

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser!

## DAS WAREN ZERTIFIKATE KONGRESS & AWARD 2018

### Der Zertifikate Kongress 2018 im Überblick

Im Raiffeisensaal der Raiffeisen Bank International AG eröffnete am 26. April 2018 Heike Arbter, Vorsitzende des Zertifikate Forum Austria, den bereits zwölften Kongress des Zertifikate Forum Austria. Sie stellte eingangs das Kongressthema „Zertifikate im digitalen Zeitalter – Information, Vertrieb, Entscheidung, Performance“ vor und unterstrich in ihrer Eröffnungsrede, dass die intensive Auseinandersetzung mit dem Kundennutzen nach der Implementierung umfassender Regulierungen im Vorjahr wieder stärker in den Mittelpunkt der Branche rücken muss. Deshalb wartete der diesjährige Kongress auch mit einem besonders vielfältigen Potpourri an Themen und Vorträgen entlang der Wertschöpfungskette der Zertifikate-Industrie auf.



### Meinungsbildung im digitalen Zeitalter

Den Anfang machte Helmut Brandstätter, Herausgeber und Chefredakteur der Tageszeitung „Kurier“, der über „Auswirkungen der Digitalisierung auf die Zukunft der Medien und der Meinungsbildung“ referierte. Der Medienexperte zeigte auf, wie hoch mittlerweile die Nutzerzahlen von Social Media und Messenger-Diensten weltweit, aber auch in Österreich sind. So waren beispielsweise im Vorjahr rund 3,7 Millionen aktive Facebook-Nutzer in Österreich registriert, was bei einer Gesamtbevölkerung von etwa 8,7 Millionen Menschen eine beträchtliche Anzahl ist. Brandstätter interessierte jedoch vielmehr die Frage, wie groß das Vertrauen in diese digitale Medienwelt ist. Er konnte mit Zahlen und Fakten untermauern, dass die Bevölkerung in Österreich etwa bei der politischen Berichterstattung den klassischen Medien wie Zeitungen, Radio und TV eher vertrauen als digitalen Plattformen. Sein Befund ist, Österreich sei ganz generell (noch) ein Zeitungsleser-Land. Gleichzeitig ist er aber überzeugt, dass auch hierzulande die Anzahl von analogen Medien schrumpfen wird, weil Rezipienten durch die Digitalisierung immer stärker selbst bestimmen wollen, wann sie was lesen. Er warnte jedoch davor, dass die bildgesteuerten Informationen digitaler Medien zu schnellem, oberflächlichem „Überfliegen“ der Botschaften verleiten und dadurch die Meinungsbildung deutlich erschwert wird. Somit sei Propaganda, Meinungsmonopolisierung und Manipulation Tür und Tor geöffnet. Vor allem auch deshalb, weil die ordnende und Bedeutung zuweisende Arbeit des klassischen Journalismus fehlt. Skeptisch zu sein, die Botschaften in digitalen Kanälen zu hinterfragen und vor allem die Quellen der Information zu überprüfen, sei daher im Umgang mit den neuen Medien das Gebot der Stunde. Der Herausgeber schloss seinen Vortrag mit dem Hinweis: „Um in der Lage zu sein, sich in einer digitalisierten Medienwelt eine Meinung zu bilden, ist eine profunde Bildung notwendiger denn je!“



