



Von der persönlichen **Analyse** zum **Depotvorschlag**

Lernen sie mit dem PortfolioPlaner Ihren Kunden richtig kennen

MICHAEL KOPF Der PortfolioPlaner entwickelt sich immer mehr zum Liebling von Anlageberatern. Welche andere Beratungsunterstützung ist individueller und effektvoller einsetzbar? Besonders in der Neukundenakquise und bei der Bestandskundenbetreuung zeigt er seine Stärken.

Eine ideale, auf die persönlichen Belange des Kunden eng abgestimmte Anlagestrategie berücksichtigt Risikoprofil, Angaben zum Wertpapierhandels-Gesetz (WpHG) und die individuellen Anlageziele. Mit dem PortfolioPlaner können Sie in nur sechs Schritten alle Aspekte des Kundenprofils unabhängig bestimmen und zur Dokumentation am Ende der Beratung speichern.

Schritt 1

Zu Beginn der Kundenanalyse steht die Bestimmung der Risikopersönlichkeit des Kunden. Mit 16 Fragen, die der Kunde in vier Varianten gewichtet beantwor-

ten kann, wird zielgenau bestimmt, wie viel Risiko der Kunde im Depot eingehen und welchen Kontrollaufwand er betreiben möchte. Für eine rasche Analyse steht auch die Möglichkeit der Selbsteinschätzung des Kunden zur Verfügung. Während bei der Risikoanalyse insgesamt 81 Lösungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen, kann der Kunde bei der Selbsteinschätzung aus den vier Haupttypen ›vorsichtig‹, ›kontrolliert‹, ›risikofreudig‹ und ›zielstrebig‹ auswählen.

Schritt 2

Das Ergebnis ist die Bestimmung der sogenannten Risikopersönlichkeit des Kunden. Um eine fundierte Anlageempfeh-

lung geben zu können, wird im nächsten Schritt das monetäre Umfeld des Kunden durchleuchtet. Alle Ergebnisse fließen später in die individuelle Anlageempfehlung ein. Nach der Beantwortung der WPHG-Fragen zum monetären Umfeld kann die Beratungssequenz beendet und dokumentiert werden. Die Dokumentation ist für diese Beratung immer der finale Schritt. Dann hat der Berater die Möglichkeit, individuelle Depotlösungen anzubieten.

Schritt 3

Als Nächstes kann der Kunde mehrere Anlageziele definieren. Diese werden parallel und unabhängig voneinander – ba-



sierend auf der Risikopersönlichkeit und dem monetären Umfeld – bearbeitet. Mit dieser Vorgehensweise kann auf die unterschiedlichsten Ziele des Kunden bei der Geldanlage vollkommen eingegangen werden.

Bei der Definition der Anlageziele kann sowohl die Einmalanlage als auch ein Sparplan, oder die Kombination aus beidem berechnet werden. Auch die Vorabkalkulation eines Auszahlplanes nach Ablauf der definierten Laufzeit ist möglich. Um in der Fondsauswahl die weitestgehende Freiheit für den Berater zu erreichen, kann er dann zwischen mehreren Zielproduktzweigen auswählen.

Schritt 4

Bei den Zielproduktzweigen stehen, abhängig von Betrag und Laufzeit, mehrere Varianten zur Verfügung. Während beim ›JDC PlanerPortfolio‹ auf Fonds der qua-

litativ hochwertig ausgerichteten Jung, DMS & Cie. Fonds-Masterliste zurückgegriffen wird, steht bei den so genannten ›Berater Portfolios‹ eine für den Berater individuelle Fondsauswahl, je nach angesprochener Asset-Klasse, zur Verfügung. Ergänzt wird die Produktauswahl bei Depots von über 100 TEUR und mehr als der vorgesehenen Laufzeit von zehn Jahren vom ›JDC Berater Portfolio VIP‹. Dabei werden auch Empfehlungen zu Beteiligungen ausgesprochen.

Als Lösung für die meisten Kundenziele kann auch eine Variante der effektiven Fondsvermögensverwaltung ›Patriarch‹ eingesetzt werden.

Schritt 5

Jetzt werden die erfassten, individuellen Kundendaten vom System bewertet und in der sogenannten Basic Asset Allokation (BAA) zusammengefasst.

Hier kann der Kunde und der Berater die empfohlene Ausrichtung des Depots nach Assetklassen sehen. Die Zusammensetzung dieser Asset Allokation wird laufend vom Fondsmanager des Jahres 2006, Dr. Jens Ehrhardt, überwacht und den Marktgegebenheiten entsprechend angepasst. So wird bei der anschließenden Fondsauswahl nicht nur das aktuelle Marktumfeld, sondern auch die vorher festgestellte Risikopersönlichkeit sowie das monetäre Umfeld des Kunden berücksichtigt.

Schritt 6

Im nachfolgenden Schritt steht dem Berater ein Musterportfolio als konkrete Empfehlung und Entscheidungshilfe zur Verfügung. Möchte der Berater hier keine detaillierte Fondsempfehlungsliste, kann er durch Dokumentation die Beratung beenden und die Fondsauswahl nach eigenen Kriterien vornehmen.

Über die Zukunftsbetrachtung der Anlageempfehlung kommt man zum abschließenden Dokumentieren.

Der Praxistipp

Um beim Kunden den größtmöglichen Aha-Effekt zu erhalten, sollte man in der Beratung in zwei Etappen vorgehen. Zuerst mit dem Fragebogen in Papierform (siehe World of Finance im Bereich ›Investment‹) die Kundendaten aufnehmen. In aller Ruhe kann dann im Büro die Auswertung gemacht und dem Kunden im Anschluss daran das ausgerückte Dokument mit entsprechenden ›Prim Bam Borium‹ überreicht werden. Eine effektvolle und professionelle Art der Kundengewinnung und -bindung.

Doch der PortfolioPlaner wird neben der Neukundengewinnung immer häufiger bei der längerfristigen Kundenbetreuung eingesetzt. Denn erstaunlicherweise sind

Kunden, die einmal den Planer mitgemacht und das Ergebnis erlebt haben, immer offen für weitere Analysen und Empfehlungsgeber in ihrem Umfeld. Dies sichert auch in Zukunft fortwährende Ansprachen beim Kunden und somit ein längerfristiges Geschäft.

■ Der PortfolioPlaner sichert Beratern nicht nur ein Alleinstellungsmerkmal und die Chance, sich von der Konkurrenz deutlich abzuheben, sondern ist auch mit Einführung der viel diskutierten europäischen Richtlinie über Märkte für Finanzinstrumente, kurz MiFID (Markets in Financial Instruments Directive), gerüstet. Denn, wer heute schon aus Haftungsgründen einen modernen Beratungsprozess anwendet, der nach den für Banken geltenden Vorschriften des Wertpapierhandelsgesetzes vorgesehen ist, und der für eine ordnungsgemäße Beratungsdokumentation die Verwendung von Bera-

tungsprotokollen und Risikohinweisen beinhaltet, muss sich vor der Umsetzung der MiFID ab November 2007 mit Sicherheit nicht fürchten. Hier hilft der Einsatz des PortfolioPlaners besonders, da er mit moderner Beratungstechnologie viele Fallstricke der MiFID-Regularien automatisch umgeht.

■ Nutzen auch Sie künftig die Möglichkeiten des PortfolioPlaners in Ihren Beratungsgesprächen.

Weitere Informationen zum PortfolioPlaner und allen JDC-Beratungstools erhalten Sie in der World of Finance. ■

Michael Kopf ist Leiter der Akademie bei Jung, DMS & Cie.