

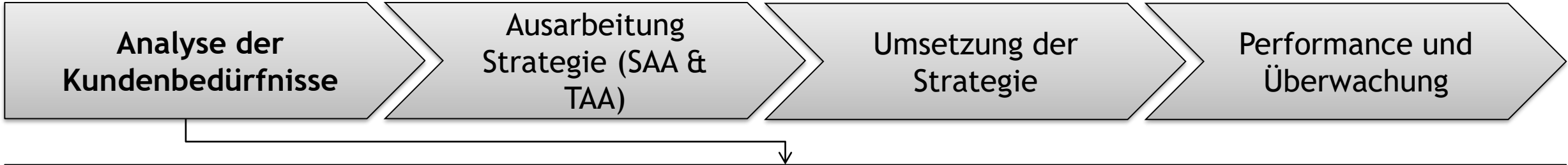


Kundenberatung

Einführung in Strukturierte Produkte

Dr. Benjamin Wilding

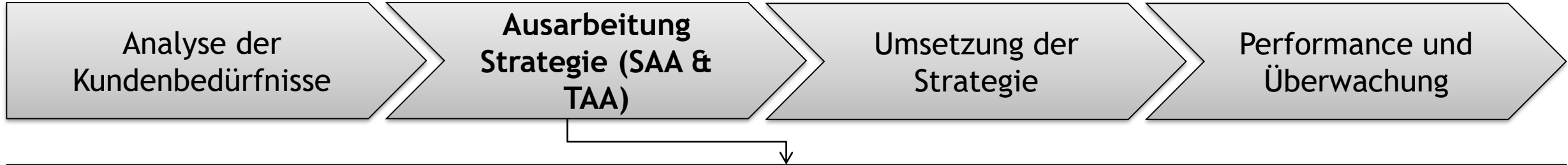
Beratungsprozess Strukturierte Produkte (1)



- Für Anleger ist es bei Strukturierten Produkten sehr wichtig, eine möglichst präzise Erwartung der zukünftigen Entwicklung der Kurse der zugrundeliegenden Basiswerte zu haben, damit sie ihre Wahl auf ihr Risikoprofil abstimmen können.
- Zudem sollte das ausgewählte Produkt in das gesamte Portfolio des Anlegers passen, d.h. es darf nicht das Produkt im Vordergrund stehen, sondern das Produkt muss aufs Portfolio abgestimmt sein.
- Dabei sollten Aspekte wie Diversifikation, Klumpenrisiken bezüglich Basiswerte und Emittenten sowie Markterwartungen des Kunden berücksichtigt werden.

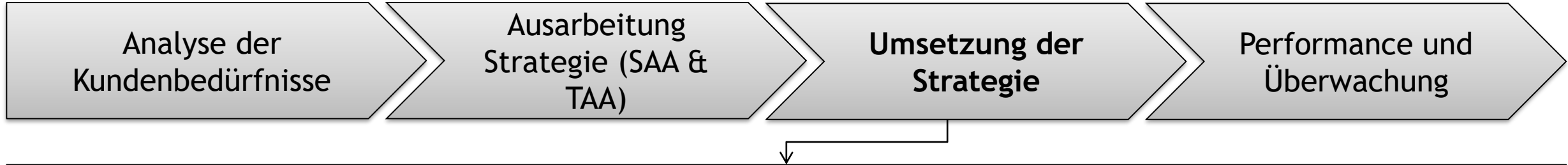
- Grundsätzlich können alle Produkttypen für alle Anleger eingesetzt werden.
- Relevant für die Eignung für einen Kunden ist das Risiko eines Produkts, welches sich durch den Produkttyp sowie den Basiswert ergibt.
 - Kapitalschutzprodukte eignen sich meist als Ersatz für Obligationen, d.h. sie werden der Obligationenquote in der Asset Allocation zugeteilt.
 - Renditeoptimierungs- und Partizipationsprodukte sollten derjenigen Quote zugeteilt werden, die dem Basiswert entspricht, d.h. ein Barrier Reverse Convertible mit Aktientiteln entspricht einem Exposure in Aktien.

