

# Geschäftsmodell Türöffner

Eine wachsende Zahl von Fondsconsultants unterstützt ausländische Anbieter beim Einstieg in den heimischen und andere europäische Märkte.



Placement Agents oder Fondsconsultants erledigen für Asset Manager in neuen Märkten die gezielte Investorenansprache und bieten im Bedarfsfall eine Rundum-Betreuung.

**W**enn sich am 9. und 10. März 2011 die Fondsbranche in Wien zum FONDS professionell KONGRESS einfindet, werden sich neben den etablierten Ausstellern auch eine Reihe neuer Gesellschaften dem Fachpublikum präsentieren. Denn Jahr für Jahr wagen mehr internationale Fondsanbieter den Sprung auf den österreichischen Markt, dessen Potenziale sie geradezu magisch anziehen. Wien ist ein guter Spiegel dieser Entwicklung und für viele Neulinge die beste Gelegenheit, wichtige Kontakte für ihre künftigen Geschäftserfolge zu knüpfen. Es ist schließlich ein langwieriges und kostspieliges Unterfangen, sich in einem neuen Land erfolgreich zu positionieren. An genau dieser Stelle setzen auch sogenannte Placement Agents oder Fondsconsultants an. Sie erledigen für Asset Manager in neuen Märkten die gezielte Investorenansprache. Ihre Kunden sind überwiegend Boutiquemanager, aber auch größere Häuser, die in den betreffenden Märkten über keiner-

lei Erfahrung verfügen. Mit ihrem Kontaktnetz und ihrer Infrastruktur können die Consultants die Anlaufkosten für ihre Kunden in neuen Märkten reduzieren. Dabei geht die Breite der angebotenen Dienstleistungen meist weit über die Aufklärung der Marktgegebenheiten und den reinen Vertrieb hinaus. Die Palette der Hilfestellungen reicht je nach Consultant von der Zulassung der Produkte, ihrer Registrierung bei Datenbanken und auf Plattformen über das After-Sales bis hin zum Marketing und der Pressearbeit (siehe Kasten Seite 154).

## Konkurrenzdruck

„Wir übernehmen für unsere Kunden in der Regel den kompletten Markteintritt“, erklärt Philipp Prömm, Vorstand und Partner der 2003 gegründeten Fundmatrix AG, die bis heute damit wirbt, Deutschlands erster unabhängiger Fullservice-Fondsdistribeut zu sein. Funktionieren, so der Vertriebsprofi, könne das natürlich nur bei Produkten, die

sich von der Masse abheben. Gute Fonds kämen vor allem von kleinen Spezialisten. Anfangen haben die Frankfurter mit den Fonds von Wolfgang Meyr und der VCH Investment Group, wie sie selbst Teil der Angermeyer, Brumm und Lange Gruppe. Die Zeiten, da Fundmatrix den Markt quasi allein beackerte, sind allerdings vorbei. In den vergangenen Jahren haben zahlreiche „Nachahmer“ (Prömm) die Geschäftsidee für unterschiedliche Kundengruppen und Zielmärkte aufgegriffen, entsprechend hoch sind die Dichte und der Wettbewerbsdruck. Das Gros ist auf das institutionelle Geschäft fokussiert, eine wachsende Zahl ist jedoch im Wholesale unterwegs, wo die Grenzen verschwimmen (siehe Übersicht Seite 156). Ein typisches People Business, das größtenteils auf Empfehlungen und langjährigen Kontakten basiert. Daher rekrutieren sich die Consultants oder Placement Agents überwiegend aus ehemaligen Sales-Leuten oder aus Dachfondsmanagern, die mit der Auswahl von Managementtalenten befasst waren und mit einem guten Netzwerk und belastbaren Vertriebskontakten in die berufliche Unabhängigkeit gestartet sind.

