

Wanted: Digitalisierung und Primärmarktdeals

IPOs & KEs wie jene der UBM sind wichtig. Die Digital-Warnung von Accenture ebenso.
Christian Drastil, April 2015



Wer nicht wagt, der nicht gewinnt: Das gilt stärker denn je

Ein guter Zeitpunkt für Kapitalerhöhungen, ein notwendiger für Digitalisierung und ein perfekter zum Danke-Sagen.

Liebe Leserinnen, sehr geehrte Leser! Unser Dossier „Wie UBM zur grossen Story an der Wiener Börse wird“ mit Charts, viel Statistik und einem Vorstandsinterview (<http://bit.ly/1KtBlE>) war der mit Abstand meistgelesene Beitrag auf boerse-social.com im April. Das ist erfreulich, denn es geht bei der UBM um ein massives börsliches Upgrade samt Kapitalerhöhung, die zu Redaktionsschluss dieser Zeilen gerade im Laufen war. Nicht nur das Leser-Interesse, auch das Insti-Interesse ist bestätigt: Das Institutionelle Buch zur KE

mit 1.353.543 jungen UBM war bereits overnight überzeichnet und damit platziert worden, 646.457 Stück können nun bis einschließlich 6.5.2015 auch von Retailinvestoren erworben werden. Preis: parallel zu den Institutionellen 40 Euro je Aktie. Und wie bei jeder Kapitalmassnahme ist der Preis natürlich der wichtigste Entscheidungsimpuls. Es braucht viel Psychologie: Ist der Preis zu tief, werden meist die Stückzahlen sehr hoch und es tritt eine massive Verwässerung ein, was oft wie eine Notwehrmassnahme „Kapitalerhöhung oder Bankrott“ aussieht. Ist der Preis, gemessen am historischen Kursverlauf, hoch, fliesst dem Unternehmen tendenziell viel frisches Kapital zu, die kommunizierte Story kann in Folge in einen Mehrwert umgewandelt werden, aber der Kaufimpuls geht dem Investor schwerer von der Hand. Dann kommt es auf die Story an: CEO Karl Bier hat jedenfalls im Interview wirklich überzeugt, der Mann ist ein Kenner der Immobilienbranche und, wie er sagt, noch ein relativer Neuling am Kapitalmarkt. Daher rührt auch die Tatsache, dass die UBM-Aktie in den vergangenen Monaten allein schon aufgrund der Ankündigung eines Börseupgrades deutlich zugelegt hat. Nach der UBM/PIAG-Transaktion und der KE ist die UBM auch zu einem ganz anders aufgestellten Unternehmen geworden: Abschläge für mangelnden Streubesitz oder eingeschränkte Handelbarkeit sind nicht mehr gerechtfertigt. Der avisierte Wechsel in den Fliesshandel ist bereits vollzogen.

Das Unternehmen hat noch viel vor, die KE ist Basis für das gewinnbringende Wachstum, Analysten bleiben auf Buy.

Am Tag des UBM-Interviews führte ich unmittelbar danach ein weiteres Interview, und zwar mit Klaus Malle, dem Österreich-Chef von Accenture. Und auch da ging es irgendwie um gewinnbringendes Wachstum, allerdings eines, das laut Malle bedroht ist: Nämlich dann, wenn man sich als Unternehmen mit der Digitalisierung nicht rechtzeitig auseinandersetzt. In diesem Zusammenhang habe Europa gegen z.B. die USA oder Asien Rückstand aufgerissen und Österreich zusätzlich zu den Nachbarn Deutschland und Schweiz. Auf einer Doppelseite in diesem Heft sind Zahlen & Fakten aneinandergereiht, Malle gab mir zudem im Interview noch wertvolle Zusatzinputs. Die Situation ist gefährlich: Accenture beobachtet einen 5-Jahreszeitraum, und erst seit 2013 geht es rasant bergab. Aus Champions können rasch Verlierer werden; Österreich muss aufpassen und bei der Digitalisierung nachziehen.

Abschliessend noch ein persönliches Highlight (auf dem *Fachheft-Weg* in die Druckerei noch reingeschummelt): Wir übergaben den „Number One Award“ an Ex-Immofinanz- und -RHI-Vorstand Eduard Zehetner, dessen Sanierungen kumuliert eine Verhundertfachung des eingesetzten Kapitals brachten, an seinem letzten Immofinanz-Arbeitstag persönlich. Stolz!

Christian Drastil, Herausgeber



IMPRESSUM

Herausgeber: Christian Drastil **Medieninhaber:** FC Chladek Drastil GmbH **Geschäftsführung:** Josef Chladek, Christian Drastil
Erscheinungsweise: Zweif. Ausgaben pro Jahr **Erscheinungsort:** Wien **Postanschrift:** FC Chladek Drastil GmbH, c/o Pepelnik & Karl Rechtsanwälte – 1020 Wien, Czerninplatz 4, office@fc-chladek-drastil.com, www.boerse-social.com
Abonnement 12 Ausgaben € 30 (Einzelpreis € 3), fachheftabo@boerse-social.com
Namentlich gekennzeichnete Beiträge spiegeln nicht unbedingt die Meinung des Medieninhabers wider.
Druck: Niederösterreichisches Pressehaus Druck- und Verlagsgesellschaft m.b.H., Gutenbergstraße 12, 3100 St. Pölten
Auflage: 2.000 Stück, dazu als PDF, anforderbar unter me@christian-drastil.com



„Österreich Nachzügler bei der Digitalisierung“

Accenture-Chef Klaus Malle ist in Sorge um Österreichs größte Unternehmen: Selbst die Growth Champions schwächeln bei Umsatzentwicklung, Profitabilität und Digitalisierungsgrad.



© photaq.com/Martina Draper (4)



Mehr Fotos vom Interview unter photaq.com/page/index/1801

Dieser Tage hat Accenture die Studie zu den Growth Champions unter Österreichs Top100 bereits im 4. Jahr veröffentlicht, zum dritten Mal begleitet das *Fachheft* redaktionell. Und anders als in den Vorjahren schrillen diesmal ein wenig die Alarmglocken. Die 100 größten Unternehmen Österreichs bräuchten neue Wachstumsimpulse, so Accenture. Hintergrund: Mit dem für Österreich erstmals veröffentlichten *Digitalisierungsindex* hat Accenture den Fortschritt der Top100 hinsichtlich digitaler Strategien, digitaler Angebote und digitaler Prozesse untersucht. Und da hinkt Österreich ordentlich nach. Auch die Umsätze der österreichischen Top100 sanken im Jahr 2013 um sechs Prozent. Im Drei-Länder-Vergleich (gemessen werden die Jahre 2009 bis 2013) schneiden Österreichs größte Unternehmen damit in jeder Hinsicht schlechter ab als die Pendanten in Deutschland und in der Schweiz. Eine geringere Profitabilität gegenüber Schweizer Firmen war schon seit Jahren zu beobachten. Seit 2012 sind die Top100 auch marginenschwächer als die deutschen Konzerne.

Formkrise auch bei Champions

Accenture hat diesmal 17 Growth Champion-Unternehmen aus den Top100 ermittelt, die mit überdurchschnittlicher Wachstumsstärke und Profitabilität überzeugen konnten. Doch auch sie schafften im Durchschnitt nur ein Prozent Wachstum im Jahr 2013. Zum Vergleich: Zuvor – von 2009 bis 2012 – waren die Umsätze der Wachstumssieger zwischen 22 und 30 Prozent pro Jahr geklettert. Accenture hat wie erwähnt untersucht, welche Rolle die Digitalisierung als Wachstumsimpuls einnehmen kann. Der Digitalisierungserfolg entscheidet sich danach in drei Hauptfeldern: digitale Strategie, digitale Angebote und digitale Prozesse. Untersucht hat Accenture den Fortschritt in den Top100 mit dem erstmals veröffentlichten Digitalisierungsindex. Bewertet wurden darin die Aktivitäten in allen drei Hauptfeldern mit Punkten von 1 bis 4. Im Durchschnitt erzielten die Top100 mit der Note 1,84 eine bislang geringe Digitalisie-

rung, und dieser Wert liegt auch unter jenen aus der Schweiz und Deutschland.

