

Neue Fondsprodukte für neue Bedürfnisse

Um veränderten Anlagebedürfnissen gerecht zu werden, müssen Fondsanbieter immer neue Anlagekonzepte entwerfen. Hierfür besonders gut positioniert sind Produzenten, die nicht nur Kundennähe pflegen, sondern auch fähig sind, Wünsche von Investoren in ein erfolgversprechendes Portfoliokonstrukt zu übersetzen.



Von Dr. Andreas Jacobs
Head Product Development
UBS Global Asset Management, Zürich

«Cogito ergo sum.» Zu deutsch: «Ich denke, also bin ich.» An dieser Erkenntnis könne nicht wirklich gezweifelt werden, war der französische Philosoph und Mathematiker Descartes überzeugt. Sie bilde quasi den Grundstein aller weiteren Erkenntnisse.

Übertragen auf das heutige Fondsgeschäft von UBS Global Asset Management lässt sich eine ähnlich zweifelsfreie Erkenntnis gewinnen, die Ausgangspunkt für weitere Schlüsse ist: Den grössten Mittelzufluss verzeichneten jene UBS Fondsprodukte, welche erst kürzlich neu lanciert wurden. Und diese haben alle gemeinsam, dass sie Investoren innovative Lösungen anbieten, anstatt Investitionen in eine bestimmte Anlagekategorie zu offerieren.

Zwei innovative Beispiele

Wie solche Lösungen aussehen können, lässt sich an zwei ausgewählten

Neulancierungen von UBS aufzeigen. So verzeichnete der im September 2004 neu auf den europäischen Markt gebrachte UBS Global Allocation Fund einen Rekordzufluss an Kundengeldern. Dieser Erfolg gründet zu einem grossen Teil darin, dass er eine attraktive Lösung für ein ganz bestimmtes und aktuelles Anlegerbedürfnis anbieten kann.

Dieses besteht darin, Anlagechanzen weltweit und flexibel zu nutzen. Das Produkt stellt somit für diejenigen Investoren eine optimale Lösung dar, welche sich nicht auf eine bestimmte Anlagekategorie festlegen wollen, sondern von einer globalen Diversifikation und einem regelmässigen strategischen Rebalancing profitieren möchten.

Entsprechend bietet der Fonds eine weltweit abgestützte Diversifikation in Aktien und Anleihen über sieben verschiedene, sehr flexibel gewichtete Sub-Anlagekategorien hinweg. Darunter finden sich Aktien und Obligationen aus den verschiedensten Ländern, einschliesslich Emerging Markets. Ein sehr aktives Fondsmanagement passt das Fondsportfolio dabei laufend dem aktuellen Marktumfeld an. Hinzu kommt ein aktives Währungsmanagement beziehungsweise eine weitgehende Absicherung des Währungsrisikos.

Absolut statt relativ

Ein zweites Beispiel einer erfolgreichen Neulancierung sind die UBS Absolute Return Funds. Während eine Relative-Return-Strategie – wie sie bei konventionellen Fonds zur Anwendung kommt – die Portfoliostruktur weitgehend diktiert und dem Vermögensverwalter lediglich ein Abweichen von der Benchmark erlaubt, lässt eine Absolute-Return-Strategie sehr viel mehr Spielraum. Das Prinzip ist ein-

fach: Der Anleger delegiert sowohl die strategischen Anlageentscheide als auch die taktischen – also die aktive Steuerung der Gewichte der verschiedenen Märkte, Anlagekategorien und Währungen im Portfolio – an den Vermögensverwalter mit den Rendite- und Risikoprämien als einziger Vorgabe.

Das Ziel der UBS Absolute Return Funds ist es, eine vorgegebene absolute Rendite zu erreichen. Damit lassen sich, passend zum individuellen Risikoprofil des Investors, unterschiedliche Renditeziele verfolgen. Je aggressiver diese sind, desto mehr Risikotoleranz von Anlegerseite ist allerdings erforderlich, denn Verluste sind, wie bei praktisch allen Investitionen, auch bei Absolute-Return-Strategien nicht ausgeschlossen.

Verändertes Selbstverständnis

Für den Investor sind mit dem UBS Global Allocation Fund und mit den UBS Absolute Return Funds technisch komplexe Anlagepakete geschnürt worden, die aber für seine Bedürfnisse pragmatische und einfache Lösungen bieten. Aus diesen Erfolgsgeschichten lässt sich ein modernes Selbstverständnis des Fondsproduzenten bzw. -entwicklers ableiten.

Dieser versteht seine Aufgabe nicht vorwiegend darin, als klassischer «Investment Manager» Anlagevehikel für bestimmte Anlagekategorien zu kreieren. Vielmehr etabliert er sich als Produzent von Fonds, die Aktien, Anleihen und andere Anlagen auch als Mittel zum Zweck einsetzen – zum Zweck der optimalen Befriedigung von Kundenbedürfnissen.

Hierfür am besten positioniert sind wohl jene Fondshäuser, die einen besonders engen Kontakt zu internen und externen Kunden pflegen. Durch diese Nähe zum Markt können veränderte

Kundenbedürfnisse rechtzeitig erkannt und entsprechende Produktentwicklungen frühzeitig eingeleitet werden.