### Psychologie von Anlageentscheidungen

Mit dem nächsten Redner erfolgte ein Schwenk vom Medienkosmos in die Erkenntniswelt der Behavioral Finance. Ulrich Schmidt, Professor am Institut für Weltwirtschaft in Kiel, ging der Frage nach: „Kann eine unterschiedliche Diskontierung von Gewinnen und Verlusten die Risikoprämie von Aktien erklären?“ Einleitend stellte Schmidt fest, dass bislang nur in hypothetischen Studien die Tendenz festgestellt wurde, dass bei Aktien Gewinne stärker diskontiert werden als Verluste. Es gebe bislang auch keine ausreichende Erklärung für das sogenannte Equity Premium Puzzle, wobei darunter die Frage zu verstehen ist, warum die Risikoprämie von Aktien höher als bei anderen Wertpapieren ausfällt. Der Wissenschaftler stellte eine aktuelle Studie vor, die an seinem Institut erarbeitet wurde und neue Erkenntnisse aus dem Bereich der Behavioral Finance bringt. Die Beweggründe zur vorliegenden Studie fasste Schmidt in drei Fragekomplexen zusammen: Werden Gewinne tatsächlich stärker als Verluste abgezinst? Hat die unterschiedliche Diskontierung Einfluss auf die Risikobereitschaft? Kann dadurch das Equity Premium Puzzle erklärt werden? Dazu erläuterte der Professor dem Publikum zwei Experimente, die die Forscher in Kiel zur Auflösung der Forschungsfragen durchgeführt haben. Das erste Experiment hatte zum Ziel, einen Vergleich der Diskontierung im Gewinn- und Verlustbereich vorzunehmen. Das zweite Experiment ging der Frage nach, wie sich die unterschiedliche Abzinsung von Gewinnen und Verlusten auf die Risikoeinstellung auswirkt. Zusammenfassend lauten die Erkenntnisse der Experten wie folgt: Erstens, Verluste werden tatsächlich signifikant weniger als Gewinne diskontiert. Zweitens, dies führt dazu, dass man (als Anleger) bei zukünftigen Risiken, die sowohl Gewinne als auch Verluste beinhalten, eine erhöhte Risikoaversion aufweist. Vereinfacht gesagt: Alles, was schnell erfolgt, ist besser, als wenn es später eintritt. Für Schmidt sind diese beiden Schlussfolgerungen auch eine mögliche Erklärung für die höheren Risikoprämien bei Aktien.



### Unterschiede und Gemeinsamkeiten im europäischen Zertifikatemarkt

In weiterer Folge fand eine Podiumsdiskussion zu den „Trends im Vertrieb von Zertifikaten in Europa“ statt. Teilnehmer waren Martin Vlček, Head of Financial Markets Product Development bei der Česká spořitelna, Juliane Bürger, Managing Director bei der UniCredit Bank AG, und Romulus Mircea, Investment Specialist bei Friedrich Wilhelm Raiffeisen Rumänien/RAM. Bei den Podiumsdiskutanten standen vor allem die Zertifikatemarkte in Deutschland, Italien, Tschechien und Rumänien im Vordergrund. Während in reifen Märkten wie Deutschland und Italien derzeit eine sehr zufriedenstellende Nachfragesituation für Strukturierte Produkte vorherrscht, war erfreulich zu hören, dass auch in osteuropäischen Ländern wie Tschechien und Rumänien ein signifikantes Anziehen der Nachfrage bemerkbar ist. Das gilt vor allem für den noch „jungen“ Zertifikatemarkt Rumänien, dem großes Potenzial attestiert wird. In osteuropäischen Ländern stehen vor allem kapitalgeschützte Produkte im Vordergrund, in Italien liegt der Anteil kapitalgeschützter Zertifikate (wie in Österreich) bei etwa 60 Prozent, während in Deutschland der nachgefragte Produktmix breiter gestreut ist. Digitale Verkaufskanäle werden von Anlegern eher in den reifen Märkten genutzt, in Tschechien vorwiegend von institutionellen Investoren, anders verhält es sich im Wachstumsmarkt Rumänien. Hier ist die Customer Education ganz essenziell, deshalb greifen klassische Werbemaßnahmen oder digitale Plattformen kaum – es steht das erklärende Gespräch im Vordergrund. Deshalb kommen die Kunden bevorzugt in ihre Bankfiliale und suchen den persönlichen Kontakt zu ihrem Zertifikate-Berater. Während bis vor zehn Jahren in vielen europäischen Zertifikatemarkten ein Feuerwerk an ständig neuen – und immer komplexeren – Produkten entfacht wurde, sind nun weniger komplexe Produkte ganz weit vorne in der Anlegergunst. Einfach strukturiert und an den individuellen Bedürfnissen der Anleger orientiert, das ist vor allem in osteuropäischen Märkten elementar für den erfolgreichen Verkauf. Vor allem die beiden Experten aus Osteuropa betonten, dass der Anfangserfolg einer positiven Produkt-Performance entscheidend ist, um neugewonnene Kunden längerfristig im Zertifikatemarkt zu halten. Die Vertriebsprofis stimmten alle darin überein, wie wichtig es sei, die Erwartungen der Klienten zu erfüllen, wobei dies in den „jungen“ Märkten noch dringlicher ist, um die Aufbauarbeit positiv zu stimulieren.