Top: ams, Kapsch, Novomatic, Red Bull

Es wurden neun Digitalisierungs-Champions ermittelt, die bessere Noten erzielen konnten.

- Vier dieser Unternehmen sind gleichzeitig Growth Champions: ams, Kapsch, Novomatic, Red Bull.
- Ein weiteres Highlight: Zehn Wachstumssieger waren auch im vergangenen Jahr in der Liste zu finden: Zu den vier oben genannten auch Kelag, Lenzing, Miba, OMV, SBO und Vamed.
- Lenzing und Red Bull sind bereits zum vierten Mal in Folge Growth Champions geworden.

Auffällig ist im Kreis der 17 Growth Champions die hohe Anzahl von Unternehmen aus der Branche Ressourcen und Chemie. Mit Borealis, Heinzl Holding, Lenzing, Mayr-Melnhof Karton und RHI kommen fünf Unternehmen aus diesem Wirtschaftszweig. Kommunikation, Elektronik und Hightech sowie Konsumgüter sind weitere Branchen, die gut unter den Growth Champions repräsentiert sind. Die Branche Kommunikation, Elektronik und Hightech hat mit einem Notendurchschnitt von 2,34 wiederum im Digitalisierungsindex die beste Bewertung unter den Wirtschaftszweigen erhalten.

Aus der Analyse der besonders wachstumsstarken und profitablen Unternehmen und dem Vergleich mit dem Rest der Top100 lassen sich für Accenture wertvolle Rückschlüsse auf besonders erfolgreiche Strategien ziehen: Bislang habe sich gezeigt, dass die Growth Champions schneller und entschlossener Wachstumsmärkte in anderen Regionen dieser Erde erschließen, schneller und entschlossener mit innovativen Produkten und Lösungen auf Megatrends reagieren würden, weiters mit sehr gründlich ausgewählten Akquisitionen wachsen und in der Lage sind, diese gut und schnell in das Unternehmen zu integrieren. Bottom Line: Man konzen-

triert sich auf Kernkompetenzen und besteht im Management aus exzellent eingespielten Führungsteams. Zu weiteren Details hat das *Fachheft* den Chef von Accenture Österreich und Studienautor Klaus Malle interviewt.

Herr Malle, Österreichs Wirtschaft fällt in immer mehr internationalen Rankings zurück. Die Umsätze und die Profitabilität der großen Unternehmen sinken laut Ihrer Studie, zudem schneidet Österreich auch im Drei-Länder-Vergleich schlechter ab als Deutschland und die Schweiz. Woran liegt das?

Klaus Malle: Das sind zwei Facetten, die man verknüpft miteinander sehen muss. Zum einen hat sich das Wachstum in den Schwellenländern, z.B. BRIC, deutlich abgeschwächt. Österreichische Unternehmen agieren exportlastig, da sind Wachstumsmärkte weggebrochen. Dazu kommt spezifisch Osteuropa, hier ist Österreich extrem stark involviert. Damit wirkt sich das in Summe in Österreich noch stärker aus als in anderen Volkswirtschaften. Es erscheint aber nicht fair, alles nur auf die Weltmärkte zu schieben. Österreich hat sich für die Unternehmen zu einem Hochsteuerland entwickelt, dazu kommen regulatorische Anforderungen, die immens sind, weiters die Arbeitskosten. Das führte dazu, dass Österreich als Standort weniger attraktiv geworden ist. Internationale Unternehmen siedeln sich nicht mehr wie bisher an.

Sie untersuchten auch Deutschland und die Schweiz. Was können wir von diesen Ländern lernen?

Deutschland profitiert von Reformen, die vor rund zehn Jahren durchgeführt wurden. Bei uns gab es keine Reformen. Es ist auch eine Frage der Industrie an sich. Deutschland hat einen sehr starken Anteil an produzierender Industrie, der DAX ist auch ganz anders konstruiert als der ATX. Damit ist auch die Plattform gegeben, um von der Digitalisierung stark zu profitieren. Spannend wird, ob man in Deutschland den Schritt von der produzierenden Industrie hin zu Service-Industrie mit Smart Services schafft; Amerika und Asien sind da weit vorn.

Was zeichnet Ihre diesjährigen Wachstumssieger aus?

Hervorgetan haben sich Unternehmen aus Industrien, die nah an den Naturressourcen arbeiten, z.B. Mayr-Melnhof oder Lenzing. Dazu Elektronik und Hightech. In diesem Umfeld sehen wir sehr stark die Wachstumssieger. Die Digitalisierung spielt eine ganz wesentliche Rolle.

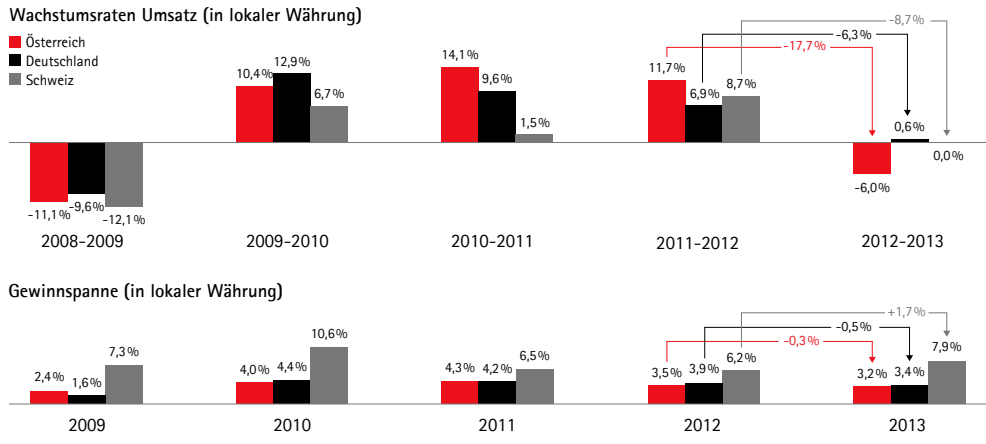
Wie war die Methodik beim Digitalisierungsindex?

Der Digitalisierungsindex analysiert, wie weit die Unternehmen in einer Branche Aspekte der Digitalisierung schon in sich aufgenommen haben. Berücksichtigt die Unternehmensstrategie digitale Aspekte? Gibt es digitale Produkte oder Dienstleistungen, erkennt man, dass man dadurch mehr Kunden erreichen kann? Also vom Produktdenken zum Servicedenken. Dazu die Frage, ob das Unternehmen auch schon seine internen Prozesse digitalisiert hat.

Wie erheben Sie die Daten? Gibt es auch Interviews mit den Unternehmen?

Wir gehen auf öffentlich zugängliche Dokumente ein, Interviews werden keine geführt. So kann man ein objektives Maß anlegen mit Internet Research, Geschäfts- und Analystenberichten, Analyse der Produktkataloge und natürlich dem einen oder anderen Insight.

Vergleich Umsatz- und Gewinnwachstum zwischen Top100 Österreich, Top500 Schweiz und Top500 Deutschland



Deutschland und die Schweiz sind auch bei der Digitalisierung besser ...

Ja, wenngleich die beiden auch noch nicht sehr weit sind. Fazit ist, dass die Digitalisierung in Österreich noch unterentwickelt ist, das ist ein Faktum, das ergeben alle Studien, die wir machen. Insgesamt fehlt bei vielen das Bewusstsein, welche Bedeutung die Digitalisierung für den Erfolg des Unternehmens hat. Das wird in Österreich deutlich weniger erfolgskritisch eingeschätzt. Das ist spannend. Denn eigentlich sollten ja durch die Digitalisierung die Grenzen verschwinden. Wir sehen international schon sehr erfolgreiche neue Produkte und Services, irgendwie scheint Österreich davon nicht wirklich beeindruckt zu sein. Ich sehe da schon einen Zusammenhang mit den Top100 und dem doch schon deutlichen Rückstand zu Deutschland und der Schweiz.