Beratungsprozess Strukturierte Produkte (2)



- Strukturierte Produkte eignen sich v.a. als taktisches Instrument (TAA), da sie häufig eine kurze Laufzeit aufweisen und mit ihnen spezifische Marktsituationen ausgenutzt werden können.

Beratungsprozess Strukturierte Produkte (3)



- Primär- und Sekundärmarktangebot
- Massgeschneiderte Produkte
- Ablauf einer Produktwahl
- Aufbau des Produktdatenblatts

Primär- und Sekundärmarktangebot

- Primärmarkt:
 - Neuemission
 - Rücknahme verfallener Wertpapiere
 - Bei Strukturierten Produkten, die am Primärmarkt gehandelt werden, ist der Emittent für den Preis verantwortlich.
- Sekundärmarkt:
 - Börslicher und ausserbörslicher Wertpapierhandel
 - Die Liquidität im Handel wird meist über einen Market Maker sichergestellt.

Massgeschneiderte Produkte

- Produkte, welche für den Kunden massgeschneidert sind.
- Kunde kann - ab einem gewissen Produktvolumen - folgende Produktspezifikationen selbst bestimmen:
 - Laufzeit
 - Produkttyp
 - Basiswerte
 - Barriere
- Dadurch können Produkte entwickelt werden, welche exakt ins Portfolio des Kunden passen und welche exakt seinen Wünschen entsprechen.

Ablauf einer Produktwahl (1)

1. Basiswert

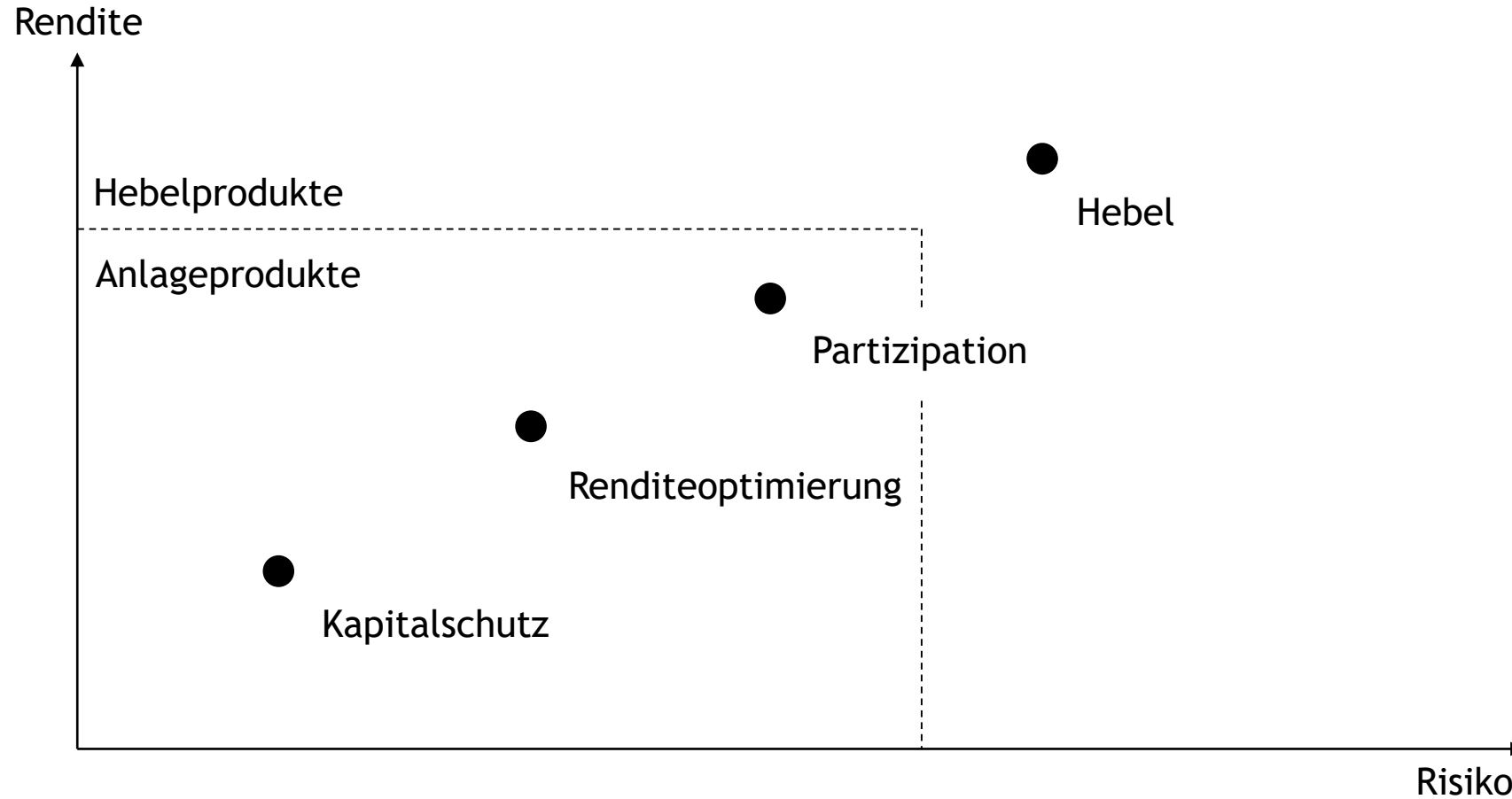
- Würde ich den Basiswert kaufen?
- Passt der Basiswert in mein Portfolio?

