



## Private Label Fonds Der rasche Weg zum Fonds unter Ihrem Namen

Mit LB(Swiss) Investment AG in wenigen Schritten zum eigenen Anlagefonds

- ▶ Mit Ihrer Investmentidee und unserem Know-how im Schweizer Fondsgeschäft strukturieren wir das Produkt für Ihre Kundengruppe.
- ▶ Wir erarbeiten mit Ihnen zusammen das Reglement und den Prospekt und erledigen mit der Depotbank Ihrer Wahl sämtliche Vorarbeiten zur Erreichung der Bewilligung.
- ▶ Nach Erhalt der Bewilligung durch die Eidg. Bankenkommission unterstützen wir Sie bei der Lancierung des Fonds.

**Die Gesprächspartner für Ihren Private Label Fonds**

  
Investment AG

Die Fondsgesellschaft der LB(Swiss) Privatbank AG

LB(Swiss) Investment AG  
Fraumünsterstrasse 25  
Postfach 8022  
CH 8001 Zürich  
T +41 44 225 37 90  
F +41 44 225 37 91  
his@lbswiss.ch

Ein Unternehmen  
der Bayerischen  
Landesbank und  
der Landesbank  
Hessen-Thüringen

# ERTRAGSOPTIMIERUNG MIT PRIVATE LABEL FONDS

**Herbert Kahlich**

**Als Anfang der 90er Jahre Versicherungen vermehrt ihre eigenen Fonds aufzulegen begannen, führte hierzulande der Weg zum exklusiven Produkt nur über eine eigene Fondsleitung. Anders war es nicht möglich, seinen Brand zu portieren. Dieser Zwang wurde in der Folge durch die EBK beseitigt. «Private Labeling» ist nun das Schlagwort – der rasche Weg zum kostengünstigen Fonds mit eigenem Brand.**

Viele Jahre wurde das Fondsgeschäft in der Schweiz durch die Banken dominiert. Von einzelnen ausländischen Anbietern abgesehen, waren es primär die Bankinstitute, welche das Fondsgeschäft vorangetrieben haben. Mit dem Gedanken zur fondsgebundenen Lebensversicherung drängten zu Beginn der 90er Jahre die Versicherungsgesellschaften vermehrt auf den Markt. Um jedoch ihren eigenen Brand mit dem entsprechenden Fondsnamen portieren zu können, mussten sie damals in der Schweiz ihre eigene Fondsleitung gründen. Oft aber delegierten sie schon damals die Fondsadministration an eine bestehende Fondsleitung. Als Promotor behielten sie die klassischen Aufgaben im Fondsbereich für sich, nämlich das Asset Management und den Vertrieb – die Teile der Wertschöpfungskette also, welche oft über Erfolg und Misserfolg des Produkts entscheiden.

## **Aufspaltung der Wertschöpfungskette**

Die Wertschöpfungskette des Fondsgeschäfts lässt sich in die drei Teile Produk-

tion, Abwicklung und Vertrieb gliedern (s. Abbildung Seite 38). Die Produktion beinhaltet einerseits die Produktentwicklung, also das Legal Engineering, und das Asset Management des Fonds. Mit der Abwicklung sind die Aufgaben der Fondsleitung bzw. der Depotbank umschrieben, wobei die Fondsleitung die juristische Gesamtverantwortung für das Produkt behält. Der Vertrieb wird meistens durch die eigene Kundenberatung erbracht. Mit dem Beginn der Delegation von Dienstleistungen im Fondsgeschäft stimmte die EBK in der Folge auch der Entkoppelung des Namensproblems zu. «Private Labeling» war somit auch in der Schweiz möglich, der Weg zum kostengünstigen eigenen Fonds geebnet.

## **Mehrertrag durch Private Label Fonds**

Das sich laufend ändernde Marktumfeld stellt hohe Anforderungen an die Fondsindustrie und erschwert oft das Erreichen von Anlage- oder Unternehmenszielen. Es müssen deshalb Möglichkeiten geprüft werden, um zeitgleich den Kunden- wie auch den Marktanforderungen gerecht zu werden. Vermehrt suchen die Fondsträger deshalb nach Skaleneffekten. Das Auslagern von nicht zu den Kernkompetenzen zählenden Tätigkeiten sowie das Private Labeling stellen aber auch attraktive Möglichkeiten zur Kostenreduktion dar. Der Fondsträger muss sich folglich entscheiden, in welche Richtung sein Weg führt: Bringt ihm der Skaleneffekt den Kostenvorteil oder ist es das Outsourcing? Aus

der Grösse der Assets und der vorhandenen Kernkompetenzen kann seine Strategie abgeleitet werden. Der Erfolg hängt jedoch massgeblich von der Aufteilung der Wertschöpfungskette und von der Wahl des richtigen Partners ab.