Ein Spezialfall sind sicher die Banken, die wie Versicherer in Ihrer Studie ausgenommen sind. Hier hatte ich zuletzt aber schon den Eindruck, dass die österreichischen Großbanken nun viel digital denken ...

Es gibt wohl keine Branche, die von der Digitalisierung stärker betroffen ist. Das bezieht sich auf Risiken aber auch die Chancen. Der Handlungsdruck ist nirgendwo höher. So wie bisher wird es nicht weitergehen. Österreichs Bankenmarkt ist nicht besonders groß, die Dichte an Banken aber sehr wohl hoch. Der Markt wächst nicht mehr, es gibt nur mehr die Chance, über Verdrängungswettbewerb Marktanteile zu gewinnen. Die Margen sind mittlerweile vernichtend klein. Die Banken kommen aus einer Welt der Filialen. Der Druck, über digitale Vertriebskanäle mit dem Kunden in Interaktion zu treten, ist immens. Wie geht man mit dieser völlig neuen Herausforderung um? Innovationszyklen kann man heute in Monaten messen, früher in Jahren. Damit kämpfen die Banken sehr stark. Die zweite Sache ist, dass die Digitalisierung hohe Investitionen braucht, aufgrund angespannter Bilanzsituationen ist das aber nicht leicht. Weiters gibt es die Frage nach den Geschäftsmodellen: Was ist es denn, das der Kunde zukünftig erwartet? Ist es nur Kontostandsabfrage oder Überweisung? Es stellt sich die Frage, wie die Bank Bestandteil des Ökosystems wird, dass sich ein Kunde 'everyday' an die Bank gebunden fühlt. Mobile Devices sind ein guter Weg dazu und Österreich hat eine hohe Penetration. Auch Kooperationen mit der Industrie sind eine Möglichkeit. Der Umbruch durch die Digitalisierung ist bei Banken zurzeit am stärksten ausgeprägt.

Und die Versicherungswirtschaft?

Das haben wir uns für eine aktuelle Accenture Studie angesehen. Veränderungen wird es beim Vertrieb geben: Weniger beim Abschluss, aber mehr bei der Informationsbeschaffung. Versicherer sollten nicht der Versuchung erliegen, lediglich bestehende Kanäle zu digitalisieren. Simple Upgrades im Sinne digitaler und mobiler Versionen ihrer etablierten Produkte und Services sind nicht zielführend. Um die ganze Bandbreite des digitalen Potenzials zu heben, bedarf es einer völlig neuen Einstellung.

Weitere Branchenbeispiele?

Auch der Handel ist stark betroffen, sowie die Medienbranche, da bleibt kein Stein auf dem anderen.

Welche Branchen haben ihre Hausaufgaben in Bezug auf Digitalisierung bisher am besten erledigt? Wer ist Nachzügler?

Definitionsgemäß voran ist die Telekommunikationsindustrie. Wir haben auch vier Unternehmen, die sowohl vom Wachstum als auch in der Digitalisierung Champion sind. ams, Kapsch, Novomatic und Red Bull. Nachzügler – das ist jetzt kein österreichisches Spezifikum – sind Chemie- oder Pharma-Unternehmen, das sieht man noch nicht so viel.

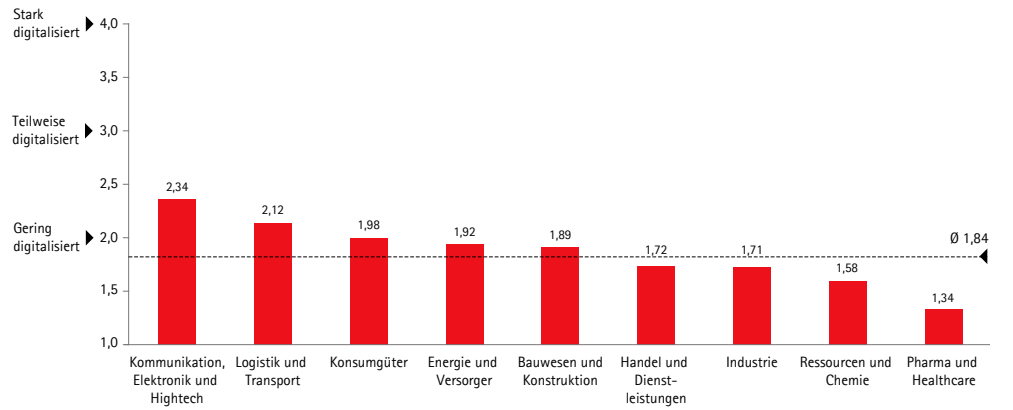
Ist die Digitalisierung ein CEO-Thema?

Das hängt vom Reifegrad ab, wenn wir die Banken mit dem massiven Umbruch sehen, so ist es klar die Aufgabe des CEO, die Strategie vorzugeben und das digitale Denken in das Unternehmen zu bringen. In der Telekommunikationsindustrie ist das schon viel weiter hinuntergebrochen in die Unternehmens-DNA. Auch ein Logistikunternehmen wird die Logistikkette schon seit vielen Jahren digitalisiert haben, da ist ein z.B. guter CIO gefragt, um immer wieder neue Ideen zu bringen.

Wird man in den kommenden Jahren überhaupt Growth Champion sein können, wenn man bei der Digitalisierung schwächelt?

Das wird immer schwieriger, da bin ich überzeugt. Die Übertragungsgeschwindigkeiten werden immer schneller, Kosten gehen nach unten. Da ist man erst ganz zu Beginn einer Reise. Wer heute betriebswirtschaftlich erfolgreich ist, aber bei der Digitalisierung nachhinkt, wird starke Konkurrenz von Unternehmen spüren, die auf die Digitalisierung aufspringen. Die Möglichkeiten, Unternehmen zu gründen, innovativ zu sein, einen weltweiten Anspruch zu haben, sind gut. Auf der anderen Seite ist es so, dass auch Unternehmen, die heute in der Digitalisierung erfolgreich sind, wach bleiben müssen. Auf einer Grafik (unten) haben wir den betriebswirtschaftlichen Erfolg der Unternehmen mit dem Grad der Digitalisierung in Zusammenhang gebracht. Die Erkenntnis: Interessanterweise gibt es rechts unten viele Unternehmen, die überdurchschnittlich erfolgreich sind, aber noch bei der Digitalisierung nachhinken. Da gibt es meiner Meinung nach nur zwei Wege: Entweder den Weg vertikal nach oben. Oder von rechts nach links unten, denn wer jetzt nicht digitalisiert, überlässt die Wertschöpfung anderen.

Digitalisierungsgrad nach Branchen



Noch ein Stichwort: Digitalisierung und Arbeitsplätze ...

Wir sind mittendrin in einer riesengroßen Bewegung, die wir sehr genau beobachten müssen. Ich glaube, dass der Anstieg der Arbeitslosigkeit, die Ausmaße annimmt, die wir seit Jahrzehnten nicht gesehen haben, in gewisser Hinsicht auf die Digitalisierungsthematik zurückzuführen ist. Gerade in den wenigen großen Unternehmen in Österreich wird der Druck auf die Arbeitsplätze groß. Man sieht, dass Prozesse auch digital abgewickelt werden können, z.B. wie erwähnt Telekommunikation oder Banken. Das bekommt volkswirtschaftliche Bedeutung, da geht es klar auch um Digitalisierungsaspekte, nicht nur um die krisenbedingte Arbeitsmarktschwäche. Die Antwort, die man finden muss: Das Level an Bildung muss so hoch sein, dass der Anteil derer, die teilhaben können, höher bleibt und wird. Wir schaffen es nicht, das Bildungssystem mit bestehenden Mitteln effektiver zu gestalten. Die Anforderungen an die Arbeitsplätze steigen stark an. Wir haben es erstmals mit einer industriellen Revolution zu tun, die nicht notwendigerweise zu mehr Arbeitsplätzen führt, die aber in deutlich anspruchsvolleren Arbeitsplätzen mündet.

