

Privatkundengeschäft

Wachstum durch Active Advisory

Die Wachstumschancen im klassischen Portfoliomanagement sind beschränkt. Um neue Kundengruppen zu erschließen, muss eine Bank Alleinstellungsmerkmale erzeugen. Das Konzept des „Aktive Portfolio Advisory“ spricht Kunden an, die daran interessiert sind, aktiv in die Investmententscheidungen einbezogen zu werden.



Renee Grosser,
Geschäftsbereichs-
leiter Deutschland und
Österreich,
Odyssey Asset
Management Systems
www.odyssey-group.com

Viele Häuser, die bisher Dienstleistungen im Private Banking und Privatkundengeschäft anbieten, gehen davon aus, dass der Schlüssel zu weiterem Wachstum in der Ausweitung des diskretionären Geschäfts liegt. In diesem Bereich lassen sich durch den Einsatz von

IT-Systemen ganz erhebliche Synergien erzielen und die gesamten Abläufe zu einem hohen Grad industrialisieren.

■ Beschränktes Wachstum beim klassischen Modell

Allerdings ist der Markt des klassischen Portfoliomanagements bereits heute nahezu gesättigt. Es erscheint kaum möglich, eine Mandatsquote von mehr als 20 Prozent der gesamten Assets unter Management zu erzielen. Die Wachstumschancen sind demnach beschränkt, während andererseits die Akquisitionskosten exponentiell steigen.

Eine Möglichkeit, um das Geschäftsvolumen im Privatkundengeschäft aus-

zuweiten, ist das Geschäftsmodell des „Active Portfolio Advisory“. Bei diesem Konzept stellt eine Bank ihren Kunden gegenüber die Investmentkompetenz in den Vordergrund. Damit generiert sie deutliche Alleinstellungsmerkmale und erreicht schlussendlich ein margenstarkes Wachstum im Privatkundengeschäft.

■ Active Advisory erschließt einen neuen Wachstumsmarkt

Active Advisory richtet sich an die gesamte Klientel einer Bank, nicht nur an die mandatsaffinen Kunden. Diese Zielgruppe ist daran interessiert, aktiv an den Entscheidungsprozessen teilzunehmen, aber gleichzeitig die gesamte Investmentkompetenz des jeweiligen Partners zu nutzen. Die aktuelle Studie der Boston Consulting Group „Searching for Profitable Growth“ bestätigt diesen Trend zum Active Advisory. Danach wird es für Kunden immer wichtiger, aktiv an Investmententscheidungen zu partizipieren.

Auf Grund dieses Ansatzes ergeben sich verschiedene Funktionen beziehungsweise Dienstleistungen, die ein Active-Advisory-Modell anbieten muss:

- ◆ **Investmentanalysen:** Der Kunde muss durch einen Profiling-Prozess einer bestimmten Risikoklasse zugewiesen werden,

- ◆ **Anlagevorschlagswesen:** Auf Grund der Vorlieben des Kunden muss es möglich sein, einen Investmentvorschlag zu erstellen. Es ist wichtig, dies lediglich auf Ebene der Asset-Allokation zu tun. Zusätzlich ist es von Vorteil, über Empfehlungslisten zu verfügen, die einen Vorschlag bis hinunter auf das einzelne Instrument ermöglichen.

- ◆ **Kontrolle der Advisory-Mandate:** Der Relationship Manager muss in der Lage sein, die Gesamtheit seiner Portfolios automatisiert zu überwachen und auf vordefinierte Kontaktpunkte mit seinem Kunden automatisch aufmerksam gemacht werden,

- ◆ **Historisierung der kundenindividuellen Daten und Analysen,** um bestimmte Verkaufsprozesse daran zu orientieren,

- ◆ **zentrale Steuerungsmöglichkeiten der Vertriebsaktivitäten.**

Die Ausdehnung der Dienstleistungspalette auf das Active-Advisory-Geschäft eröffnet erhebliche Wachstumsmöglichkeiten, da dieses Geschäftsmodell nicht nur von rund 20 Prozent der Klientel genutzt wird und somit weitaus höhere Durchdringungsquoten ermöglicht. Auf Grund der Duplizierung des Portfolio-Management-Wissens und der Nutzung bereits vorhandener Beratungsressourcen ist es möglich, die Grenzkosten relativ niedrig zu halten.

■ Hohe Anforderungen an die IT-Plattform

Ebenso wie im klassischen Geschäft müssen die oben genannten Prozesse durch die Systemwelt unterstützt werden. Dies wird durch den Einsatz einer plattformgestützten Portfoliomanagement- und Active-Advisory-Software sichergestellt. Diese muss einen erheblichen Funktionsumfang aufweisen und auch technologisch in der Lage sein, bedeutend größere Volumina von Informationen zu verarbeiten, als dies im herkömmlichen Portfoliomanagement der Fall ist. |