Die richtige Übersetzung

Ebensowichtig ist jedoch eine ausgefeilte Investment-Expertise. Erst diese ermöglicht die Übersetzung einer Anlageidee in ein erfolgversprechendes Portfoliokonstrukt. Für das Schnüren von integralen Anlagelösungen – wie beschrieben – müssen ganz verschiedene, komplexe Anlageinstrumente

und -strategien eingesetzt werden. Hierzu sind nicht nur spezialisierte Fachleute, sondern auch komplexe Überwachungs- und Risikomanagementsysteme erforderlich.

Fehlt es an Kundennähe, können veränderte Kundenbedürfnisse nicht rechtzeitig antizipiert werden. Fehlen die Expertise und das nötige Know-how, werden adäquate Fondslösungen nicht rechtzeitig auf den Markt gebracht. Erst wenn der Fondsanbieter diese beiden Voraussetzungen erfüllt,

kann er quasi als Prisma funktionieren, das die Wünsche von Kunden in einer Anlagelösung bündeln kann.

Um nochmals im übertragenen Sinn mit Descartes zu sprechen: Es genügt nicht, gute geistige Anlagen zu besitzen. Die Hauptsache ist, sie gut anzuwenden. Für das Fondsgeschäft heisst dies: Wende Dein Investment-Know-how so an, dass Du den Anlagebedürfnissen deiner Kunden mit einer optimalen Lösung gerecht wirst. ●

New fund products for new needs

In order to satisfy changing investment needs, fund providers must constantly develop new investment concepts. The producers who are particularly well positioned to do so are those who not only strive to remain close to clients but are also able to translate investors' wishes into a promising portfolio construct.

“Cogito ergo sum.” In English: “I think, therefore I am.” The French philosopher and mathematician Descartes was convinced that this idea was practically irrefutable. He believed it was basically the cornerstone of all subsequent conclusions. When we relate this idea to the current fund business of UBS Global Asset Management, a similarly undeniable concept becomes clear, and it also provides the foundation for all further conclusions: The UBS fund products with the largest inflows are the ones that were newly launched just recently. And they all have one thing in common, namely that they offer investors innovative solutions instead of investments in a single asset class.

There are two newly launched UBS products that show just how these types of solutions look. The UBS Global Allocation Fund which was newly introduced to the European market in September 2004 brought in a record inflow of assets. This success is based to a large extent on the fact that the fund can offer an attractive solution to a highly specific and topical investment need. This need is to take advantage of investment opportunities flexibly worldwide. Thus, the product represents an optimal solution for those investors who do not want to restrict themselves to a single asset class, but would rather benefit from global diversification and regular strategic rebalancing. Accordingly, the fund offers globally supported diversification in equities and bonds across seven different and flexibly weighted sub-asset classes. Among them are equities and bonds from the most diverse countries, including emerging markets. Very active fund managers adjust the fund portfolio according to the market environment on an ongoing basis. In addition, they perform active currency management or extensive hedging of currency risk.

The UBS Absolute Return Funds provide a second example of a successful new launch. While a relative-return strategy, as used for conventional funds, largely dictates the portfolio structure and only allows the asset manager a deviation from the benchmark, the absolute return strategy allows much more scope. The principle is simple: The investor delegates both the strategic investment decisions and the tactical ones – such as active management of al-

locations to the various markets, asset classes and currencies in the portfolio – to the asset manager and stipulates only the desired risk and return. The UBS Absolute Return Funds aim to achieve a specified absolute return, which means that investors can pursue various target returns according to their individual risk profile. The more aggressive the targets, the higher the risk tolerance that is required on the part of the investor; with absolute-return strategies, as with virtually all investments, losses cannot be ruled out completely.

The UBS Global Allocation Fund and the UBS Absolute Return Funds represent technically complex investment packages which are already bundled but do offer pragmatic and simple solutions to investors' needs. We can discern a modern self-image of fund producers and developers from these success stories. The fund provider does not primarily view itself as a traditional investment manager that creates investment vehicles for certain asset classes. Instead, it establishes itself as a producer of funds that uses equities, bonds and other investments as a means to an end – which is to provide maximum satisfaction to its clients' needs. The best positioned fund houses for this purpose are the ones most closely connected to internal and external clients. By using this proximity to the market, they can promptly recognise changing client needs and respond by developing the relevant products in a timely manner.

Sophisticated investment expertise is just as important a factor. First of all, it enables an investment idea to be translated into a promising portfolio construct. The packaging of integrated investment solutions – as described above – requires the use of a wide range of complex investment instruments and strategies. Besides specialists, complex monitoring and risk management systems are also necessary.

Without proximity to their clients, fund providers cannot properly anticipate changing client needs. If they do not have the expertise and necessary know-how, then they cannot introduce the right fund solutions to the market at the right time. Only by fulfilling both of these requirements can the fund provider best focus on fulfilling clients' needs by providing a bundled investment solution.

To refer once more to Descartes' idea, which we have adapted to this context, it is not enough simply to possess good mental facilities; the most important thing is to use them wisely. For the fund business, this means that you must use your investment expertise to offer your clients an optimal solution with which to fulfil their investment needs.