Die Studie trägt den Titel ‚Mut, anders zu denken – Österreichs Top 100 im digitalen Wettbewerb‘. Was meinen Sie mit ‚Andersdenken‘ genau?

Im Besonderen geht es auch um branchenübergreifendes Denken, dazu die Frage, wie man über das reine Produkt hinaus intelligente Services anbietet, die auch monetarisierbar sind. Die Interaktion mit den Kunden wird immer wichtiger. Smarte und direkte Interaktion ist der neue Standard. Wie kann man aus den Daten sinnvolle Informationen machen und dem Kunden Convenience bieten? Das wird den künftigen Erfolg definieren. Das Management ist jetzt gefordert. Für neue digitale Geschäftsmodelle müssen bestehende Strukturen radikal verändert oder neue Kooperationen, auch mit Startups, oder branchenübergreifende Initiativen initiiert werden. Denn ein Andersdenken bedeutet: Ohne digitale Strategie und Geschäftsmodelle wird es kein Wachstum und keine neuen Marktanteile mehr geben.

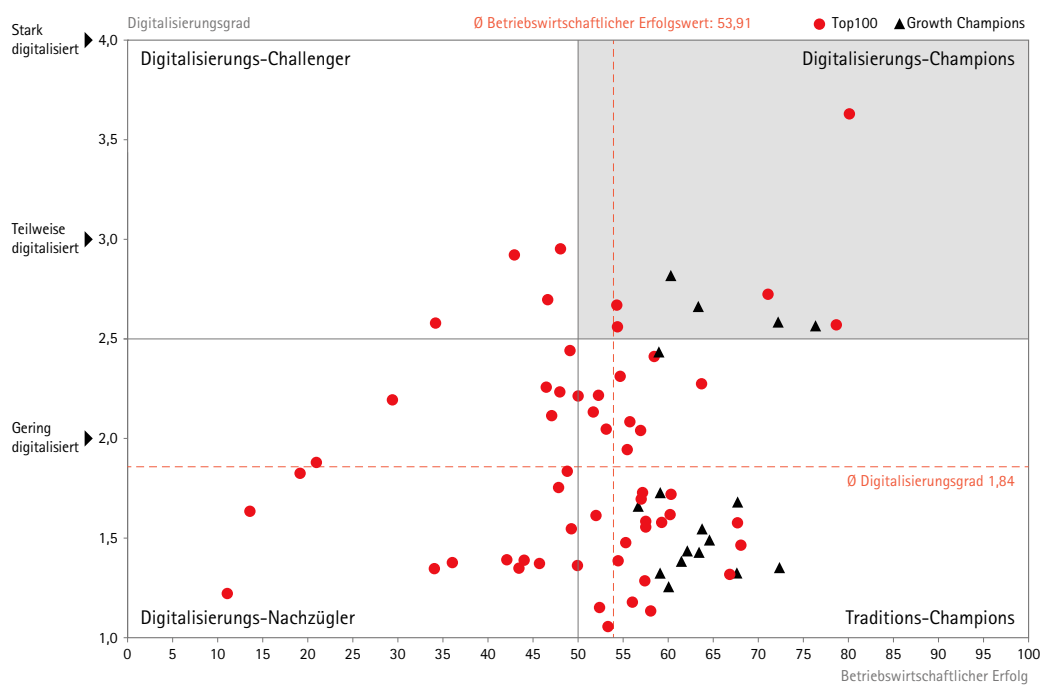


Ohne digitale Strategie und Geschäftsmodelle wird es kein Wachstum und keine neuen Marktanteile mehr geben.

Klaus Malle



Betriebswirtschaftlicher Erfolg und Digitalisierungsgrad der Top100



Hintergründe & Splitter zu den Zertifikate Awards Austria 2015



Bild vom Zertifikate-Jahresauftakt: Michael Bohnenstingl (Wiener Börse AG), Christoph Burgstaller (FMA), Georg Zinner (OeKB), Martina Beran (ZFA), Thomas Wulf (EUSIPA), Wilhelm Celeda (ZFA-Aufsichtsrat, RCB), Heike Arbter (ZFA-Vorstand, RCB), Frank Weingarts (ZFA-Vorstand, UniCredit), Christian Drastil (Börse Social Network), Harald Seisenbacher (OeKB), Markus Bunk (Bankwissenschaftliche Gesellschaft), Claudia Ivanov-Huber (Erste Group), Hubertus Hecht (OeKB), Markus Kaller (ZFA-Vorstand, Erste Group), Markus Dworak (Bank Austria), Bernhard Grabmayr (Scholdan).



Über die Bedeutung des ZFA-Awards

Die Verleihung der Zertifikate Awards ist nicht nur ein Freudenfest für die Sieger, sondern liefert auch Mehrwert für den Markt. Denn die Auszeichnungen in vielen Kategorien bieten Orientierung in einem sehr großen und sehr differenzierten Angebot, durch das sich die Zertifikate-Landschaft auszeichnet. Sowohl Berater als auch Kunden erhalten durch die unabhängige Jury wertvolle Hinweise, welche Produkte besonders gefallen haben.

Für die Emittenten ist der Award der Höhepunkt des Jahres. Es ist für die Teams der einzelnen Häuser wichtig, an diesem Abend mit einem Preis, mit der Anerkennung von kompetenter Seite, im harten Wettbewerb Erster zu sein, nach Hause gehen zu können.

Heike Arbter

Vorsitzende des Vorstandes, Zertifikate Forum Austria

„ Herr Johanning, im Rahmen des Zertifikate Kongress Austria 2015 fand das Panel ‚Zukunft des Wertpapiergeschäfts: Transparenzstandards, FinTech und Regulierung‘ unter Ihrer Leitung statt. Was ist für Sie dabei hervorzuheben? Bitte um Ihre Meinung und Stichworte zum Impulsreferat am Vormittag ...

Regulatorische Herausforderungen



Die Wertpapierbranche steht mit der Umsetzung der Mifid und der PRIIPs-Verordnung vor weiteren regulatorischen Herausforderungen. Im Rahmen der PRIIPs-Verordnung sollen von den Anbietern ab 2016 europaweit einheitliche Produktinformationsblätter (Key Information Document = KID) für gepackte Anlageprodukte wie Zertifikate, Fonds und Lebensversicherung herausgegeben werden. Diese KIDs enthalten u.a. Informationen zum Risiko, der Liquidität und den Kosten der Produkte.

Risiko: Neben einer verbalen Risikobeschreibung soll für alle Anlageprodukte ein Risikoindikator angegeben werden. Die Herausforderung besteht dabei darin, für die verschiedenen Produkte mit ganz unterschiedlichen Laufzeiten und Zielgruppen eine einheitliche, genaue und zugleich anwendbare Lösung zu finden. Mit den quantitativen Risikomodelle, wie sie bereits von DDV- und ZFA-Emittenten in Form des VaR-Modell angewendet werden, lässt sich grundsätzlich das ganze Produktspektrum abdecken; nur geringfügige Anpassungen wären notwendig.

Bei der Kostentransparenz geht es nicht nur um die bereits bei der Mifid erfassten Vertriebsprovisionen, sondern auch um die Emittentenmargen bei strukturierten Produkten, beispielsweise Transaktionskosten bei Fonds. Der im deutschen Zertifikatemarkt bereits angewendete IEV (Issuer Estimated Value) beinhaltet bereits eine sachgerechte Schätzung der Emittentenmarge.

Durch selbstregulatorische Maßnahmen haben die Zertifikateanleger seit Jahren die Möglichkeit, sich umfassend über die wesentlichen Produkteigenschaften zu informieren. Die seit Jahren eingeführten und erprobten Transparenzstandards haben Vorbildcharakter und bereichern auf sehr konstruktive Art und Weise den aktuellen Diskussionsprozess um die Umsetzung der PRIIPs-Regulierung im Level II-Verfahren.

