

Pressebeleg

Medium: Handelszeitung

Datum: 26.05.2010

Autor-/in: Georg von Wattenwyl

Produkte nach Mass strukturiert

Derivate Auf den Kunden zugeschnittene Anlagelösungen werden immer gefragter. Mit Hilfe von elektronischen Plattformen kann der Anlageberater selbst Produkte generieren. Georg von Wattenwyl

Die Emittenten von strukturierten Produkten sind bestrebt, dem Anlageberater mit einer umfassenden Produktpalette und mit geeigneten Hilfen für das Herauspicken des richtigen Produkts die Aufgabe zu vereinfachen. Auch ist es heute ab einer gewissen Anlagesumme für den institutionellen Kunden möglich, massgeschneiderte Produkte herstellen zu lassen. Das dafür erforderliche Anlagevolumen liegt je nach Produkttyp und Emittent vielfach zwischen 1 und 3 Mio Fr.

Aber gerade im Geschäft mit Privatkunden stellt diese Volumenforderung eine unüberwindbare Hürde dar. Eine neuere, vielfach aber noch unentdeckte Entwicklung will dem Abhilfe schaffen. Elektronische Plattformen ermöglichen es dem Berater, direkt an seinem Bildschirm Produktideen zu finden, spezifische Produkte zu kreieren und gegebenenfalls zu handeln. Und dies bereits für kleine Anlagevolumen von je nach Anbieter ab 25000 Fr. Dies ermöglicht es dem Anlageberater, auch für Privatkunden individuelle, massgeschneiderte Produktlösungen anzubieten.

Finden statt suchen

Anstatt dass der Anlageberater vor einem grossen Regal steht und aus einer beschränkten Auswahl Produkte auswählt, setzt er bei diesen elektronischen Plattformen die Parameter des Produktes wie zum Beispiel Laufzeit, Basiswert, Höhe des Kapitalschutzes etc. gleich selber fest. Auf diese Weise gelingt es ihm, seine Markterwartung gezielt umzusetzen und das Risikoprofil individuell seinem Kunden anzupassen. Es ist aber auch ein hilfreiches Instrument für die Beratung, denn er kann dem Kunden einfach und in Echtzeit aufzeigen, welchen Einfluss welcher Parameter auf die Renditemöglichkeit, aber auch auf das Risiko hat. Arbeitet er zum Beispiel mit einem Barrier Reverse Convertible, so erkennt er sofort, wie sich z. B. ein Coupon verändert, wenn er etwa die Höhe der Barriere verändert, oder welche Laufzeit er wählen muss, wenn er ein bestimmtes Renditeziel erreichen will. Sind die richtigen Parameter gesetzt, verfügt der Anlageberater mit einem Click über eine Offerte in Form eines Termsheets, bei einigen Anbietern sogar in der gewünschten Sprache. Dieses Termsheet kann er ins Beratungsgespräch integrieren und dem Kunden anhand seines «eigenen» Produkts weitere Erklärungen und Informationen abgeben. Ein solcher Beratungsprozess fördert beim Privatkunden mitunter auch die Verständlichkeit der Funktionsweise dieser Produkte und hilft sowohl Chancen als auch Risiken der jeweiligen Anlagelösung richtig zu beurteilen.

Entscheidet man sich dann für das kreierte Produkt, reicht ein weiterer Click, und das Produkt wird definitiv erstellt, u.a. mit entsprechenden Valorenummern versehen und je nachdem sogar automatisch gehandelt.

Die Konditionen des konstruierten Produkts schliessen alle Kosten und Gebühren für den Kunden ein. Bei der Eingabe der gewünschten Produktkonstellation werden neben den Marktparametern weitere Informationen abgefragt. So gibt er zum Beispiel ein, welches anfängliche Anlagevolumen er beabsichtigt, in das Produkt zu investieren, ob er eine Privatplatzierung oder eine Kotierung an der Börse möchte oder ob er das Produkt zusätzlich mit einer Pfandbesicherung (Cosi) versehen möchte.

Alle diese Elemente haben natürlich einen Einfluss auf den Preis und damit auf die Konditionen. Weil er diese aber selber steuern kann, kann er die Konditionierung einfach und transparent nachvollziehen. Ist das Produkt emittiert, beginnt der Sekundärmarkt, welchen die meisten Anbieter analog dem Sekundärmarkt für öffentliche Produkte gestalten. Die Handelbarkeit ist also gewährleistet.

Die Automatisierung steigt

Die Automatisierung bei der Erstellung der strukturierten Produkte wird weiter voranschreiten und gerade für Emittenten, welche sich im Geschäft mit Privatbanken und Vermögensverwaltern behaupten wollen, entscheidend sein. Eine elektronische Plattform ist eine Form von Dienstleistung, die auf der einen Seite weitreichende Investitionen in die Infrastruktur voraussetzt, auf der anderen Seite aber entscheidende Vorteile im Wettbewerb bringen kann. Bis heute gibt es eine Handvoll Anbieter im Schweizer Markt, welche solche Plattformen anbieten. Es ist aber bekannt, dass weitere Emittenten intensiv an der Entwicklung solcher Modelle arbeiten.

Georg von Wattenwyl, Leiter Advisory & Distribution Financial Products Investment Banking, Vontobel, Zürich.

In der Serie «Strukturierte-Produkte-Know-how» erklären die wichtigsten Emittenten die Mechanismen des Derivatemarkts.