2. Markterwartung und Risikoneigung:

- Welche Erwartung habe ich bezüglich des Basiswertes?
- Wie viel Risiko möchte ich eingehen?

Ablauf einer Produktwahl (2)

2. Markterwartung und Risikoneigung (Fortsetzung):



Ablauf einer Produktwahl (3)

3. Emittent:

- Wer garantiert die Rückzahlung?
- Wie hoch ist das Gegenparteirisiko des Emittenten?

4. Laufzeit & Währung:

- Hat das Produkt eine für mich geeignete Laufzeit?
- Auf welche Währung lautet das Produkt?

5. Auszahlungsprofil und Kursverlauf

- Verstehe ich den Mechanismus des Produkts?
- Weiss ich, wie sich der Kurs des Produkts voraussichtlich verändern wird, falls sich der Kurs des Basiswertes oder die Volatilität verändert?
- Was geschieht am Ende der Laufzeit mit dem Produkt (Lieferung des Basiswerts)?

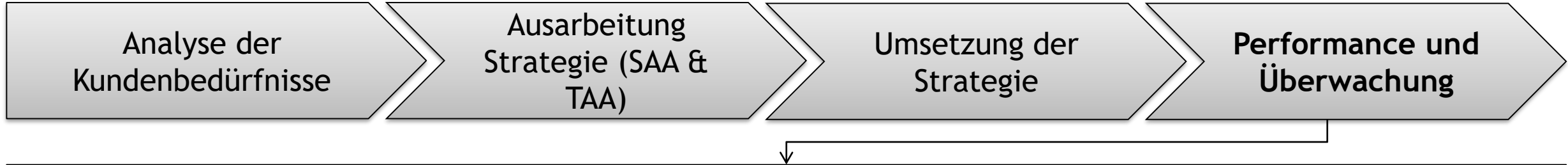
6. Steuerfolgen:

- Welche steuerlichen Folgen bringt das Produkt mit sich?

Aufbau des Produktdatenblatts

- **Produktbeschreibung** (Markterwartung des Anlegers & Beschreibung des Produkts)
 - **Informationen zum Basiswert**
 - **Produktdetails** (Valorenummer, Ausgabepreis, Emissionsvolumen, Couponzahlung etc.)
 - **Daten** (Zeichnungsschluss, erster Börsenhandelstag etc.)
 - **Rückzahlung** (Anfangslevel (offizieller Schlusskurs des Basiswertes bei Fixierung), Endlevel (offizieller Schlusskurs des Basiswertes bei Verfall))
 - **Generelle Informationen** (Emittent, Berechnungsstelle, TER, Kotierung, Sekundärmarkt, Abwicklungsart, Clearing, Anwendbares Recht (Steuern) etc.)

Beratungsprozess Strukturierte Produkte (4)



- Während der Laufzeit eines Produkts werden von Banken umfassende Services und Beratungen wie z.B. die Handelbarkeit im Sekundärmarkt und die aktive Betreuung der Anlagen angeboten.