Lutz Johanning

Lehrstuhl für Empirische Kapitalmarktforschung, WHU – Otto Beisheim School of Management

„ Herr Vollmuth, Sie führten im Rahmen des Zertifikate Kongress Austria 2015 die Podiumsdiskussion ‚Wie sieht das Zertifikategeschäft der Zukunft aus?‘ Was ist für Sie in diesem Zusammenhang hervorzuheben? Ihre Meinung dazu? Dazu bitte Stichworte zum Impulsreferat am Vormittag ...

Zertifikate-Zukunft – Standards zählen



Wer einen Blick in die Zukunft wirft und überlegt, was die Zertifikatebranche maßgeblich prägen wird, der kommt an Standards für mehr Transparenz und Vergleichbarkeit nicht vorbei. Und zwar gilt dies nicht nur für strukturierte Wertpapiere, sondern letztlich für alle Finanzprodukte, in die Privatanleger investieren. Ob und inwieweit die Produktanbieter dabei regulatorische Vorgaben mit beeinflussen können, das liegt auch an ihrer Bereitschaft, sich freiwilligen, strengen Standards zu unterwerfen.

Branchenstandards für strukturierte Wertpapiere zu setzen, zählt daher zu den Kernaufgaben des Deutschen Derivate Verbands (DDV). Mit der Derivate-Liga als Produktklassifizierung, den einheitlichen Fachbegriffen und nicht zuletzt mit der Risikoeinstufung für Zertifikate wurden viel beachtete Branchenstandards geschaffen.

Ein weiterer Meilenstein war der Ende 2013 verabschiedete neue Fairness-Kodex; die Mitglieder des DDV haben hier mit Blick auf die Produkt- und Kostentransparenz neue Maßstäbe gesetzt. Keine andere Branche zeigt sich gegenüber ihren Kunden so offen. Die freiwilligen neuen Leitlinien für einen verantwortungsvollen Umgang mit dem Kapital und Vertrauen der Anleger senden ein starkes Signal in Richtung europäische Regulierung.

Was die zukünftige Entwicklung der Zertifikatebranche angeht, gibt es bei der Regulierung eine weitere entscheidende Komponente: Immer mehr kommt dabei die internationale Dimension ins Spiel, also das Bemühen um EU-weite Standards. So befassen sich derzeit schätzungsweise mehr als 100 europäische Regulierungsvorhaben mit Finanzmarkt- und Bankenthemen. Welche – auch ungewünschten – Auswirkungen all diese Bestimmungen allerdings besonders auf die nationalen Märkte konkret haben werden, kann man bislang nur vermuten. Hier geht es dem DDV bei der Regulierung nicht um das Ob, sondern um das Wie. Damit keine unnötigen Belastungen für die Zertifikatebranche und die Anleger entstehen, arbeitet der Verband eng mit den anderen Mitgliedern des europäischen Dachverbands EUSIPA zusammen. Gemeinsam setzt er sich mit ihnen dafür ein, dass dabei sinnvolle Standards entstehen und keine übertriebenen Normierungen.

Christian Vollmuth, Geschäftsführer des DDV

Zertifikate als Alternative zur Aktie Und was wurde beim Kongress besprochen?

Ich freue mich, dass ich mit Input des ZFA – aber in redaktioneller Unabhängigkeit – diese kleine Print-Sonderstrecke beim Award physisch auflegen darf. Ich war bei diesem Award ja schon alles: ideologisch schon vor der Gründung dabei, Jurymitglied, Beirat des Forums und sogar selbst Preisträger. Für den Vierseiter war es mir ein Anliegen, O-Töne einzufangen, denn Fachbroschüren gibt es zuhauf, da leisten die Emittenten hervorragende Arbeit. Zudem werden die Sieger erst am 6. Mai geoutet, also redete ich mit Vortragenden des vorgelagerten Kongresses, Juryverantwortlichen und bat ein breites Spektrum an Menschen um kurze Sager zu Zertifikaten. Einiges wird vielleicht für Kopfschütteln sorgen, aber wenn ein professioneller Investor sagt, Zertifikate wären nichts für richtige Börsianer, dann spricht hier jemand, der halt professionelle Möglichkeiten zur Verfügung hat. Der Private und kleine Institutionelle kann aufgrund seiner Transaktionsgrößen hingegen die eingesetzten Derivate wohl kaum ordern, er braucht die Zertifikateindustrie, die ihm Produkte präsentiert. Und gerade jetzt ist das extrem sinnvoll: Einige Börsen sind durchaus heissgelaufen; man liest aber trotzdem, dass es keine Alternative zur Aktie gibt. Meiner Meinung nach schon: strukturierte Produkte auf Aktien.

Diese Ausgabe wird zwischen Kongress (u.a. mit Stefan Bruckbauer, Chefvolkswirt vom Gastgeber Bank Austria, zu populistischen Parteien) und Award physisch verteilt. Vor dem Award begrüßen Dieter Hengl (Vorstand UniCredit Bank Austria AG) und Wilhelm Celeda (AR-Vorsitz des ZFA) die Galagäste. Finally kürt der moderationsbewährte DDV-Geschäftsführer Lars Brandau die Sieger 2015. Ich werde im Publikum sitzen, bin gespannt, wer gewinnt und gratuliere vorab.

Christian Drastil, Beirat ZFA, Herausgeber Fachhefte



Österreich-Commitment in der Auswahl honoriert

Ein Award, der wohl selbst einen Award für die umfassendsten Jury-Unterlagen gewinnen könnte – das *Fachheft* holte sich bei Juryprozessleiter Christian Scheid und einem Jurymitglied Details.



© Scheid

Herr Scheid, Sie leiten beim Zertifikate Award Austria seit etlichen Jahren den Auswahl- und Juryprozess. Was war die initiale Aufgabenstellung, mit der Sie das Zertifikate Forum konfrontiert hatte?

Christian Scheid: Der Zertifikate Award Austria wurde 2007 vom Zertifikate Forum Austria und seinem Partner, dem *ZertifikateJournal Deutschland*, ins Leben gerufen. Ziel war es, für Anleger einen hilfreichen Wegweiser durch die österreichischen Zertifikate-Branche zu schaffen. Der Markt für strukturierte Produkte erfreute sich damals nämlich nicht nur immer größerer Beliebtheit, sondern wurde wegen der stark wachsenden Vielfalt der intelligenten Produktkonzepte gleichzeitig auch immer unübersichtlicher. Gleichzeitig sollte der Zertifikate Award Austria eine führende Auszeichnung für die besten Anbieter und Produkte im österreichischen Markt für Retail-Zertifikate sein. Schon bei den Nominierungen zu den einzelnen Kategorien wird daher besonders großer Wert darauf gelegt, Emittenten auszuwählen, die ein hohes ‚Commitment‘ zum österreichischen Markt zeigen, sprich: Die einzelnen Häuser sollten die heimische Branche aktiv mitgestalten und von Anlegern in Österreich wahrgenommen werden.

Wie hat sich die Anzahl der Kategorien und Nominierten über die Jahre verändert?

Schaue ich auf das Jahr 2007 zurück, hat sich eigentlich gar nicht so viel verändert. Schon damals gab es wichtige Einzelkategorien wie ‚Info & Service‘, ‚Kapitalschutz‘ und ‚Hebelprodukte‘. Die wichtigste Änderung wurde im Jahr 2012 umgesetzt, als die Kategorie ‚Österreich-Produkt des Jahres‘ erstmals in die Gesamtwertung eingerechnet wurde. Damit sollte der Österreich-Charakter der Awards noch mehr hervorgehoben werden. Ebenfalls seit Anfang an vergeben wird der begehrte Publikumspreis; hier können Anleger und Leser der Partnermedien entscheiden, wer ihrer Meinung nach den Titel ‚Zertifikate-Haus des Jahres‘ verdient hat.

Wie schafft man es in die Auswahl bei einer Kategorie?

