



ERFOLGSFAKTOREN IM PRIVATE LABEL BUSINESS

FERDINAND BUHOLZER / MARCEL WEISS

Fondsleitungen müssen dynamischer und kundenfokussierter agieren. Die Einhaltung der fondsrechtlich relevanten Bestimmungen sowie die korrekte Berechnung des Nettoinventarwerts genügen für ein erfolgreiches Weiterbestehen nicht. Der vorliegende Beitrag zeigt, wie die LB(Swiss) Investment AG sich als Fondsleitung im Markt für Private Label Fonds (PLF) glaubwürdig positioniert und was die dafür entscheidenden Erfolgsfaktoren sind.

Als Schweizer Fondsleitung mit konsequenter Fokussierung auf das PLF-Geschäft steht die LB(Swiss) Investment in einem äusserst dynamischen Umfeld, in welchem sich die Interessen der Fondsanleger sowie die der Fondsmanager (welche

häufig auch als Fondspromotoren agieren) ständig verändern. Die LB(Swiss) Investment identifizierte die drei nachfolgenden wesentlichen Themenfelder, welche sie in ihrer kundenfokussierten Geschäftsentwicklung konsequent bearbeitet. Dabei werden die Interessen sämtlicher Anspruchsgruppen vertreten.

Product Governance

Schon bei der Fondsaufsetzung kommt der Product Governance eine grosse Bedeutung zu. Mit den zahlreichen schweizerischen und ausländischen Regulierungsinitiativen hat deren Stellenwert stark zugenommen. Dabei geht es nicht mehr nur darum, dass die geltenden regulatorischen Bestimmungen auf Produktebene eingehalten werden bzw. in den Fondsdokumenten darüber informiert wird. Viel-

mehr haben die gesetzlichen Bestimmungen auch verstärkt Einfluss auf die Attraktivität von Fondsprodukten. Dabei stellen sich nicht nur Fragen in Bezug auf Kosten, welche die Performance von Fonds massgeblich beeinflussen. Vielmehr stellen sich auch Fragen in Bezug auf Transparenz und damit die Vergleichbarkeit der Fonds. Zudem sind auch steuerliche Aspekte des Fonds bzw. des Fondsanlegers bedeutsam.

Anfang 2018 erfolgt die Inkraftsetzung von drei Regulierungen, welche die Product Governance und die Produktattraktivität massgeblich beeinflussen.

MiFID II: Damit verbunden sind umfassende Produktklassifizierungen mit Bezug auf den Anleger, den geografischen Zielmarkt

und die Produkteigenschaften. Pro Fonds bzw. Anteilsklasse werden dazu 30–40 Informationsfelder geführt. In Zukunft wird es entscheidend sein, diese Informationen dem Anleger bzw. den Vertriebsorganisationen zeitnah zur Verfügung zu stellen. Andernfalls droht die Vertriebsaktivität im jeweiligen Fonds abzunehmen bzw. es muss mit Rückgaben von Anteilen gerechnet werden.

PRIIP: Das PRIIP-KID gibt umfassend Auskunft über Kosten, Performance und Produkt Risiken. Das Informationsblatt ist im Vertrieb an Privatkunden aus dem EWR-Raum zwingend abzugeben bzw. bereit zu stellen. Einmalkosten für den Erwerb bzw. den Verkauf des Fonds wie auch wiederkehrende Kosten (inkl. Performance Fees und Transaktionskosten) werden transparent ausgewiesen und können sich wesentlich auf die modellierten Performance-Szenarien auswirken.