Dazu zählt Philip Kalus, der bis 2004 im Institutional Sales bei Aberdeen Asset Management tätig war und heute Managing Partner von Accelerando Associates ist, wo man auch in Südeuropa – insbesondere Spanien – Hilfestellung beim Markteintritt bietet, derzeit unter anderem für namhafte Adressen wie Acatis Investments, Metzler Asset Management und Kathrein & Co. Seit Sommer betreut Accelerando auch Brown Advisory, ein auf die USA spezialisiertes Investmenthaus, das in Deutschland Fuß fassen möchte und mit 19 Milliarden US-Dollar Assets under Management nicht gerade zu den kleinen Playern zählt. „Wir legen den Schwerpunkt bewusst auf Mainstream-Assetklassen. Reine Satellitenprodukte bergen für viele unserer Investoren zu große Risiken“, erklärt Kalus. Zudem habe ihre Bereitschaft, kleine Fonds zu unterstützen, ohnehin nachgelassen. „Es ist definitiv schwieriger geworden“, stößt Philipp Prömm ins gleiche Horn. Die Investoren seien in erster Linie nur



Philipp Prömm, Fundmatrix: „Es ist definitiv schwieriger geworden.“

noch an großen Namen interessiert. „Zudem haben viele Banken ihr Fondsresearch halbiert und schauen sich weniger Produkte an. Wichtiger denn je sind deshalb gute Beziehungen zu den Entscheidern“, so Prömm weiter. Derzeit umfasst das Fundmatrix-Team drei Mitarbeiter, zur Hochzeit 2007 war man noch zu sechst. Ein Lied davon singen kann auch Bob Torkelund, der seit 2006 von Luxemburg aus Hedgefonds und Non-Regulated Funds berät und gegebenenfalls als deren Resident Director agiert. In der Finanzkrise hat er sieben seiner zehn Kunden verloren. „Mittlerweile steigt der Risikoappetit der Investoren aber wieder“, gibt sich Torkelund optimistisch, der einst European und Global Sales Director für Threadneedle und Griffin war. Allerdings, räumt er ein, gebe es zu viele gute Produkte am Markt. „Der Markt ist härter und fordernder geworden“, sagt Philip Kalus, der mit Blick auf die Serviceanforderungen der Mandanten gerade den One-Man-Shows wenig Chancen einräumt.

### One-Man-Show

Eine dieser One-(Wo)Man-Shows ist die Wienerin Monika Reisinger, die 14 Jahre im Marketing und Sales-Bereich für Nordea, BNP Paribas und später für Fortis tätig war. Im Krisenjahr 2008 machte sich Reisinger mit ihrer Firma Fundmarketing selbstständig und begleitet seither ausländische Asset Manager bei ihrem Eintritt am österreichischen Markt. „Die Finanzkrise hat mir eher geholfen“, sagt sie. „Viele Gesellschaf-

ten wollen Kosten sparen und verzichten auf ein regionales Headquarter.“ Zu ihren Kunden zählen derzeit die britische Gesellschaft Jupiter Asset Management, die französische Wandelanleihenboutique Acropole und Universal-Investment. Letztgenannte leistet sich in Deutschland als Marktführer im Segment der Private-Label-Fonds schon länger eine eigene Vertriebsgruppe, die den unabhängigen und kleinen B2B-Partnern aktive Vertriebs- und Marketingunterstützung bietet, ähnlich dem Servicespektrum der Placement Agents oder Fondsconsultants. Für ihre internationalen Kunden in Österreich greift Monika Reisinger auf ihr Netz von Kontakten zurück und übernimmt zudem eine Reihe von organisatorischen Aufgaben. „Präsentieren und verkaufen müssen die Firmen ihre Produkte allerdings selber. Ich gehe nur am Anfang zu einigen Terminen persönlich mit.“ Dennoch, so Reisinger, müsse man genau abwägen, welche potenziellen Investoren man zu welchen Produkten anspreche, um sowohl dem Mandaten als auch dem Investor einen Mehrwert zu bieten. „Ich kann schließlich nicht jede Woche mit einem anderen Produkt bei meinen Vertriebskontakten vorsprechen.“

„Die Produkte müssen zum Kunden passen. Ich muss meine Abnehmer genau kennen und wissen, was sie interessiert“, sagt auch Ralph Chammas, der sich 2010 mit seiner Firma RIC Investment Consulting selbstständig gemacht hat. Chammas, zuvor jahrelang im internationalen Vertrieb von Activest und im Wholesale der HSH Asset Management tätig, sucht nach interessanten

### Rundum-Betreuung

Fondsconsultants bieten ausländischen, aber auch heimischen Asset Managern bei Bedarf eine Rundum-Betreuung. Der Leistungskatalog ist entsprechend vielfältig:

