



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
Main Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2009

Zukunft liegt in der Vergangenheit

Farkas, Walter ; Gourier, Elise

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich
ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-99918>
Newspaper Article
Published Version

Originally published at:
Farkas, Walter; Gourier, Elise. Zukunft liegt in der Vergangenheit. In: Handelszeitung, 28 October 2009,
p.37.

Zukunft liegt in der Vergangenheit

Strukturierte Produkte bilden in den Portfeuilleen zahlreicher Investoren einen signifikanten Anteil. Die Banken sollten jetzt aus Fehlern der Vergangenheit lernen.

Von **walter farkas und elise gourier**
am 28.10.2009

Strukturierte Produkte können präzise auf die Bedürfnisse von Investoren abgestimmt werden. Entsprechend häufig werden sie von Banken eingesetzt. Die Komplexität der Produkte ist jedoch mitunter sehr hoch. Banken müssen dementsprechend sorgfältig mit den dadurch entstehenden Risiken umgehen, um ihre Verpflichtung gegenüber den Kunden zu erfüllen.

Es gibt drei Punkte, denen dabei besondere Aufmerksamkeit gelten sollte: Einführung eines kundenzentrierten Ansatzes unter Betonung von Offenheit und Transparenz, Verstärkung der Risikogovernance und Investitionen in ein solides Risikomanagement.

Transparenz und Offenlegung

Zahlreiche Abteilungen einer Bank sind an der Erstellung strukturierter Produkte beteiligt: Vom Entwurf über den Verkauf bis hin zum Handel. Um sicherzustellen, dass die Produkte wirklich verstanden werden, sowohl in der Bank als auch von Investoren, ist es unabdingbar, dass an Transparenz und Risikomanagement festgehalten wird. Banken sollten das Hauptaugenmerk auf langfristige Kundenbeziehungen richten und nicht auf kurzfristige Gewinne durch die strukturierten Produkte. So müssen etwa Kunden über die grösstmöglichen Verluste durch strukturierte Produkte orientiert

werden. Ein eleganter Weg, dies zu erreichen, ist die Ausarbeitung eines Kommunikationsplans mit den Kunden, der sie regelmässig über die relevanten strukturierten Produkte informiert. Banken, die strukturierte Produkte emittieren, müssen über eine klar formulierte Risikophilosophie, einen Risikoappetit, relevante Policen und die notwendigen Fähigkeiten verfügen, um ein exaktes und aggregiertes Verständnis davon zu erhalten, welchen Risiken das Unternehmen ausgesetzt ist.

Die Bank muss effiziente Mechanismen zum Transfer von Risiken im Rahmen der aus dem Risikoappetit resultierenden Limiten entwerfen und implementieren. Nur so wird das Bild als verlässliche Gegenpartei, die den Verpflichtungen gegenüber ihren Kunden nachkommt, sichergestellt. Risikomanagement ist ein integraler Bestandteil des Strategiediskurses der Entscheidungsträger, innerhalb dessen Risiko und Return ganzheitlich betrachtet werden. Die technischen Aspekte des Risikomanagements wurden und werden zunehmend kritisch untersucht. Tatsächlich hat die aktuelle Krise gezeigt, dass einige Banken die Risiken komplexer strukturierter Produkte nicht richtig abgebildet haben. Einige wichtige Quellen wurden nicht korrekt berücksichtigt, so zum Beispiel der Leverage zur Finanzierung von Investitionen, die Zunahme von Verknüpfungen und Interaktionen von globalisierten Märkten und die Unfähigkeit der Märkte und Regulatoren, die exzessiven aggregierten Risiken zu sehen.

