

# Risikoschwankungen und dynamische Kundenprofile

Martin Schwizer, PC&S Portfolio Consulting & Services AG

So, wie sich das Risiko von Wertpapieren im Verlauf des Anlagehorizontes ändern kann, bleibt auch das Kundenprofil nicht statisch. Sind ein konsequentes Risikomonitoring und eine lückenlose Information des Kunden überhaupt realistisch?



© fotolia

Die Redewendung «know your client» war im Private Banking schon immer allgegenwärtig. Was aber früher im Kopf des Kundenbetreuers ruhte oder in versteckten Aktennotizen schlummerte, wurde in den letzten Jahren verstärkt in genormte Informationen abgelegt. Kundenbetreuer in grösseren Organisationen wurden dazu angehalten, mit sämtlichen Kunden einen standardisierten Risikoprofil-Erfassungsprozess zu durchlaufen. Mittels eines strukturierten Befragungsprozesses, der mündlich, schriftlich oder elektronisch durchgeführt wird, soll die spezifische Risikofähigkeit des Kunden ermittelt werden. Um

den Kunden wirklich zu kennen, gilt es aber auch die individuellen Kundenwünsche, einschliesslich wesentlicher Anliegen und deren Gewichtung, zu erfassen.

## Durchgehende Prozesse

Im klassischen Ablauf wird der Investment-Prozess nach diesem Schritt – zumindest gegen aussen – unterbrochen. Denn hier beginnt das eigentliche Handwerk des Vermögensverwalters, nämlich die Umsetzung des ermittelten Kundenprofils in eine Anlagestruktur und schliesslich deren Ausgestaltung mit konkreten Anlageprodukten. Durch die künstliche Mystifizierung dieses Prozessabschnittes soll der Mehrwert dieses Handwerkes unterstrichen werden. Dadurch entsteht aber eine beachtliche Intransparenz. Ohne Unterbruch der Prozesskette geht es auch, wie das Schweizer Beispiel der Nettobank beweist. Mit dem Ziel eines consequenten ePrivate Banking wurde der gesamte Anlageprozess standardisiert und an der Risikobereitschaft und den Erwartungen des Anlegers orientiert. Die durch den Kunden beeinflussbare Umsetzung des Anlagevorschlages wird durchgehend systemtechnisch unterstützt.

## Regulatoren fordern mehr Transparenz

Genau in diesem Anlageprozess fordert die deutsche Bundesministerin für Verbraucherschutz mehr Transparenz sowie die Einführung eines «Beipackzettels» für Anlageprodukte. Wie durch das Kabinett beschlossen, werden diese Produktinformationsblätter nun in Deutschland zur Pflicht. Das Wertpapierhandelsgesetz verpflichtet zur Verwendung des Beratungsprotokolls und die MiFID-Richtlinien verlangen die Information des Kunden bei Eintreten von bestimmten Verlustschwellen.

In absehbarer Zeit werden diese Regulierungen, welche alle auf eine bessere Kundeninformation abzielen, auf andere Länder

überschwappen und nicht zuletzt auch die gängige Praxis in der Schweiz beeinflussen.

### **Dynamik als Herausforderung**

Die grösste Herausforderung im Rahmen dieser Informationsbemühungen liegt im dynamischen Element von Kapitalanlagen. Deren Erfolg hängt von der zukünftigen Kursentwicklung ab. Der Anleger weiss somit erst bei Ende der Laufzeit oder des Anlagehorizontes, was er für sein Geld erhält. Diese Eigenschaft unterscheidet Anlageprodukte wesentlich von Konsumprodukten oder Dienstleistungen, bei denen der Verbraucher die Qualität des Produkts bereits beim Kauf oder unmittelbar danach überprüfen kann. Aufgrund dieser Eigenschaft von Finanzprodukten wünschen die Anleger umfangreiche Informationen über das Risiko, also über potenzielle Wertschwankungen und Verluste des Produktes.

Die reine Risikoeinstufung eines Anlageinstrumentes beim Kauf und die Information des Kunden darüber mittels eines Produktinformationsblattes genügen aber nicht. Die

Finanzkrise hat gezeigt, dass das Risiko von Wertpapieren nicht statisch ist, sondern über die Zeit schwanken kann. Ein Produkt, dessen Risiko zum Kaufzeitpunkt noch ideal zum Kundenprofil passte, kann über den Lebenszyklus völlig ungeeignet werden. Deshalb ist nur eine laufende Überwachung der Produkt Risiken zielführend.

### **Das Kundenprofil verändert sich auch**

Dieses permanente «Risikomonitoring», die Überwachung der Risiken aller Instrumente, die Abschätzung von deren Auswirkung auf das Risiko des Gesamtportfolios und der dauernde Vergleich mit dem Kundenprofil stellen aber eine Herausforderung dar. Insbesondere, da auch das Kundenprofil eine dynamische Komponente besitzt, wie die grosse Verunsicherung in der Finanzkrise bewiesen hat. Hierbei können neue, höchst innovative Werkzeuge der Informationstechnologie einen entscheidenden Beitrag leisten. Diese versetzten den Berater in die Lage, den gestiegenen Beratungs- und Qualitätsansprüchen der Kunden gerecht zu werden.