- Strategieentwicklung für den Zielmarkt. Entwicklung und Strukturierung von Fonds sowie Unterstützung bei Auflage und Zulassung
- Registrierung der Produkte bei Datenbanken und Plattformen und Bekanntmachen der Marke
- Aufbau eines Vertriebsnetzes durch den Zugang zu etablierten Vertriebspartnern und Investoren
- Zugriff auf technische Infrastruktur
- Betreuung der Investoren und Vertriebe durch fortlaufendes Relationship Management, regelmäßiges Reporting (After Sales) und Online-schulungen
- Marketingmaßnahmen (Roadshows, Interviews, Finanzmessen, Werbung) und laufende Pressearbeit



Bob Torkelund: „Mittlerweile steigt der Risikoappetit der Investoren aber wieder.“

Produkten in den Bereichen Alternative Investments, Private Equity und auch bei geschlossenen Fonds und deckt mit seinem Kontakten die Regionen Österreich, Süddeutschland und Luxemburg ab. Seiner Ansicht nach „haben selbst konservative Häuser durchaus Interesse an neuen Anlageideen“. Derzeit begleitet er für die Wiener Gesellschaft Alternative Innovations Financial Service den Deutschlandvertrieb eines Single Hedgefonds über ein Private Placement an ausgesuchte Kunden.

### Zwei Seiten bedienen

Bei der Auswahl ihrer Mandanten geht es den Consultants aber nicht allein um die Story hinter dem Produkt. Sie müssen auch darauf achten, Interessenkonflikte zu vermeiden, die dann entstehen können, wenn sie zwei Kunden mit einer ähnlichen Produktausrichtung beraten. „Jeder unserer Klienten ist über die anderen Mandate informiert“, erklärt hierzu Accelerando-Mann Kalus ein wesentliches Credo. Bestehende Kunden könnten bei neuen Mandaten sogar ihr Veto einlegen, was laut Kalus bereits einmal vorgekommen sei.

„Wir wollen ein Portfolio mit komplementären Produkten aufbauen“, erklärt Frank de Boer, CEO der im Januar gegründeten max.xs financial services, einer Tochter der cash.life AG. Wenn Produkt-Slots bereits belegt seien, nehme man in diesem Bereich keine neuen Partner auf, so das Prinzip. Der Service der Business-to-Business-Vertriebsorganisation zielt jedoch nicht allein auf



Monika Reisinger, Fundmarketing: „Die Finanzkrise hat mir sogar geholfen.“

ausländische Fondsgesellschaften ab, denen man beim Markteintritt in Deutschland, aber auch Österreich eine Rundum-Betreuung bietet. Auch heimische Anbieter können max.xs als eine Art ausgelagerte, kostengünstige Vertriebseinheit nutzen. Zu den ersten Kunden zählen Veritas und First Private Investments. Darüber hinaus sondiert max.xs ähnlich wie Fundmatrix proaktiv den Markt nach frischen Investmentideen oder komplett neuen Assetklassen, häufig aufgrund gezielter Anfragen ihrer Vertriebskontakte. „Der Fantasie sind da keine Grenzen gesetzt. Viele internationale Gesellschaften wissen nicht

einmal, dass sie Geschäft in Deutschland machen können“, sagt de Boer, der jüngst in den USA erste Gespräche mit potenziellen Fondsanbietern geführt hat.

### Vergütungsmodelle

So unterschiedlich wie das Leistungsspektrum der Consultants sind ihre Vergütungsmodelle. Während Fundmatrix komplett erfolgsabhängig arbeitet und in der Regel einen Anteil an der Managementgebühr vereinbart, berechnet Fundmarketing eine Monatspauschale. Im Gegensatz dazu arbeiten max.xs und Accelerando Associates mit einer Kombination aus festem Honorar mit erfolgsbezogener Vergütung. „Ein festes Honorar ermöglicht eine konstante professionelle Betreuung – auch in Zeiten, in denen das Produkt vielleicht weniger en vogue ist“, erklärt Philip Kalus. Es Sorge für einen gesunden Druck auf beiden Seiten. „Wir müssen laufend aktiv sein, und der Mandant muss die Bedürfnisse und Detailnachfragen der Investoren laufend und zeitnah befriedigen. Eine rein erfolgsabhängige Vergütung würde hingegen zu purem Opportunismus führen, was nicht im Interesse der Investoren und somit auch nicht in unserem ist.“