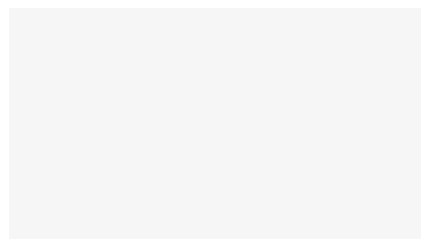
Die Anwendung vereinfachter Modelle und mangelndes Wissen über deren Voraussetzungen und Annahmen haben viele Banken oft dazu verleitet, Eigenheiten strukturierter Produkte zu vernachlässigen. Zusätzlich wurden mehrere Risikofaktoren nicht genügend beachtet: Liquiditätsrisiken wurden zum Beispiel oft vernachlässigt; nichtsdestotrotz spielten sie eine Schlüsselrolle in der Krise, und der Einfluss auf das Tagesgeschäft einer Bank sollte sorgfältig untersucht werden. Insbesondere die individuellen Liquiditätsrisiken der Produkte und das Liquiditätsrisiko der Finanzierung müssen betrachtet werden.

Anpassungsfähigkeit lohnt sich

Banken müssen einen kontinuierlichen Prozess implementieren, um aufkommende Risiken zu identifizieren und zu managen. Es ist fundamental, dass genügend

Ressourcen zur Risikoidentifikation zur Verfügung gestellt werden, damit diese angemessen erfasst, gemessen und kontrolliert werden. Ebenfalls wichtig ist eine Infrastruktur, die hilft, auch in Krisenzeiten faire und verlässliche Preise nicht standardisierter Produkte zu ermitteln.

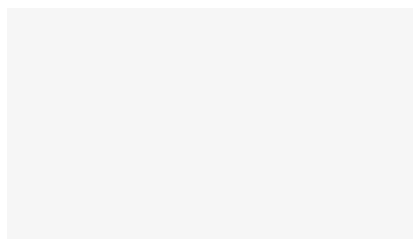
Die Banken, die diese Anpassungen am erfolgreichsten implementieren, werden die ersten sein, die neue Kunden gewinnen. Langfristig werden auch die Kunden profitieren.



DEVISENKÄUFE

Nationalbank kaufte 2018 weniger Fremdwährungen

Die SNB hat ihre Devisenkäufe 2018 gedrosselt. Dies wurde vor der geldpolitischen Lagebeurteilung bekanntgegeben. [Mehr](#)



JEANS

Grosse Nachfrage bei Börsenrückkehr von Levi's

Der Jeanshersteller kehrt erfolgreich aufs Parkett zurück. Levi's hebt den Aktienpreis vor dem Börsengang auf 17 Dollar. [Mehr](#)



AN

E

N

Mi

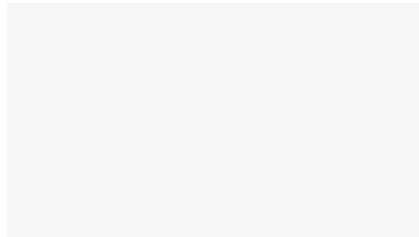
mã

de

Rã

bis

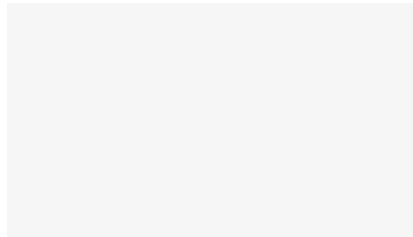
47

**GELDPOLITIK**

Fed sorgt mit Zinspause für Paukenschlag

Jerome Powell, Chef der US-Notenbank Fed, will die Zinsen in diesem Jahr nicht erhöhen. Die Reaktionen sind gemischt.

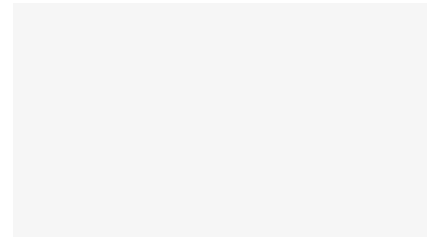
[Mehr](#)

**AKTIEN**

Darauf müssen Dividendenjäger achten

Im Gegensatz zum Kursgewinn ist die Dividende eine relativ sichere Einnahmequelle. Auch wenn die Märkte verrückt spielen.

[Mehr](#)

**INVEST**

Warum China für Schub bei Schweizer Aktien sorgen wird

Der Handelskonflikt mit den USA wirft seine Schatten auf die chinesische Wirtschaft. Dabei gibt es für Anleger auch Chancen. [Mehr](#)