

## Der Weg zur Professionalisierung

**Das Swiss Derivative Institute (SDI) versucht, eines der grossen Probleme der Retailderivate zu lösen: Das unzureichende Vorwissen der Berater. Das Niveau der Seminare musste nämlich zunächst nach unten revidiert werden.**

Seit letztem Herbst gibt es mit dem Swiss Derivative Institute (SDI) ein neues Weiterbildungsangebot im Bereich strukturierter Produkte und Derivate. Dahinter stehen die drei Trägerfirmen Fundabilis, ein Nischenanbieter für den Verkauf und die Beratung von strukturierten Produkten, Fineo, ein unabhängiger Ausbildungsanbieter für Banken und Finanzdienstleister, sowie Derivative Partners, eine auf Informationen und Research zu Derivaten spezialisierte Firma in Zürich.

Die Kursangebote setzen sich zusammen aus zweitägigen Basisseminaren, die viermal im Jahr angeboten werden, sowie aus dreitägigen Masterseminaren, die zweimal pro Jahr veranstaltet werden. Die Gründungszeit fiel mit der Lehman-Pleite und den Problemen um die verkauften Garantieprodukte zusammen, die dann ebenfalls wertlos geworden waren. Deshalb passte man sich beim SDI den veränderten Rahmenbedingungen an. «Grundsätzlich wurde das SDI dafür gegründet, der schnellen Entwicklung im Strukturierte-Produkte-Markt Rechnung zu tragen und auf breiter Front Know-how zu vermitteln», sagt Martin Meier, Leiter des SDI.

### BEI REGIONALBANKEN BELIEBT

Da es sich bei den strukturierten Produkten um ein noch junges und sehr dynamisches Anlageinstrument handle, überhole die Komplexität der innovativen Produkte rasch einmal das Wissen der Berater. «Die einzigen Schulungen, die bei Banken stattfanden, betrafen hauseigene Produkte, und selbst diese wurden zum Teil ungenügend erklärt», beobachtete Meier weiter.

Die Banken und Verkäufer scheinen das Angebot zu goutieren. «Besonders beliebt ist das SDI bei kleinen Regionalbanken oder banknahen Institutionen, welche nicht über eigene Schulungen verfügen», sagt Meier weiter, «aber auch grosse Institute interessieren sich für die Seminare, bevorzugen aber die angebotenen massgeschneiderten Seminare, welche direkt beim Kunden gehalten und zusammen mit ihm erstellt werden.» Allerdings zeigte sich gleich bei den ersten Kursen, dass teilweise zu viel Vorwissen vorausgesetzt worden war. «Das erste Basis-Seminar des SDI im letzten Herbst hat gezeigt, dass sich viele Bankfachleute mit strukturierten Produkten schwer tun» sagt Meier, «so sind den Beratern die einzelnen Produkttypen und Bezeichnungen bekannt, doch bezüglich der Konstruktion oder Sensitivitäten der Produkte während der Laufzeit blicken nur wenige durch.» Auch bei steuerlichen und rechtlichen Fragen mussten viele Berater überrascht feststellen, dass noch viele Wissenslücken vorhanden sind. «Aufgrund der ernüchternden Bilanz der ersten Prüfung, welche anschliessend an den Kurs stattfand, wurde das Niveau des Seminars angepasst», fasst Meier die Erfahrungen zusammen. Dabei wurden exotische Produkte sowie die mathematischen Ansätze zur Berechnung solcher Produkte und produktespezifische steuerliche Aspekte ins Master-Seminar verlegt. Das Seminar habe auch gezeigt, dass bereits das Verständnis der Payoff-Diagramme für manch einen eine erste Hürde darstelle.

Die Änderungen des Basis-Seminars bewirkten laut Meier, dass nun mehr Raum für Übungen und Präsentationen zur Verfügung steht. Dies scheint sich aufgrund der besseren Prüfungsergebnisse bewährt zu haben. «Jeder Teilnehmer war am Schluss des Kurses in der Lage, selber ein strukturiertes Produkt zu konstruieren und besass zudem die nötigen Kenntnisse, ein Termsheet zu verstehen und vor den anderen Teilnehmern zu präsentieren.»

Neben dem SDI bieten auch Banken selber interne Kurse für ihre Berater an. Die Kurse des SDI und weiterer Universitäten und Fachhochschulen richten sich eher an Fachleute, die täglich mit solchen Produkten zu tun haben, oder an sehr versierte Privatanleger. Für Investoren, die hin und wieder einmal ein Produkt ins Depot legen, bieten einzelne Emittenten Abend- und Nachmittagsveranstaltungen an. Diese können nützlich sein, wenn sie nicht als reine Verkaufsveranstaltungen konzipiert sind.