

Massgeschneidert ist oft besser als ab Stange

RENDITE Relationship Manager gestalten viele Strukis selbst und passen sie den Bedürfnissen der Kunden an.

Thomas Stadler

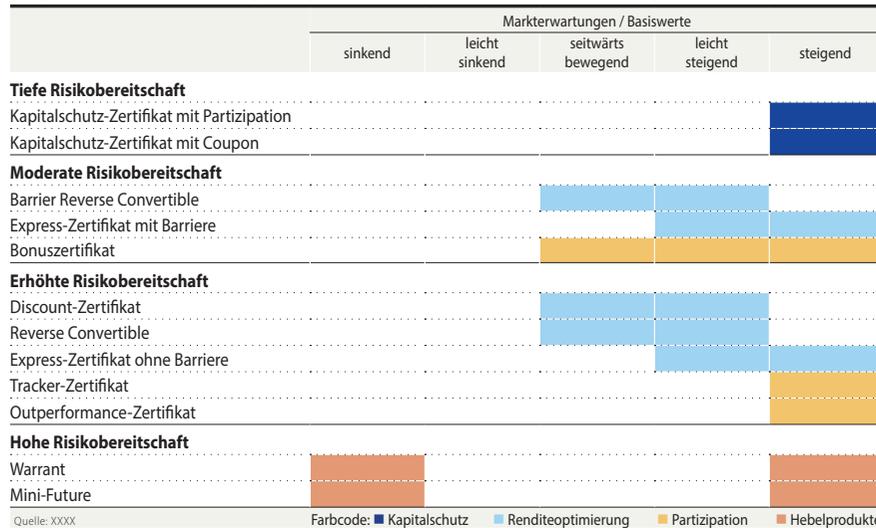
Die Zinsen haben sich im vergangenen Jahrzehnt nur in eine Richtung bewegt: nach unten. Privatanleger, die einen Gewinn erwirtschaften möchten, suchen nach Möglichkeiten der Renditemaximierung und entscheiden sich dabei immer häufiger für strukturierte Produkte, wie ein Blick auf die aktuellen Zahlen des Schweizerischen Verbands für Strukturierte Produkte (SVSP) bestätigt: Im dritten Quartal 2019 wurden mit strukturierten Produkten 94 Mrd. Fr. erwirtschaftet, so viel wie noch nie.

Weniger als die Hälfte des Umsatzes generierten an der Börse kotierte und von Emittenten bereit gestellte strukturierte Produkte. Der Grossteil des Struki-Umsatzes fand jedoch ausserhalb der Börse statt (vgl. Grafik ganz rechts). Es ist davon auszugehen, dass es sich hierbei hauptsächlich um massgeschneiderte strukturierte Produkte handelt.

DIGITALE PLATTFORMEN ZENTRAL Relationship Manager, die Strukturierte Produkte ins Portfolio ihrer Kunden aufnehmen möchten, haben heutzutage zwei Möglichkeiten. Entweder sie erwerben ein Fertigprodukt an der Börse oder in Zeichnung. Alternativ nehmen sie die Gestaltung des Produktes aber auch selber in die Hand und richten so das Angebot besser auf die individuellen Bedürfnisse ihrer Kunden aus. Beim Erstellen von massgeschneiderten strukturierten Produkten sind die digitalen Emissionsplattformen, wie etwa deritrade, zentral.

Innerhalb von wenigen Sekunden können massgeschneiderte strukturierte Produkte emittiert werden und allfällige Lücken im Produktangebot geschlossen wer-

Für jede Marktsituation die passende Wahl



den. Möglich ist dies bereits ab einem Anlagebetrag von 20000 Fr. Das Prinzip ist sogar recht einfach. Relationship Manager legen zusammen mit den Kunden bestimmte Parameter wie Produktart, Basiswert oder auch die Laufzeit fest. An-

«Emissionsplattformen unterstützen das Life Cycle Management der Strukis»

schliessend liefern die Systeme die verfügbaren Preisangebote der angeschlossenen Emittenten. Die Anleger wählen dann das für sie attraktivste Produkt.

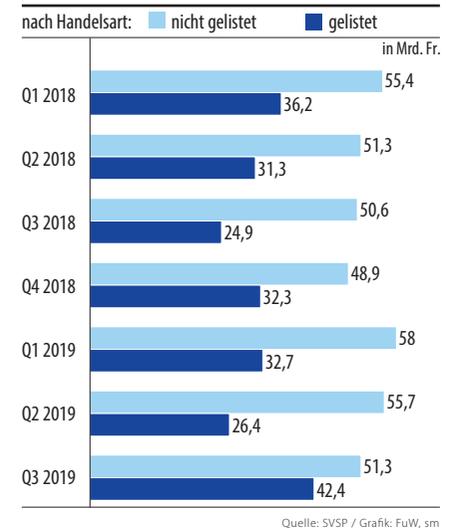
Wie die aktuellen Zahlen des SVSP zei-

gen, sind strukturierte Produkte ab der Stange nicht zu unterschätzen, wie ihr Umsatzanteil zeigt. Die Emittenten lancieren immer wieder neue strukturierte Produkte, um die Bedürfnisse des Marktes abzudecken. Dennoch sollten Investoren nicht vergessen, dass beim börsenkotierten Handel mit strukturierten Produkten zusätzliche Gebühren anfallen. Das schmälert die Rendite im Vergleich zu Struckis, die über Plattformen direkt beim Emittenten gekauft werden.

UNIVERSUM AUF EINEN BLICK

Emissionsplattformen unterstützen jedoch auch das Life Cycle Management von strukturierten Produkten. Das ist gerade für institutionelle Investoren und grössere Vermögensverwalter, die über ein breites Kundenportfolio verfügen, interessant. Die Nutzer sehen ihr gesamtes Anlageuniversum übersichtlich auf einen Blick. Das erleichtert die Einschätzung des

Umsatz strukturierter Produkte



Risikos und versorgt sie mit individuellen Investment-Ideen. Da die technische Infrastruktur bereits besteht, entfallen die hohen Investitionskosten.

Und was ist mit den Endkunden? Moderne Anleger sind immer öfter online und mobil. Um ein optimales Kundenerlebnis zu bieten, sind Relationship Manager daher auf Instrumente angewiesen, die flexibel einsetzbar und von überall aus abrufbar sind und zudem eine hohe Preistransparenz bieten. Nicht vergessen werden darf, dass die Vermögensverwaltung ein primäres Ziel verfolgt: Sie stellt die individuellen Bedürfnisse des Anlegers immer ins Zentrum. Und wenn es um individuelle Kundenansprüche geht, fährt sie mit massgeschneiderten Lösungen meistens besser.

Thomas Stadler, Head deritrade, Vontobel