Investmentsteuergesetz in Deutschland: Die Reform des neuen deutschen Investmentsteuergesetzes (InvStG) bringt im Fonds-Steuerreporting für den deutschen Privatanleger gewisse Vereinfachungen. Darüber hinaus können Aktien- oder Mischfonds gemäss InvStG von einer so genannten Teilfreistellung profitieren, wodurch nur ein Teil der im Fonds erzielten Erträge für den den deutschen Privatanleger steuerwirksam sind. Zudem kommt bei Vorliegen einer Statusbescheinigung ein reduzierter Quellensteuerabzug bei der Auszahlung von Dividenden auf deutschen Aktienbeständen zu tragen. Um die Produktattraktivität für den Anleger zu erhöhen ist daher schon bei der Definition der Anlagepolitik im Fondsdokument sowie dessen weiterer Gestaltung den Aspekten des InvStG aus Anlegersicht genügend Rechnung zu tragen.

Digitalisierung

Die LB(Swiss) Investment will die innovativste Schweizer Fondsleitung sein und ihren Kunden und Geschäftspartnern nützliche digitale Dienstleistungen anbieten. Mit der Lancierung der LBSI Digital Ser-

vices – namentlich mit einer Mobile App und einem übersichtlichen Dashboard im Webportal – erfolgte im Frühjahr 2017 ein erfolgreicher Start zum Digitalisierungs-Marathon. Dabei stehen die Bedürfnisse der Promotoren und Fondsmanager im Zentrum jeder Umsetzung. Geschwindigkeit, eine Top IT-Infrastruktur kombiniert mit konsequentem Datenmanagement und auf den Kundennutzen ausgerichtete Prozesse bilden dazu die Basis.

Mit den LBSI Digital Services sollen Medienbrüche reduziert bzw. im besten Fall vermieden sowie den Nutzern ein Mehrwert geboten werden. Die Kunden der LB(Swiss) Investment erhalten auf ihrer Mobile App auf einer Übersichtsseite aktuelle Fondsinformationen wie etwa NAV, Performance-Entwicklung, Fondsgrosse, Liquidität, Anlage-Exposure oder eine Positions- und Transaktionsübersicht. Push Meldungen zu Anlageverstössen und Geldflüssen ermöglichen im Bedarfsfall eine Sofortintervention. Dazu steht auch ein integrierter Live Chat mit der LB(Swiss) Investment zur Verfügung.

Reporting

Aktuelle Informationen, die weit über die Fondsbewertung hinausgehen, werden vermehrt von unterschiedlichen Anspruchsgruppen nachgefragt. Die LB(Swiss) Investment entspricht diesem Wunsch aktiv und in unterschiedlicher Ausprägung. Detaillierte und individuelle Anlage-Reportings im PDF- oder Excel-Format sowie diverse Rohdaten für die spätere Weiterverarbeitung stehen den Promotoren und Fondsmanagern in diversen Formaten und als strukturierte Datenfiles zur Verfügung.

Im Zuge der vorgenannten Regulierungen kommt auch der Verteilung von erweiterten Fondsdaten an Datenvendoren und Fondsplattformen eine immer grössere Bedeutung zu. Ein effektives und effizientes Datenmanagement bei der LB(Swiss) Investment stellt sicher, dass die Datenempfänger zeitnah mit aktuellen Informationen versorgt werden. Da-

rüber hinaus ermöglichen diese Daten den Fondsvertriebsstellen, ihre erhöhten Sorgfaltspflichten wahrnehmen und ihre Dienstleistungsqualität im Fondsverkauf erhöhen zu können.

Zusammenfassend zeigt sich, dass die erwähnten Themenfelder massgeblichen Einfluss auf die Tätigkeiten und die Effizienz der Promotoren und Fondsmanager haben. Die LB(Swiss) Investment verfügt über modernste IT sowie eine ausgeprägte Methoden- und Fachkompetenz im Fondsgeschäft. Dank ihrem konsequenten Fokus auf die Kundenbedürfnisse und den entsprechenden Einsatz der Ressourcen erhalten die Promotoren, Vertriebsstellen sowie Fondsmanager und damit auch die Fondsanleger einen deutlichen Mehrwert.

Ferdinand Buholzer (l.) und Marcel Weiss

Leiter Compliance/GL
bzw. Geschäftsführer bei der
LB(Swiss) Investment AG, Zürich.

