Pressebeleg

Medium: Stocks
Datum: 16.04.2010
Autor: Wolfgang Hagl

« Aufschwung weckt Begehrlichkeiten »

Von Konsolidierung keine Spur: Mit Barclays Capital baut ein weiterer Anbieter seine Aktivitäten im Schweizer Markt aus.

Frühlingserwachen auf dem Markt für Strukturierte Produkte: Im März lagen die Umsätze an der Derivatbörse Scoach erstmals seit vergangenem November über der Marke von 3,5 Milliarden Franken (siehe Grafik). Gegenüber März 2009 zog das Geschäft damit um ein Viertel an. Auch die Quartalsbilanz kann sich sehen lassen: In den ersten drei Monaten lagen die Umsätze mit Anlageprodukten und Warrants um knapp 13 Prozent über dem Vorjahreszeitraum.

Das weckt Begehrlichkeiten: Immer mehr internationale Geldhäuser drängen in den – laut aktueller SNB-Statistik 240 Milliarden Franken schweren – Schweizer Markt. Bereits im Herbst vergangenen Jahres kündigten Commerzbank und Morgan Stanley eine Expansion an. Während das US-Institut mit lediglich sechs kotierten Produkten noch auf Sparflamme fährt, handeln die Deutschen derzeit mehr als 200 Anlagevehikel an der Scoach. Anders als von so manchen Konkurrenten vermutet oder vielleicht sogar erhofft, führt auch die Übernahme von Sal. Oppenheim durch die Deutsche Bank nicht zu einer Konsolidierung im Zertifikatebereich. Die frühere Privatbank bleibt unter dem Dach der australischen Macquarie dem Schweizer «Struki»-Geschäft treu (siehe dazu Seite 33).

Ein grösseres Stück vom Kuchen verspricht sich auch Barclays Capital. Anfang Monat schlossen sich die Briten dem Schweizerischen Verband für Strukturierte Produkte (SVSP) an. Damit zählt die Interessengemeinschaft mittlerweile 20 Mitglieder – davon sind neun ausserhalb der Schweiz beheimatet. «Der Finanzplatz Schweiz ist bei der Vermögensverwaltung weltweit für uns ein Schlüsselmarkt», begründet Barclays-Vertriebsmanager Peter Pilavachi den SVSP-Beitritt. Schon seit längerem verkaufen die Briten Strukturierte Produkte an grosse Kunden im Private Banking. «Neu ist, dass wir jetzt auch Retail-Investoren über die Schweizer Börse innovative Lösungen anbieten», erklärt Pilavachi. An der Scoach ist Barclays bis dato mit etwa 50 Derivaten vertreten.

Was die Produktkategorien angeht, legt sich der Manager nicht fest: «Unser Angebot erstreckt sich über alle Anlageklassen.» Als globale Investment-Bank verfüge Barclays über «immense Ressourcen». Im Gespräch mit Stocks nennt Pilavachi als Beispiel das hauseigene Research. «Me too»-Produkte sollen nach Möglichkeit jedenfalls vermieden werden. «Viele Anbieter im Schweizer Markt konzentrieren sich auf standardisierte Ideen», stellt der 37-Jährige fest. Sein Haus möchte sich beispielsweise mit Rohstoff-Strategien abheben: «Hier wollen wir den Retailkunden Produkte anbieten, die bisher grossen institutionellen Adressen vorbehalten waren.»

Mit der jüngsten zur Zeichnung angebotenen Emission setzt die Emittentin gleichwohl auf den Puls der Zeit. Am 15. April starteten zwei Kapitalschutz-Produkte zum Thema «Saubere Energie» in den Handel an der Schweizer Börse. Sie basieren auf dem «S&P Global Clean Energy Daily Risk Index». Angesichts der Flut von Öko-Produkten muss sich erst zeigen, ob Barclays damit der grosse Wurf gelingen wird. Auf ein Ziel hinsichtlich des Marktanteils im Schweizer Markt lässt sich Peter Pilavachi ohnehin nicht festlegen. «Wir wollen für unsere Kunden relevant sein», sagt der seit November für Barclays arbeitende Derivat-Experte. Als Wettbewerbsvorteil nennt er die Tatsache, dass Barclays zu jenen gehöre, die am besten durch die Krise gesteuert seien. «Unsere Marke ist so stark wie immer.» Was die Bonität anbelangt, brauchen sich die Briten jedenfalls nicht zu verstecken. Moodys stuft Barclays derzeit mit «Aa3» ein. Damit steht das Institut in einer Reihe mit Julius Bär, Commerzbank, Deutscher Bank und UBS. Abgesehen von der ZKB schneiden innerhalb des SVSP lediglich Credit Suisse (und damit auch Clariden Leu) sowie die Société Générale besser ab.

Ob und wie stark Barclays bei heimischen Anlegern Frühlingsgefühle weckt, wird sich letztlich an der Innovationskraft entscheiden. Pilavachi nennt ein weiteres Kriterium für die zehn Mitarbeiter starke Mannschaft in Zürich: «Kundenservice ist die Grundlage für den Erfolg.»

Fast die Hälfte derVerbandsmitglieder sind Ausländer.

Aufgeblüht Der Handel mit Strukturierten Produkten treibt wieder deutlich mehr als nur zarte Knospen.