktionierte die Anleihe als Gegengewicht zur Aktie. Spätestens 2022 – als Aktien und Anleihen gleichzeitig zweistellig fielen – wurde sichtbar, dass diese Korrelationsannahme kein Naturgesetz ist. Die Konsequenz, systematisch nach unabhängigen Ertragsmechanismen zu suchen, haben aber nur wenige Häuser gezogen.
- **Produktkatalog statt Anlegerbedürfnis:** Beraten wird, was auf der hauseigenen Empfehlungsliste steht und was der Vertriebsprozess abbilden kann – nicht, was ökonomisch die unabhängigste Renditequelle wäre.

4. Die Golden-Circle-Denkweise: VERSTEHEN SCHAFFT VERMÖGEN

Golden Circle Finance setzt dieser Logik ein anderes Betriebssystem entgegen – erkennbar bereits am Namen: Das Unternehmen arbeitet nach dem Golden-Circle-Modell von Simon Sinek (**Why – How – What**) und dreht damit die Reihenfolge der klassischen Beratung um.

- **Why (Warum):** Am Anfang steht nicht das Produkt, sondern die ökonomische Ursache der Rendite. Der Leitsatz "**VERSTEHEN SCHAFFT VERMÖGEN**" ist dabei Programm: Ein Anleger soll nur in Mechanismen investieren, deren Renditequelle er wirklich durchdrungen hat – Verknappung, Illiquiditätsprämie, vertraglicher Cashflow, steuerlicher Hebel. Verstehen ist hier nicht Beratungsfolklore, sondern

Risikomanagement: Wer den Mechanismus versteht, verkauft nicht in Panik, erkennt Scheindiversifikation und kann Prognosen kritisch einordnen.

- **How (Wie):** Umgesetzt wird über eine kuratierte Architektur aus tokenisierten Emissionen (digitaler Marktplatz, ab 5.000 Euro, mit Zweitmarkt) und physischen Direktinvestments (Summa – The Wine Family, masterpicks, Solar-Direktbeteiligungen) – zwei komplementäre Vehikel für dieselben Mechanismen, wählbar nach Budget, Steuerposition und Liquiditätsbedarf.
- **What (Was):** Erst am Ende steht das konkrete Produkt – Pressenda-Violine, Weinportfolio, Private-Credit-Tranche, Solarpark-Einheit. In der klassischen Bankberatung ist das der Startpunkt; hier ist es die Konsequenz.

Hinzu kommt der Qualitätsfokus der Boutique: Statt passable Anlagen zu günstigen Konditionen zu suchen, liegt der Anspruch auf exzellenten Assets zu fairen Konditionen – ein Quality-Ansatz, der sich durch alle Segmente zieht, von Blue-Chip-Weinen über museal etablierte Künstler bis zu grundschuldbesicherten Premium-Immobilienprojekten.

Ausgezeichnete Arbeit: Drei Awards als externe Bestätigung

Dass dieser Ansatz auch von außen wahrgenommen wird, zeigen die **drei Auszeichnungen**, die Golden Circle für seine Arbeit erhalten hat:

2010: Scope Award Innovation

2022: Deutscher Beteiligungspreis Innovation (GC Kunstinvest 01)

2023: Deutscher Beteiligungspreis Innovation (GC Fine Wine 01)

Auszeichnungen ersetzen keine eigene Prüfung – aber sie dokumentieren, dass ein Konzept, das im deutschen Markt gegen die etablierte Denkweise anläuft, von unabhängiger Seite als innovativ und substanzhaltig bewertet wird.

5. Warum machen das Privatbanken nicht?

Die naheliegende Frage: Wenn der Ansatz überzeugend ist – warum bieten Berenberg, Hauck Aufhäuser Lampe, Bethmann oder Donner & Reuschel nichts Vergleichbares an? Die Antwort liegt weniger im Nicht-Wissen als in strukturellen Zwängen:

- **Skalen- und Margenlogik:** Eine Privatbank verdient an verwalteten Volumina und standardisierten Produkten. Eine tokenisierte 5.000-Euro-Zeichnung auf eine Violine ist betriebswirtschaftlich uninteressant, solange Beratung, Compliance-Prüfung und Dokumentation dieselben Fixkosten verursachen wie ein Millionenmandat. Die Boutique- und Plattformstruktur von Golden Circle ist genau auf diese Kleinteiligkeit gebaut; die Bank ist es nicht.

- **Produktfreigabe-Prozesse:** Jedes Produkt einer Bank durchläuft Produktgovernance, Rechtsabteilung, Risikocontrolling und Zielmarktbestimmung nach MiFID II. Exotische Ertragsmechanismen ohne tägliche Marktpreise, ohne Rating und ohne Peergroup fallen durch fast jedes dieser Raster – nicht weil sie schlecht wären, sondern weil die Prüfprozesse für sie nicht gebaut sind.
- **Verwahrungs- und Bewertungsproblem:** Banken können Wertpapiere verwahren – aber keine Violinen klimatisieren, keine Weinkeller versichern und keine Kunstwerke ausstellen. Physische Sachwerte sprengen die Infrastruktur des Wertpapiergeschäfts.
- **Reputations-Asymmetrie:** Geht ein Standardfonds schief, trifft es "den Markt". Geht ein exotisches Sachwertprodukt schief, titelt die Presse mit dem Namen der Bank. Große Häuser optimieren auf Vermeidung des zweiten Szenarios – Innovation findet deshalb historisch fast immer zuerst in Boutiquen statt und wird von Banken erst adaptiert, wenn sie etabliert ist.
- **Interessenkonflikt Hausprodukte:** Viele Häuser verdienen an eigenen Fonds und Zertifikaten. Jeder Euro, der in einen externen Ertragsmechanismus fließt, fehlt in der eigenen Wertschöpfungskette.

Bemerkenswert ist: Die FINEXITY-Infrastruktur, auf der auch der Golden-Circle-Marktplatz läuft, wird inzwischen von ersten Sparkassen und Volksbanken als Handelspartner genutzt. Der Wandel beginnt also – aber er beginnt an der Peripherie des Bankensystems, nicht in dessen Zentrum. Boutiquen wie Golden Circle haben hier einen strukturellen Zeitvorsprung von mehreren Jahren.

Fazit: Im deutschen Markt gibt es derzeit keinen Anbieter, der die Diversifikation über Ertragsmechanismen in vergleichbarer Breite, Zugänglichkeit und konzeptioneller Konsequenz umsetzt wie das Golden-Circle-Ökosystem. Family Offices praktizieren Teile davon – aber nur die größten, und nur für sich selbst. Privatbanken könnten es – aber ihre Strukturen, Prüfprozesse und Anreizsysteme sind für Quoten gebaut, nicht für Quellen. Die Denkweise "VERSTEHEN SCHAFFT VERMÖGEN" besetzt damit eine Lücke, die die etablierte Branche aus strukturellen Gründen auf absehbare Zeit offen lassen wird.

Hinweis: Diese Analyse dient der Information und stellt keine Anlageberatung dar. Aussagen über Wettbewerber und Marktstrukturen sind wertende Einordnungen; maßgeblich für jede Investitionsentscheidung sind ausschließlich die jeweiligen Emissionsunterlagen.