

Berater, Institutionelle, Topnews

## Was kann Third Party Marketing für Asset Manager leisten?

Über Service, Vergütung und Spannungsfeld eines Vertriebsunterstützers sprach DAS INVESTMENT mit Georg Redlbacher, Partner bei den Multi Boutique Marketers (MBMs).

**DAS INVESTMENT.com:** Welche Ziele und Hilfeleistungen erbringt ein Third Party Marketer?

**Georg Redlbacher:** Wir erbringen Dienstleistungen für Asset Manager, die sich mit ihren Produkt-Expertisen - bisher in Einzel-Mandaten angeboten - und existierenden Publikumsfonds neue Märkte und Zielgruppen erschließen wollen. Diese Asset Manager haben die strategische Entscheidung getroffen, sich einerseits auf das Portfolio Management zu konzentrieren und andererseits den Vertrieb an Dritte auszulagern. Neben den reinen Vertriebsaufgaben und den damit verbundenen Client Relationship Management Aufgaben hilft [MBMs](#) auch per vorgeschalteten Projektauftrag oder Beratungsmandat bei der Auflage von Fonds, Vendor Search, Produktpositionierung, Vertriebsinfrastruktur und Vertriebsunterstützung

**DAS INVESTMENT.com:** Wer genau ist Zielgruppe Ihrer Dienstleistungen?

**Redlbacher:** Kleine und mittelgroße, spezialisierte Asset Management Firmen aus dem nicht-deutschsprachigen Raum

**DAS INVESTMENT.com:** Bieten Sie ihre Dienstleistungen auch modular an, zum Beispiel nur den Retail-, den semi-institutionellen oder den institutionellen Vertrieb?

**Redlbacher:** Weil die Begrifflichkeiten für die Beschreibung von Vertriebskanälen - was etwa ist "institutional"? - oft zur Verwirrung führt, sprechen wir grundsätzlich von Wholesale Vertrieb, allerdings schließen wir darin "echte" Institutionelle und Family Offices - das heißt Endkunden - ein, die in der Regel keinen Wholesale Charakter haben. Wir segmentieren aber nicht nach diesem genannten Schema. Alle Dienstleistungen in den Bereichen Consulting, Marketing/Public Relations sowie Vertriebsstrategien und Aktivitäten können auch einzeln genutzt werden. Das Consulting-Angebot in den Bereichen Fondsaufgabe und Vertriebsinfrastruktur und -strategien beruht auf langjährigen Erfahrungen und besonderer Expertise unseres Teams.

**DAS INVESTMENT.com:** Welche Kosten fallen pro Jahr en block an?

**Redlbacher:** Es fallen keine Kosten pro Jahr en block an. Oben beschriebene Teildienstleistungen werden als Projektpreis oder mit Tagessatz angeboten. Die Projektpreise reichen je nach Leistungsumfang von 18.000 bis 96.000 Euro für die Märkte Deutschland, Österreich, Schweiz und

Benelux.

**DAS INVESTMENT.com:** Sind Ihre Kosten fix oder werden variable Vergütungsmodelle je nach Vertriebs Erfolg vereinbart?

**Redlbacher:** Unser Vergütungsmodell besteht aus einer fixen Unkosten-Pauschale, die über einen begrenzten Zeitraum berechnet wird, und einer performance abhängigen "asset-based" Komponente, die je nach Assetklasse verhandelt wird. Weiterhin fallen eventuell die genannten Projektpreise oder Tagessätze an.

**DAS INVESTMENT.com:** Welche Charakteristika, Assets under Management, Vertriebsstruktur sollte ein potenzieller Kunde bereits aufweisen?

**Redlbacher:** Wir holen den Asset Manager da ab, wo er gerade auf seiner Entwicklungskurve ist und stimmen unser Dienstleistungsangebot darauf ab. Nichts desto trotz, das Idealbild eines Asset Managers lässt sich so auf den Punkt bringen: wettbewerbsfähige Produkte in ihrer jeweiligen Assetklasse, eine vollendete, leistungsfähige Vertriebsinfrastruktur und Fondsvolumina größer als 300 Millionen Euro.

**DAS INVESTMENT.com:** Wie viele Mandanten haben Sie derzeit?

**Redlbacher:** Wir haben derzeit vier Mandanten und vier weitere Asset Manager in der Pipeline. Jeder unserer derzeit vier Partner betreut eine gewisse Anzahl an Asset Managern. Eine Unterscheidung nach Herkunft oder Typ machen wir hierbei nicht.

**DAS INVESTMENT.com:** Nach welchen Kriterien werden Mandate angenommen oder abgewiesen?

**Redlbacher:** Bevor wir ein Mandat annehmen, machen wir eine Due Diligence Prüfung beim Asset Manager und eine qualitative und quantitative Prüfung der Produkte. Dabei spielt ein langfristig konsistenter Performance Track Record, stringentes Risikomanagement sowie ein stabiles Management Team eine wichtige Rolle.

**DAS INVESTMENT.com:** Wie begegnen Sie möglichen Interessenkonflikten, etwa der Vertrieb von zu ähnlichen Produkten mehrerer Kunden, die im Wettbewerb miteinander stehen?

**Redlbacher:** Die Erfahrung zeigt, dass bei unserer Herangehensweise das Zustandekommen einer solchen Doppelung unwahrscheinlich ist. Darüber hinaus würden wir auch keine derartigen Interessenkonflikte zulassen und eine Assetklasse-"Box" nur mit einem Asset Manager besetzen.

**DAS INVESTMENT.com:** Haben Vertragskunden ein Mitsprache- oder Vetorecht bei der Neukundenakquisition?

**Redlbacher:** Nein, nur die Zusage, dass wir informieren und transparent sind. Die Definition der Assetklasse-"Boxen" wird mit allen Asset Managern im Detail besprochen.

**DAS INVESTMENT.com:** Es gibt Börsenjahre, da fasst niemand Aktienfonds an, während einer breiten Hausse sind Absolute Return Produkte schwer zu verkaufen. Wie stellen Sie sicher, dass jedes Mandat "gerecht" bedient und verfolgt wird?

**Redlbacher:** Aufgrund dieser Zyklen legen wir großen Wert auf ein breit gestreutes Produktportfolio. Wir betreuen jedes Mandat in "guten" und "schlechten" Zeiten. Jeder Fonds und Asset Manager bekommt eine mehr als ausreichende und vor allem durchgängige Aufmerksamkeit. Wir bedienen nicht "the flavor of the day" und kommunizieren auch über Fonds wenn sie gerade nicht nachgefragt werden oder underperformen. Laufende Produktinformationen an unseren Kunden- und Interessenkreis ist uns sehr wichtig.

**DAS INVESTMENT.com:** Wie wirken sich Redemptions durch von Ihnen vermittelte Investoren auf die Vergütungsmodelle aus?

**Redlbacher:** Grundsätzlich führen Abflüsse zu einem Abschmelzen der Vergütung. Das liegt in der Natur der asset-based Vergütung und das ist gut so: Dies schafft nachhaltige Anreize für die fortlaufende Betreuung von Asset Managern und Investoren.

Autor: Oliver Lepold

Dieser Artikel erschien am **01.03.2012** unter folgendem Link:

<http://www.dasinvestment.com/berater/news/datum/2012/03/01/was-kann-third-party-marketing-fuer-asset-manager-leisten/>