Auf der Grundlage aller Emittenten, die bei der OeKB registriert sind, werden pro Kategorie je einige Emittenten für das Jury-Votum nominiert. Die Nominierung erfolgt vor allem auf der Basis von Eigenangaben der Emit-

tenten für jede Kategorie. Die nominierten Emittenten werden für jede Kategorie in diesen Wahlunterlagen vorgestellt. Hier fließen sowohl Eigenangaben der Emittenten als auch Informationen des *ZertifikateJournals* ein. Diese Angaben sollen den Juroren bei ihrer Entscheidungsfindung helfen.

Traditionell im Mai werden die Preise an die Sieger überreicht. Wann beginnen Sie mit den Vorarbeiten? Wie läuft das Step by Step ab?

Der Startschuss in der Regel im Jänner mit dem Kick-off-Meeting des Zertifikate Forum Austria. Hier trifft sich der Vorstand, um Termine, Regelwerk und Jury festzulegen. Direkt im Anschluss beginnen die Vorarbeiten. Zunächst werden Jury und Emittenten über den zeitlichen Ablauf informiert. Anfang März werden die Fragebögen an die Emittenten verschickt. Hier können die Banken ausführliche Angaben zu ihren Stärken und Schwächen machen und die aus ihrer Sicht wichtigsten Zertifikate nominieren; dafür haben sie rund drei Wochen Zeit. Anschließend erfolgt die Auswertung der Fragebögen. Zudem werden die Nominierungen für die einzelnen Kategorien festgelegt. Im Anschluss daran kommt die Jury zum Einsatz. Damit sie ihre Entscheidungen treffen können, erhalten die Juroren umfangreiches Informationsmaterial. Bei der Entscheidung ist jedes Jurymitglied angehalten, sich eine eigene Meinung zu bilden und unvoreingenommen und selbstständig ein Urteil zu fällen. In jeder Jury-Kategorie vergibt jeder Juror 6 Wertungspunkte: 3 Punkte für den seiner Meinung nach besten Emittenten, 2 Punkte für den seiner Meinung nach zweitbesten Emittenten und 1 Punkt für den seiner Meinung nach drittbesten Emittenten. In jeder Kategorie darf jede Punktzahl nur einmal vergeben werden. Es ist also beispielsweise nicht möglich, 2 Emittenten auf den 1. Platz zu setzen. Wiederum etwa drei Wochen später stehen die Ergebnisse fest.

Neben der Tatsache, dass es der ‚Austria‘-Award ist: Wie hebt sich der Preis von anderen Zertifikate-Awards ab?

Einzigartig im Award-Bereich ist sicherlich der ‚Prüfstempel‘ von dritter Seite: Die Objektivität und Unabhängigkeit des Evaluierungsprozesses beim Zertifikate Award Austria 2007 wurde seit Beginn an von renommierten Wirtschaftsprüfungsgesellschaften geprüft und bestätigt. Anfangs fungierte hier KPMG als Partner, inzwischen ist EY (früher: Ernst & Young) an diese Stelle gerückt.

Welches Feedback bekommen Sie von den Emittenten?

Die Unabhängigkeit und Neutralität des Awards wird eigentlich am meisten gelobt. Zudem gefällt den Emittenten der ausgeklügelte Evaluierungsprozess. Auf der anderen Seite ‚beschweren‘ sich die Emittenten-Vertreter manchmal auch über die viele Arbeit, die der Fragebogen jedes Jahr macht. Natürlich ist das nicht ganz ernst gemeint ...

Und von den Jurymitgliedern?

Die Jury ist vor allem dankbar darüber, dass sie zu den Nominierten in jeder Kategorie umfangreiches Informationsmaterial – 40 bis 50 Seiten – erhält. Schließlich wird ihnen damit der Entscheidungsprozess erheblich erleichtert.

Wer setzt fest, wer in der Jury ist?

Über die Zusammensetzung der Jury entscheidet letztlich der Vorstand des Zertifikate Forum Austria. Über Vorschläge sind wir aber immer dankbar! Dieses Jahr sind

erstmalig 20 Mitglieder dabei: Asset Manager, Retail-Banker, Vertreter von Online-Brokern und Finanzjournalisten beurteilen die Qualität der Serviceleistungen und Anlagekonzepte der Emittenten, die auf dem österreichischen Markt tätig sind.

Abschliessend: Was gefällt Ihnen an den Produkten der Zertifikateindustrie bzw. haben Sie auch einen Wunsch an die Industrie?

Mir gefällt am besten, dass sich mittels Zertifikaten jede Marktmeinung umsetzen lässt. Je nachdem, ob ich steigende, stagnierende oder fallende Kurse erwarte: Für jedes Szenario gibt es das passende Produkt. Insbesondere in zähen Seitwärtsmärkten können Zertifikate eine gute Alternative zu Direktinvestments wie Aktien sein. Wenn ich einen Wunsch frei hätte, würde ich mir – so verwunderlich das jetzt angesichts mehr als einer Millionen zur Verfügung stehender Produkte auch sein mag – eine noch größere Zertifikate-Auswahl wünschen. Insbesondere bei exotischeren Märkten fehlt noch die eine oder andere Investitionsmöglichkeit.

Über Christian Scheid:

Christian Scheid ist seit rund 17 Jahren als Wirtschafts- und Finanzjournalist tätig, davon seit circa neun Jahren als freier Autor. Aktuell schreibt er für mehrere deutschsprachige Fachmagazine und -zeitungen in den Bereichen Aktien und Zertifikate, darunter Börse Online, Capital, Euro am Sonntag, Börsen-Kurier und Zertifikate // Austria. Per 1. Juli 2014 kehrte er zudem zum ZertifikateJournal (ZJ) zurück, wo er bis Ende 2009 schon einmal tätig war und die damalige Österreich-Ausgabe des ZJ verantwortete. Den Zertifikate Award Austria begleitet er seit 2007 – anfangs als Jury-Mitglied, seit 2010 als Organisator des Abstimmungsprozesses und Ansprechpartner für Jury und Emittenten.



© Plos

... und Herr Plos, die Frage an Sie als Jurymitglied. Wie viel Zeit nimmt die Beurteilung in Anspruch?

Michael Plos, Börse Express: Das ist schwer zu sagen. Unmittelbar ist die Bewertung in einer guten Stunde erledigt. Mittelbar kann man sagen, dass die Beurteilung ein ganzes Jahr dauert.

Wie das? Was ist das Herausfordernde?

Als Jurymitglied ist man zu einer gewissen Subjektivität gezwungen. Das ist wichtig und dessen sollte man sich auch bewusst sein. Denn logischerweise sollte man seine Beurteilungen davon abhängig machen, welche Eindrücke man in den letzten zwölf Monaten von den Emittenten gesammelt hat. Die erstklassigen Jury-Unterlagen strotzen nur so vor Zahlen, Daten und Fakten. Doch davon darf man sich nicht zu sehr ablenken lassen. Das ist zumindest mein Anspruch an mich selbst. Eine Ausnahme sind freilich Kategorien wie das ‚Österreich-Zertifikat des Jahres‘. Hier muss man sich natürlich intensiv mit den einzelnen Produkten auseinandersetzen und diese miteinander vergleichen (das führt auch zur Beurteilungszeit von mehr als einer Stunde). Logischerweise urteilt man dann aber auch hier subjektiv. In einem Satz: Man sollte die Subjektivität der eigenen Beurteilung annehmen.



Einzigartig bei diesem Award ist sicherlich der Prüfstempel von dritter Seite. Das unterstreicht Objektivität und Unabhängigkeit.

Christian Scheid



Status quo aus dem ZFA und O-Töne zu Zertifikaten

Das Q1 bestätigt die Trendumkehr in Österreichs Zertifikatebranche. Der Anteil der Garantie- und Zinsprodukte geht zurück, dafür wird viel mehr gehandelt, Teilschutz- und Hebelprodukte legen zu. Fazit: Österreich gleicht sich internationalen Standards an.