### **Transparenz als Basis des Beratungserfolgs**

Nach der Podiumsdiskussion trat Erich Kirchler, Vorstand des Instituts für Angewandte Psychologie an der Universität Wien, ans Rednerpult, um zum Thema „Unsicherheit und Risikoberatung bei Finanzentscheidungen“ zu referieren. Der Wirtschaftspsychologe demonstrierte zu Beginn seines Vortrags eindrucksvoll, wie selektiv menschliche Wahrnehmung funktioniert. Unser Bewusstsein kann nur eine geringe Menge an Informationen verarbeiten, bei Unsicherheit (Risiko) entscheiden wir entweder intuitiv oder analytisch. In Geldfragen jedoch, so Kirchler, ist der Mensch kein Homo oeconomicus, an die Stelle rationalen Abwägens von Risiko und Ertrag treten unreflektierte Muster des Anlageverhaltens. Der Wissenschaftler betonte, dass Kunden ein Bedürfnis nach Gewissheit haben und den Drang, an etwas festzuhalten, statt es in Frage zu stellen. Wer ein hohes Sicherheitsbedürfnis hat, neigt zu Stereotypen, einfache Lösungen werden als gute Lösungen bewertet. Wir müssen also (als Anleger) lernen, mit Risiko und Ungewissheiten zu leben. Berater sollten sich daher vor Augen halten, dass Transparenz die Basis für Sicherheit ist, während Komplexität und Unwissenheit Skepsis und Misstrauen schüren. Darüber hinaus ist entscheidend, dass gute Berater immer selbst verstehen, was sie verkaufen. Der Wirtschaftspsychologe gab dem Publikum folgende Erkenntnisse mit auf den Weg: Zeit und Lust von Anlegern, sich mit Geldveranlagung zu beschäftigen, sind begrenzt. Ihre Wahrnehmung ist selektiv, die Rechenfähigkeiten sind limitiert und Financial Literacy wird kaum geschult. Entscheidungen unter Unsicherheit sind selten rational und nutzenmaximierend. Bei Gewinnaussichten sind Menschen eher risikoscheu, bei Verlustaussichten eher risikofreudig. Und an die Adresse von Finanzberatern gerichtet meint Kirchler, Vertrauen sei essenziell, es basiere auf Kompetenz, Transparenz, Integrität, Wohlwollen und Verstehen der Kunden.



### **Vielfältige Effekte des Klimawandels**

Den Abschluss der Vorträge bildete mit Rosmarie de Wit eine Klimaforscherin, die in der Fachabteilung für Modellapplikationen der ZAMG – Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik in Wien arbeitet. Sie referierte zum Thema „Klimawandel: Bedrohung oder Chance? Wie Klimawandel unsere Handlungsoptionen beeinflusst“. Zu Beginn ihrer Ausführungen machte die Meteorologin klar, dass im Gegensatz zum „Wetter“ das „Klima“ den Zustand der Atmosphäre in einem bestimmten Gebiet über einen längeren Zeitraum von zumindest 30 Jahren beschreibt. Am Beispiel Österreichs zeigte die Wissenschaftlerin, welche höchst unterschiedlichen Auswirkungen der Klimawandel auf die Gesundheit der Menschen, auf die Infrastruktur, Landwirtschaft, Energie- und Stromversorgung sowie auf die Tourismuswirtschaft haben. Sie demonstrierte, dass der Einfluss des Menschen auf das Klima mit entsprechenden Klimamodellen nachgewiesen werden kann. Vor allem die Freisetzung von Treibhausgasen wie CO<sub>2</sub> spielt dabei eine wichtige Rolle. Der Wissenschaftlerin zufolge haben die Menschen im Kampf gegen die negativen Auswirkungen des Klimawandels zwei Handlungsoptionen: erstens, die Ursachen zu bekämpfen, also primär die Treibhausgasemissionen zu reduzieren, und zweitens das Ergreifen von Anpassungsmaßnahmen, um die Empfindlichkeit natürlicher oder menschlicher Systeme gegenüber den Folgen der Klimaänderung zu verringern. Als Zuhörer wurde einem jedenfalls bewusst: Wenn man in der Veranlagung nach nachhaltigen und globalen Megatrends sucht, dann ist der Klimawandel und dessen Bekämpfung zweifellos ein weitreichendes und relevantes Thema.





# MARKT UPDATE

Der monatliche Newsletter zum österr. Zertifikatemarkt – Ausgabe 5.2/2018

---

**Wir freuen uns auf Feedback, Anregungen und Fragen: [office@zertifikateforum.at](mailto:office@zertifikateforum.at)**

Impressum gemäß österreichischem Mediengesetz: Medieninhaber und Hersteller ist das Zertifikate Forum Austria, Tegetthoffstraße 1, 3. Stock, 1015 Wien/Österreich; Herstellungsort ist Wien.