

Produktentwicklung

Die Berater mit dem Emittenten verzahnen

Die neuen Dokumentationspflichten bei der Anlageberatung stellen auch die Wertpapier-Emittenten vor neue Aufgaben. Chefredakteurin Margaretha Hamm sprach mit Branislav Sincic, stellvertretender Direktor Capital Markets Retail bei der DZ BANK und mit Hendrik Kurz, Geschäftsfeldleiter Banken bei der Unternehmensberatung SYRACOM, über effiziente Wege zu mehr Kundeninformationen.

Welche Herausforderungen ergeben sich aus den neuen Regulatorien für die Anlageberatung und deren Dokumentation?

Sincic: Mit dem neuen Anlegerschutzgesetz wurden unter anderem Produktinformationsblätter, die sogenannten PIB, zur Pflicht. Damit wurde zusätzlich zu den Beratungsprotokollen und den Wertpapierprospekten eine neue Anforderung an die Dokumentation geschaffen. Diese neuen Dokumente müssen für jedes Wertpapier mit der Emission oder bei Beginn der Zeichnungsfrist bereitgestellt werden.

Kurz: Damit nicht genug. Im Rahmen von neuen EU-Richtlinien und MiFID II wird es zu weiteren Dokumentationspflichten kommen. Das PIB wird durch das Key Investor Information Document (KIID) abgelöst. In Zukunft wird es nicht mehr ausreichen zum Verkaufsbeginn ein KIID bereitzustellen. Der Gesetzgeber erwartet eine laufende Anpassung des Dokuments. In Zusammenhang mit MiFID II wird es für den Kunden voraussichtlich ein Wahlrecht für Nachberatung nach dem Verkauf geben. Im Rahmen dieser Nachberatung muss regelmäßig geprüft werden, ob beispielsweise die Risikoneigung konstant geblieben ist und das Produkt noch zum Kunden passt. Darüber hinaus gibt es neue Anforderungen an das Kundenreporting. Künftig soll der Kunde regelmäßig über mögliche Änderungen informiert werden, die Auswirkungen auf das Produkt haben. Damit die Berater der Genossenschaftsbanken das alles sicherstellen können, muss der Emittent die richtigen Informationen liefern – das ist eine ganz gewaltige Aufgabe.

Sincic: Gerade im Bereich der Zertifikate haben die neuen Regelungen besonders große Auswirkungen. Die DZ BANK bietet als



Gesprächspartner Sincic, Kurz, Hamm (v.l.): Den neuen Anforderungen an den Verbraucherschutz mit Automatisierung begegnen.



Marktführer ganz unterschiedliche Produkte an. Um für diese Vielzahl von Zertifikaten und anderen strukturierten Anlageprodukten den Beratern der Genossenschaftsbanken die jeweiligen Beratungsunterlagen vollständig und richtig zur Verfügung stellen zu können, müssen große Datenmengen verarbeitet werden.

Wie können Sie diese Aufgabe meistern?

Kurz: Das funktioniert nur durch Automatisierung. Die für die Beratungsunterlagen notwendigen Daten werden bei der Emission der Produkte entlang der Prozesskette erhoben und automatisch angereichert. Jeder an der Emission beteiligte Bereich hat seine spezielle Aufgabe, bei der er wichtige Daten zuliefert. Diese Daten müssen dann in einem zentralen System zusammengeführt werden und stehen in späteren Prozessschritten qualitätsgesichert ohne Doppelerfassungen zur Verfügung.

Sincic: Große Emittenten, die steigende Regulierungen effizient und prozesssicher bewerkstelligen wollen, können das nur durch Industrialisierung schaffen. Die DZ BANK hat bereits vor zwei Jahren gemeinsam mit SYRACOM eine Plattform für die industrielle Fertigung von Wertpapierprodukten entwickelt, die Retail-Werkbank. Das heißt, wir haben jetzt bereits die Grundlage, auf der wir bei der Entwicklung neuer Produkte aufbauen

können. Alle an der Emission beteiligten Mitarbeiter arbeiten mit dieser komplexen Anwendung, die nicht nur alle relevanten Daten sammelt, sondern den gesamten Workflow von der Produktidee bis zur Veröffentlichung eines Wertpapiers steuert. Der Anwender wird dabei systemtechnisch durch Plausibilitätsprüfungen oder automatische Datenanreicherungen unterstützt. Im Rahmen dieses voll automatischen Produktionsprozesses können die bereits vorhandenen Produktdaten auch für die automatische Generierung der PIBs verwendet werden.

