

Effizienz im Produktuniversum

WERTPAPIERE Der Markt für strukturierte Anlageprodukte legt zu – und damit der Konkurrenzdruck. Finanzdienstleister sollten ihre Emissionsprozesse automatisieren.



STRATEGIE Syracom-Geschäftsfeldleiter Hendrik Kurz empfiehlt Emittenten ein System zur Workflow-Unterstützung und -automatisierung.

Laut Erhebung des Deutschen Derivate Verbands DDV ist das Marktvolumen für strukturierte Anlageprodukte, etwa Zertifikate, zwischen Januar 2009 und August 2010 in Deutschland um rund 33 Prozent gewachsen – von 80 auf gut 106 Milliarden Euro. Die Zahlen belegen: Der Markt für diese Bankprodukte befindet sich in einem deutlichen Aufwärtstrend. Die Emittenten strukturierter Anlageprodukte stehen damit nach den Konsolidierungen als Folge der Finanzmarktkrise alle vor der gleichen Herausforderung: Sie wollen ihre Privatkunden schnell und kostenoptimiert mit kapitalmarkt- und anlegerorientierten Zertifikateprodukten erreichen. Trotz des enormen Konkurrenzdrucks gilt es zugleich, Zertifikatevolumen und -geschäft zu steigern. „Wer sich in diesem Markt langfristig behaupten will, muss Veränderungen schnell nachvollziehen und notwendige Investitionen in die Zukunft tätigen. Ansonsten droht der Verlust der eigenen Marktposition“, betont Hendrik Kurz. Der Geschäftsfeldleiter des unabhängigen Business- und IT-Beratungshauses Syracom AG geht davon aus, dass kleineren Emittenten künftig ein rauerer Wind entge-

genwehen wird. „Sie können aufgrund eines zu geringen Automatisierungsgrades und einem gleichzeitig wachsenden Produktangebot Skaleneffekte nicht realisieren.“ Das Tempo des Markteintritts und ein kundenindividueller Zuschnitt sind laut Kurz nicht die einzigen Herausforderungen, vor denen die ausgebenden Banken stehen: „Ihr Produktuniversum muss breit genug auf die aktuelle Marktsituation ausgerichtet und preislich attraktiv sein. Nur unter diesen Voraussetzungen werden Kunden das passende Produkt finden.“ Für den Syracom-Manager steht außer Frage: „Die Emittenten benötigen ein System zur Workflow-Unterstützung und -Automatisierung, um darüber den gesamten Wertpapieremissionsprozess – von der Produktausstattung über die Emission bis hin zur Fälligkeit der Wertpapiere – konsequent zu automatisieren.“ Nur unter dieser Voraussetzung könne man das sich ausweitende Produktuniversum bei zugleich steigenden Time-to-market-Anforderungen und die notwendige Qualität im Prozess in den Griff bekommen. Das hat die DZ Bank mit Unterstützung der Syracom AG bereits geschafft. Das genossenschaftliche Spitzeninstitut ist einer der Marktführer im Zertifikatemarkt und steuert über die sogenannte „Retail-Werkbank“ den gesamten bankinternen Workflow zwischen Handel, Vertrieb, Produktentwicklung, Produktmanagement und Listing ebenso wie die externe Informationsübermittlung. Wie Jürgen Orth, Abteilungsdirektor und Verantwortlicher für die Entwicklung und den Betrieb der Retail-Werkbank in der DZ Bank bekräftigt, bildet das System mittlerweile den Backbone im Emissions- und Vertriebsprozess für Retail-Wertpapierprodukte der DZ Bank. www.syracom.de