Gute Nachrichten für Zertifikate gibt es seitens der Wiener Börse in zweifacher Form; dies fasste ZFA-Vorstandsmitglied Markus Kaller (Erste Group) für den jüngsten Newsletter des ZFA zusammen: Im 1. Quartal 2015 sind sowohl die Zahl der gelisteten Zertifikate als auch die Handelsumsätze signifikant gestiegen. Von Jahresende 2014 bis März wurden um 906 Zertifikate mehr in den Handel eingeführt (jetzt sind es 6.680). Das ist eine Steigerung um knappe 20 Prozent. Der Börsenumsatz mit Zertifikaten stieg von 139,1 Mio. auf 185,3 Mio., also eine Steigerung um ein sattes Drittel. Und gute Nachrichten würde es auch von der Gewinnentwicklung bei den österreichischen Unternehmen geben: Die Kurse könnten nicht nur aufgrund hoher und billiger Liquidität steigen. Auch die Gewinne der Unternehmen können im Jahr 2015 ein Kurstreiber sein. Nach Analystenschätzung werden die Unternehmensgewinne der ATX-Unternehmen deutlich ansteigen. Wer aber die möglichen unkalkulierbaren Risiken bedenkt, kann vom Aufwärtstrend der Aktienbörsen mit Bonus-Zertifikaten oder Aktienanleihen gut geschützt profitieren. „The trend is your friend“ – und das Zertifikat kann schützen, wenn der Trend bricht.

Im Detail: Marktbericht März 2015

Wachstum bei Teilschutz- und Hebelprodukten
 • Lebhafter Handel steigert Umsätze um 7,9 Prozent auf 190 Millionen Euro.
 • Teilschutzprodukte legen um 1,7 Prozent, Hebelprodukte um 13,9 Prozent zu.
 • Garantie-Zertifikate und Zinsprodukte verlieren um 1,1 bzw. 1,2 Prozent.
 Per Ende März beträgt das Gesamtvolumen des österreichischen Zertifikatemarkts 11,8 Milliarden Euro, das ist im direkten Vergleich zum Vormonat ein Rückgang um 1,1 Prozent bzw. 130 Millionen Euro. Der Rückgang ist einzig auf Garantie-Zertifikate und Zinsprodukte zurückzuführen, die im aktuellen Niedrigzinsumfeld wenig nachgefragt werden. Teilschutzprodukte setzen ihr anhaltendes Volumenswachstum fort, und Hebelprodukte sind weiter attraktiv. Die Handelstätigkeit steigt weiter, im März legt der Umsatz um 7,9 Prozent auf 190 Millionen Euro zu.

Volumen des österreichischen Zertifikatemarktes in den vergangenen 12 Monaten in Mrd. Euro (Grafik 1)

Open Interest exkl. Zinsprodukte der fünf ZFA-Mitglieder

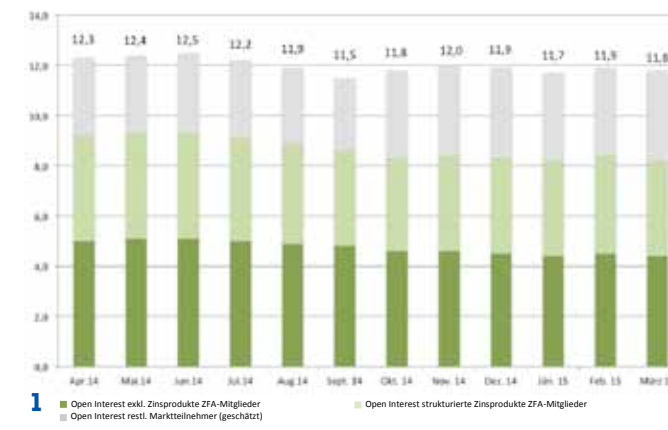
Der Open Interest der Zertifikate exkl. Zinsprodukte (also Garantie-Zertifikate, Teilschutzprodukte und Hebelprodukte) der Mitglieder des ZFA sinkt im März um 1,0 Prozent bzw. 43 Millionen Euro. Garantie-Zertifikate verlieren um 2,2 Prozent, Teilschutzprodukte legen hingegen um 1,7 Prozent zu. Hebelprodukte können einen Zuwachs von 13,9 Prozent verzeichnen. Das Verhältnis Anlageprodukte zu Hebelprodukten bleibt bei 99,4 zu 0,6. Das Gesamtvolumen der Zertifikate exkl. Zinsprodukte beträgt per Ende März 4,4 Milliarden Euro.

Open Interest strukturierter Zinsprodukte der fünf ZFA-Mitglieder (Grafik 2)

Das Volumen strukturierter Zinsprodukte reduziert sich im Vergleich zum Vormonat um 48 Millionen Euro, das sind

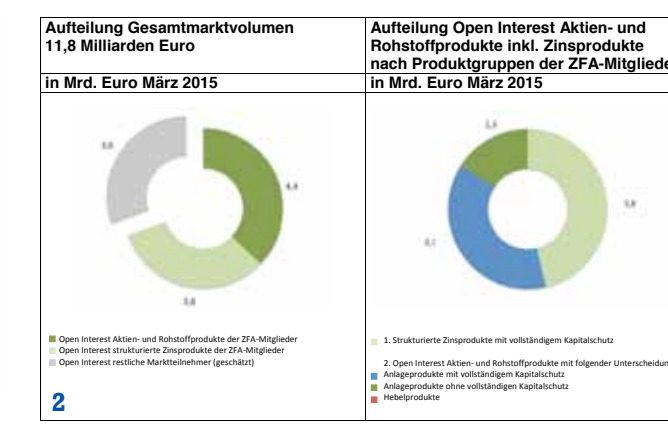
1,2 Prozent. Der Open Interest beträgt per Ende März 3,8 Milliarden Euro.

Aufteilung Open Interest nach Produktgruppen (Grafik 3)

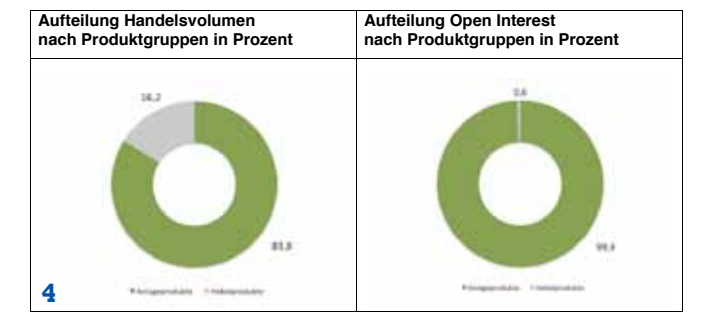


Handelsvolumen legt deutlich zu (Grafik 4)

Im März belebt sich die Handelstätigkeit, so wie schon im Vormonat. Insgesamt werden 190 Millionen Euro in Zertifikaten umgesetzt, ein Umsatzanstieg von 7,9 Prozent.



Kategorie	Anzahl		Open Interest		Open Interest prozentual	
	#	%	TE	%	TE	%
Anlageprodukte mit vollständigen Kapitalschutz	471	7,9%	3.085.656	69,7%	3.051.291	69,4%
Anlageprodukte ohne vollständigen Kapitalschutz	1.922	32,2%	1.314.630	29,7%	1.312.902	29,9%
Zinsprodukte	2.281	40,1%	4.699.254	104,4%	4.384.181	99,3%
Zinsprodukte ohne Knock-Out	2.407	46,3%	17.493	0,4%	18.419	0,4%
Hebelprodukte und Knock-Out	1.167	19,8%	11.048	0,2%	11.052	0,3%
Gesamt	5.997	100,0%	4.428.827	100,0%	4.393.665	100,0%



„Ich setze die Strukturierten, die Strukies, in der Beratung gern ein, weil meine Kunden damit immer ein gut einschätzbares Auszahlungsprofil haben. Nur mit den Strukies kann ich meinen Kunden Chancen in steigenden, seitwärts oder leicht fallenden Märkten bieten; auch kann man kostengünstig von kurzfristigen Marktchancen profitieren.“
Kundenberater einer österreichischen Bank

