

Digitalisierung und Preisdiskriminierung

Thema

Ein Vermögensverwalter, der sehr klassisch eine vermögende Privatkundschaft betreut, möchte sein Angebot an eine jüngere Zielkundschaft ausweiten. Davon verspricht er sich Wachstum und die häufigere Nachfrage seiner Kunden, nach Lösungen für ihre Nachkommen, zufriedenstellend beantworten zu können. Nicht zuletzt wurde im Erstgespräch genannt, dass die Belastung aus Abwicklung, Beratung und gleichzeitig sinkender Marge, auch im Hinblick auf die Zukunft (u.a. Mifid2), zumindest nicht erhöht wird.

Von einem Überblick zum derzeitigen Markt (FinTech, Robo Advisors), der Analyse seiner aktuellen Position im Markt und seinen Ressourcen ausgehend, sollte eine Digitalisierungs-Strategie entwickelt werden.



Unsere Rolle

Nach einer ausführlichen Analyse der bestehenden Kundenstruktur, der Angebotspalette (auch möglicher externer Partnerschaften zur Angebotserweiterung) und einer Konsensbildung zur Außendarstellung, konnte eine Digitalisierung-Strategie gemeinsam mit dem Kunden konzipiert werden.

Die Wahl bei der Umsetzung fiel auf Standard-Portfolios mit ETFs. Die anzusprechende Zielgruppe informiert sich selbstständig im Internet und hat die positive Medienresonanz zu ETFs schnell verinnerlicht. Mit Standard-Portfolios ist zudem die Vergleichbarkeit öffentlich gegeben. Die Hinzunahme von aktiven Fonds kann zwar zu einer besseren Performance führen, bei einem schlechten Abschneiden fehlen dem Vermögensverwalter – gerade bei einfachen, langfristigen Portfolios - die Argumente. Die Umsetzung mit ETFs ist kosteneffizient, da bis zum Content, eine Automatisierung, auch individuell für den jeweiligen Interessenten, erreicht werden kann. Dem Kunden konnte QAP nicht nur mit der Expertise bei ETF-Auswahl und Zusammenstellung der Standardportfolios helfen. Eine fortlaufende Berechnung und Anpassung ist durch unsere Portfolioberechnungs-Logik (QAP BLIS) ermöglicht.

Eine Kannibalisierung des bestehenden Geschäfts soll durch die vorgeschlagene Preispolitik und eine zielgruppengerechte Ansprache (u.a. Vermögen, Alter, Werte) weitestgehend ausgeschlossen werden. Zu der gewünschten Wachstumsstrategie kann so noch eine optimale Preisdiskriminierung erreicht werden.