Mit einer eigenen Fondsleitung und dem gleichzeitigen Auslagern von Fondsleitungs- und Depotbankfunktionen können sofort Kosten gespart bzw. Mehrerträge generiert werden. Bei einem Fondsvermögen von 1 Mia. CHF liegen die Ersparnisse bei etwa 0.5 Mio. CHF bzw. fünf Basispunkten. Noch mehr Kosten spart man aber mit der Auflage eines Private Label Fonds und dem Verzicht auf eine eigene Fondsleitung (im analogen Vergleich bis zu 1.3 Mio. CHF resp. 13 Basispunkte). Doch auch hier ist für den Fondspromotor die Wahl des richtigen Partners von grosser Bedeutung, denn die Grenzen sei-



**Herbert Kahlich**  
Partner von  
FundStreet AG,  
Zürich.

nes Wirkens sind die Kompetenz und das Pricing des Partners. So war es beispielsweise bis vor kurzem für einen Fondspromotor schwierig, einen in Aktien investierenden Single Hedge Fund nach Schweizer Recht aufzulegen, da viele Depotbanken die Abwicklung von «Short»-Geschäften nicht anboten. Zudem variieren die Preise von Fondsleitungs- und Depotbankleistungen für den Private Labeling Service; der web-basierte Einblick in die Fondsbuchhaltung hat seinen Preis. Folglich bilden die Kompetenzen und der Preis gemeinsam den Massstab für das Eingehen einer Partnerschaft.

Der Kostenvorteil seitens Private Labeling in Bezug auf die Gründung einer eigenen Fondsleitung ermöglicht den Start von eigenen Fonds mit einem Anfangsvolumen von weniger als 50 Mio. CHF. Mit einer eigenen Fondsleitung wäre dies nicht möglich, da die Initialkosten hier bei über 150

Basispunkten liegen, also über dem Betrag, der mit einer durchschnittlichen Managementgebühr erwirtschaftet werden kann.

**Vorteile von Private Labeling Fonds**

Im heutigen Geschäftsumfeld können insbesondere unabhängige Vermögensverwalter und institutionelle Kunden von diesem Trend profitieren. Auf die eigenen Bedürfnisse konzipierte Anlagefonds bieten viele Vorteile (s. Tabelle).

**Zeitersparnis erhöht die Ertragsmarge**

Der Einsatz eines eigenen Private Label Fonds in der unabhängigen Vermögensverwaltung führt zur Entlastung von administrativen Arbeiten und dem Wegfall von Einzelumschichtungen. Diese Zeiterparnis kann für die Betreuung der Kunden genutzt werden. Die Auflage eines eigenen Fonds erhöht zudem die Publizität und generiert ggf. neue Anlagegelder. So

mit kann ein eigener Fonds die Ertragsmarge markant steigern. Leider können in der Schweiz noch nicht alle Gründungskosten wie teilweise im Ausland über den Fonds abgeschrieben werden. Eine klare Kosten/Nutzen-Analyse ist deshalb vor dem Abschluss einer Partnerschaft nicht unwesentlich.

**Performancevorteile für Institutionelle**

Für institutionelle Kunden impliziert ein Anlagefonds oft das Beweisstück ihrer Innovationskraft, dessen Performance die Qualität der eigenen Anlageleistung. Institutionelle Fonds haben gegenüber Direktanlagen jedoch keine Umsatzabgabe zu entrichten – sie macht je nach Wertschriftentransaktion bis zu 15 Basispunkte aus –, was sich entsprechend positiv auf die Performance auswirkt. Zudem können taktische Veränderungen in der Vermögensstruktur schneller und kostengünstiger umgesetzt werden. Die genannten Vorteile überwiegen die oftmals relativ geringen Administrations- und Depotbankgebühren.

**Vorteile von Private Label Fonds**

Eigener Private Label Fonds nach Schweizer Recht	Öffentlicher Fonds für Vermögensverwalter	Institutioneller Fonds z.B. für Versicherung oder PK
Eigener Brand im Namen	Ja	Ja
Eigenes Asset Management	Ja	Ja
Keine Stempelsteuer	Ja	Ja
Entlastung von administrativen Arbeiten	Ja	Ja
Mehr Zeit für die Kunden	Ja	Ja
Eigener öffentlicher Vertrieb	Ja *	Nein

\* Zusätzliche Bewilligung als Vertriebsträger erforderlich

Die Möglichkeiten zur Ausgestaltung der Anlagepolitik und der Kostenstruktur mit eigenen Fonds sind in der Schweiz vielfältig. Vom einfachen Standardprodukt über den Immobilienfonds bis hin zum Single Hedge Fund ist alles möglich. Das neue Kollektivanlagengesetz (KAG) wird zudem die Palette nochmals erweitern, vor allem im Bereich Alternativer Anlagen und mit geschlossenen Produkten in Form von Kommanditgesellschaften.

**Wertschöpfungskette des Fondsgeschäfts mit typischen Möglichkeiten des Outsourcings**