Mit Michael Klimek ist jüngst ein weiterer erfahrener Branchenprofi unter die Consultants gegangen. Klimek, in Deutschland vor allem als ehemaliger Chef von Invesco und Goldman Sachs Asset Management sowie aus leitenden Positionen bei Deutsche Asset Management und Cominvest bekannt, hat die



Ralph Chammas, RIC: „Die Produkte müssen zum Kunden passen.“

gleichnamige Gesellschaft Klimek Advisors Fund Consulting gegründet – mit Büros in Frankfurt und Dublin. Eines der ersten Mandate, die man betreut, ist die Vermarktung eines Luxemburger Fonds der NBC Capital, der größten Fondsgesellschaft Saudi-Arabiens, sozusagen das DWS-Pendant in Nahost. Zunächst eher auf institutionelle Mandate ausgerichtet, hat man inzwischen auch die Dachfondsspezialisten von EuroSwitch gewinnen können, die mithilfe von Klimek und seinem dreiköpfigen Team ihre Vertriebsaktivitäten in Deutschland und Europa ausbauen wollen. FP

## Fondsconsultants im Überblick

Firmenname	Standorte	Ansprechpartner/Kontakt	Kunden (Auswahl)	Kurzprofil
<small>(gegründet/Mitarbeiter)</small>				
Accelerando Associates	Frankfurt Valencia	Andre Jochem info@accelerando-associates.com www.accelerando-associates.com	Acatis Investment (D), Fulcrum AM (UK), Brown Advisory (US), Metzler AM (D), Kathrein & Co. (A)	Berät Kunden beim Markteintritt in Deutschland und Südeuropa, insbesondere Spanien. Weiteres Büro in London ab 2011. Im Fokus stehen Mainstream-Assetklassen.
RIC Investment Consulting	Riederau	Ralph Chammas ing@ricinco.com www.ricinco.com	k. A.	Neben der Beratung für den Markteintritt ist die Strukturierung von Produkten ein Geschäftsfeld. Fokus auf Innovationen.
Fundmarketing	Wien	Monika Reisinger monika.reisinger@fundmarketing.at www.fundmarketing.at	Acropole Asset Management (F), Jupiter Asset Management (UK), Universal-Investment (D)	Monika Reisinger nutzt ihre langjährigen Branchenkontakte, um Fondsanbieter beim Markteintritt in Österreich zu beraten und vertriebsseitig zu unterstützen.
Fundmatrix	Frankfurt	Philipp Prömm info@fundmatrix.com www.fundmatrix.com	Ferox Capital Management (UK), Brevan Howard Asset Management (UK), Kenmar Group (US), VCH Investment Group (D)	Teil der Aragon-Gruppe, auf kleine bis mittelgroße Asset Manager fokussiert, die eine Rundum-Betreuung erhalten. Zudem werden auf Wunsch der Vertriebspartner Produkte am Markt gesucht.
Klimek Advisors	Frankfurt Dublin	Michael Klimek info@klimek-advisors.com www.klimek-advisors.com	NBC Capital (SA), EuroSwitch (D)	Im Vordergrund stehen die Strategieberatung für europäische Märkte und Sales-Aktivitäten für Mandanten.
max.xs financial services	Frankfurt	Rainer Ottemann infon@max-xs.de www.max-xs.de	Augur Capital (D), ConRendit (D), First Private Investment Management (D), Veritas Investment Trust (D)	Die cash.life-Tochter bietet Markteintrittsstrategien, vor allem aber die Übernahme und Optimierung bereits bestehender Vertriebsaktivitäten für Fondsanbieter in Deutschland und Österreich.
Robert Torkelund	Luxemburg	Robert Torkelund bob@torkelund.com Tel.: +352/621 54 27 05	Godvig Capital (BVI), WMR Portfolio Consulting (D), Trafalgar Capital Advisors (CAY)	Der „Einzelkämpfer“ berät und betreut in der Regel kleine Hedgefonds und andere Non-Regulated Funds.

Quelle: eigene Recherchen

Foto: © Claudia Eh-Worzi