Kurz: Wichtig ist im Rahmen dieser Automatisierung eine einheitliche, durchgängige und flexible Datenbasis. Nur so kann eine hohe Qualität und Aktualität und letztendlich ein hoher Wiederverwendungsgrad der Daten sichergestellt werden. Das PIB entsteht genau auf diese Weise. Die Textblöcke dafür sind

Wie erreichen Sie das technisch?

Sincic: Als Verbundpartner der Genossenschaftsbanken sind wir selbstverständlich mit den Rechenzentren von FICUDIA und GAD verbunden und haben Schnittstellen zu agreeBAP und bank21. Optimalerweise können die Mitarbeiter der Volks- und Raiffeisenbanken ihre Kunden zu unseren Produkten beraten, ohne dass sie das Programm wechseln müssen oder viel Aufwand haben, um die für die Dokumentationspflichten notwendigen Informationen und Unterlagen zusammenzusuchen.

Kurz: Die Idee ist im Prinzip, dass man den Bankberater durch eine bessere Integration der Systeme und Produktdaten von einfachen, wiederkehrenden und manuellen Tätigkeiten entlastet. Dadurch hat er mehr Zeit, um auf die Bedürfnisse der Kunden einzugehen und mehr Kundenzufriedenheit zu erreichen. Um das



teilweise vorhanden und werden automatisch mit den entsprechenden Daten zusammengeführt.

Was kann die Retail-Werkbank noch leisten?

Sincic: Über sie werden nicht nur die kompletten Produktinformationen, wie Prospekte, PIBs oder Informationen für das Beratungsprotokoll generiert. Die Retail-Werkbank steuert auch die gesamte Zeichnungsphase, sammelt Zeichnungsgeschäfte und bestimmt das finale Volumen der Emission. Der Handel bekommt darüber konkrete Handlungsanweisungen zum Kauf der unterlegten Aktien, Währungen, Rohstoffe oder Indizes.

Kurz: Die Retail-Werkbank versorgt auch viele, nachgelagerte Systeme mit Produkt- und Metadaten. Über entsprechende Regelwerke ist es der DZ BANK einfach möglich, individuell auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der jeweiligen Schnittstellenpartner einzugehen. Das können Informationen zu Produktkategorien, Assetklassen, Anlagefeldern sein oder auch der für das Produkt notwendige Anlagehorizont. Die DZ BANK stellt diese Daten zur Verfügung, weil sie ihre Produkte am besten kennt. Zudem ist es entscheidend, wie man die Produktinformationen optimal in den Beratungsprozess integriert. Dafür ist eine starke Verzahnung des Beraters mit dem Emittenten notwendig.

zu schaffen ist ein enges Zusammenspiel zwischen Rechenzentrale, Vertriebspartner und Emittent absolut notwendig.

Wie sehen Ihre Pläne für die Zukunft aus?

Kurz: Derzeit sind wir mit der Integration der Produktdaten in die Beratungsprozesse beschäftigt. Gerade wenn es um Zertifikate und andere strukturierte Wertpapiere geht, stehen die Berater vor der Herausforderung, die vielen unterschiedlichen Produkte und deren Bedingungen zu kennen. Um sie bei der Beratung optimal zu unterstützen, müssen sie die Möglichkeit bekommen, diese Produkte schnell und einfach zu selektieren. Das leisten zwar die Beratungstools der Banken und der Rechenzentren. Aber die DZ BANK muss dafür die entsprechenden Metadaten zur Verfügung stellen.

Sincic: Wenn wir diese Pläne umgesetzt haben, werden unsere Produkte optimal in den Beratungsprozess der Genossenschaftsbanken integriert sein. Der Bankberater kann über seine Beratungstools die Produkte der DZ BANK leicht finden und unter Berücksichtigung der Erfahrung und der Risikoneigung des Kunden das optimale Produkt ermitteln. Für uns als Emittent ist es genauso wichtig wie für die Genossenschaftsbanken, dass der Kunde das richtige Produkt bekommt. *Margaretha Hamm*