„Mir fällt es schwer, auf fallende Kurse zu setzen und ich weiss von vielen, denen es genauso geht. Aber ich liebe es, meine grundsätzliche Kaufentscheidung für ein Underlying oder einen Markt teilweise über ein Zertifikat zu spielen, vor allem in volatilen Seitwärtsmärkten.“
Christian Drastil

„Zertifikate sind das Salz der exotischen Finanzmärkte. Größter Berührungspunkt mit Zertifikaten ist bei uns aktuell in Zusammenhang mit der Social-Trading-Plattform Wikifolio. Leider ist über das Emittentenrisiko von Lang & Schwarz, die dahinterstehen, nicht viel bekannt, also auch kein Wert zu CDS, zum Ausfallrisiko beim Emittenten.“
Ulrich W. Hanke, Chefredakteur des digitalen Anlegermagazins boersianer.info

„Zertifikate bieten für Anleger durch ausgeklügelte Mechanismen in Bullen-, Bären- und Seitwärtsmärkten Möglichkeiten zur Renditesteigerung. Rund 6.000 verschiedene strukturierte Produkte sind derzeit an der Wiener Börse handelbar. Ich schätze das Engagement des Zertifikate Forum Austria, die Produktpräsenz von Zertifikaten zu steigern und für Anleger mehr Transparenz zu schaffen. Dies ist ein wesentlicher Beitrag zu einer lebendigen Kapitalmarktkultur in Österreich.“
Birgit Kuras, Vorstand Wiener Börse

„Zertifikate bieten passende Produkte für jede Marktphase und für jede Investmentstrategie. Unsere Leser schätzen die Möglichkeit, schnell und unkompliziert an Produktinformationen zu kommen. Die Leser informieren sich gern über die neuen Angebote und Möglichkeiten in unseren Spezial-Rubriken Zertifikate, OS und KOs.“
Nina Bergmann, finanzen.at

„Hatte zuletzt ein Zertifikat auf Natural Gas, das mir in sehr flexibler Art und Weise von einer Grossbank erstellt wurde. Ich denke, dass die Industrie inzwischen einen sehr hohen Grad an Servicebereitschaft in der Emission von Zertifikaten erreicht hat. Bin beeindruckt über den langen erfolgreichen Run dieser Industrie, auch wenn ich nur hie und da kaufe.“
Wolfgang Matejka, Fondsmanager

„Im aktuellen Umfeld hoher Liquidität in den Märkten kommt man an Investments in Aktien oder Zertifikaten nicht vorbei. Der Vorteil von Zertifikaten ist, dass, sollte der Markt einmal drehen, es fast identische Produkte auch auf fallende Kurse gibt. Im Rahmen der Asset Allokation ermöglichen Zertifikate Anlegern, die eine breite Streuung suchen, ganze Märkte oder Branchen abzubilden. In Phasen hoher Volatilität ermöglichen Indexzertifikate ein ungehebeltes Investment. Wer von einer Seitwärtsbewegung ausgeht, nutzt Discountzertifikate. Dem gegenüber profitiert der Anleger in Bonuszertifikate von leicht fallenden bis unveränderten Kursen, erhält sich aber die Möglichkeit, von steigenden Kursen unbegrenzt zu profitieren. Für welchen Weg der Anleger sich am Ende auch entscheidet, für jede Strategie gibt es passende Zertifikate – ob für institutionelle oder private Investoren.“
Stefan Kratzsch, Corporate Treasury Sales Deutsche Bank AG

„Ich habe alles in der Vergangenheit eingesetzt. Ob Warrants, Zertifikate, gehebelt, ungehebelt bis hin zu CFDs. Nur aktuell bin ich bzgl. meiner Unternehmung seit rund fünf Monaten nicht mehr am Markt. Aber: Sobald die Situation mit meiner Firma so weit auf Schiene ist, werde ich wieder aktiv, denn Derivate sind als Beimischung sehr attraktiv, ich habe sie immer eingesetzt und werde sie auch wieder einsetzen – Voraussetzung ist, dass man das Cash-, Positions- und Riskmanagement nicht aus den Augen verliert! Man kann damit seine Performance optimieren und sich sehr gut gegen etwaige Risiken absichern.“
Stefan Lenhart, Geschäftsführer Mandu Wien Spittelberg

„Bei der Wahl eines Zertifikats achte ich immer auf das Pricing im Verhältnis zum Basispreis. Zertifikate sollte man auch auf die faire Preisstellung überprüfen; nicht immer werden nachvollziehbare Volatilitäten einberechnet. Das ist keine Vorwurf, sondern hängt mit Quotierungsmaschinen zusammen. In Seitwärtsphasen tendiere ich zu Bonuszertifikaten, deren Preis am Aktienkurs liegt.“
Paul Schiefer, Erste Group

„Spannend finde ich Optionsscheine im amerikanischen Stil, weil Gewinnchance und Risiko eher hoch sind und man auch mit kleinem Geld ein bisschen mehr Gewinn machen kann. Da ich aber nicht das Gefühl habe, mich genug auszukennen, habe ich noch nie einen Optionsschein erworben. Jegliche Art von Spekulationen auf Kursschwankungen von Rohstoffen von Grundnahrungsmitteln wie Getreide oder Wasser finde ich hingegen ethisch nicht vertretbar, weil es Menschen gibt, die z.B. bei steigenden Preisen physisch leiden, und da möchte ich nicht der lachende Dritte sein, der dadurch Gewinne einfährt. Fühle mich allgemein nicht als Teil des Zielmarkts für Anlageprodukte, was ich schade finde, weil es sicher genug junge Menschen gäbe, die bereit wären, in geringeren Summen zu investieren, aber man nicht besonders angesprochen wird.“
Gerald Pollak, Sieger der Jugend-Challenge „YPD 2014“ von Servus TV.

„Ich gebe zu, dass ich seit der Laufteam-Kooperation von Tristyle und Börse Social Network/Runplugged immer wieder auch die Geldanlagestories lese. Und dass 20 Bonus-Zertifikate im Zeitraum von 10 Jahren dem Europa-Index mit 30 Prozent Plus vs. glaube ich 3 Prozent trotz Krise die Show stahlen ... Dazu wollte ich mehr wissen.“
Elisabeth Niedereder, 26-fache österreichische Staatsmeisterin im Laufen

„In Zeiten niedriger Zinsen suchen Anleger nach alternativen Anlagemöglichkeiten wie Zertifikate. Mir persönlich gefällt an Zertifikaten vor allem, dass es für jede Markterwartung ein passendes Produkt gibt (man muss es eben nur finden).“
Thomas Müller, Co-Founder, Voola

„Mir war es ein großes Vergnügen, die stürmische Jugendzeit der Zertifikate zu begleiten und zu gestalten. Und nun sind sowohl die Branche als auch die Produkte erwachsen geworden. Nicht mehr ganz so kreativ, so revolutionär und so selbstbewusst wie früher – dafür verlässlicher und nachhaltiger.“
Christian W. Roehl, Gründer und langjähriger Vorstand der ZertifikateJournal AG

„Zertifikate verzerren meiner Meinung nach stark den Markt. Richtige Börsianer würden sich niemals mit einem Zertifikat zufriedengeben, denn sie wollen sich mit dem Investment richtig auseinandersetzen. Ein Zertifikat zu kaufen, ist so wie Cybersex, und wer will das schon?“
Alfred Reisenberger, Valartis

„Das Problem ist ja, dass sich das Zertifikat ob seiner genialen Fähigkeiten selbst im Weg steht: Ob long, ob short, ob Aktie, Index, Rohstoff oder Zins, ob Teilschutz, Kapitalschutz oder Hebel. Es ist universell einsetzbar. Jetzt gehst du mal zu so einem Privatanleger und sagst ihm wahrheitsgemäß: Das Zertifikat kann wirklich alles. Immer. Für jeden. Klingt doch unseriös. Entsprechend glauben viele Leute auch nicht daran. Leider.“
Florian M. Roebbeling, Leiter des Euro Instituts

Wir setzen uns für den Finanzplatz Wien ein:

3 Banken-Generali
Investment-Gesellschaft m.b.H.

