

Spielarten des Markteintritts

International agierende Gesellschaften beschränken sich nicht darauf, ihren jeweiligen Heimatmarkt abzudecken, sondern auch im Ausland den Vertrieb ihrer Produktpalette zu forcieren. In den vergangenen Ausgaben unseres Magazins (01/2011 und 02/2011) stellten wir zwei französische Gesellschaften vor, die eigeninitiativ den Markteintritt nach Deutschland gewagt haben. Das Geschäftsmodell der in Frankfurt beheimateten max.xs financial services AG fußt auf einer anderen Basis. Sie fungiert als unabhängiger Mittler und bietet Gesellschaften einen direkten Zugang zu etablierten Vertriebspartnern und institutionellen Anlegern im deutschsprachigen Europa an. finanzwelt sprach mit Dr. Oliver Roll, Managing Director bei max.xs financial services AG.



finanzwelt: Herr Dr. Roll, Sie haben als Spezialist für den Vertrieb von Fondsprodukten gerade zwei renommierte ausländische Fondsgesellschaften gewonnen, Rothschild & Cie Gestion und Kleinwort Benson Investors Dublin Ltd. Erklären Sie uns bitte Ihr Geschäftsmodell.

Dr. Roll › max.xs bietet den Vertrieb für Fonds- und Finanzprodukte in Deutschland, d. h. ist sozusagen eine Vertriebsabteilung, die Fondsmanager „mieten“ können. Wir vertreten unsere Partner dabei exklusiv und auf einer langfristigen Basis. Qualität und Absatzpotenzial der Produkte sind besonders wichtig. Wir bieten den Vertrieb von Finanzprodukten in allen Absatzkanälen an, also für den Retail-, Wholesale- bis zum institutionellen Vertrieb. Die angebotenen Produkte müssen natürlich auch zu den Investoren und den jeweiligen Vertriebskanälen passen. Wir werden aber auch langfristig nur eine begrenzte Anzahl von Partnern vertreten können, da wir für jede Nachfrage nur ein Top-Produkt im Angebot haben wollen, also für jede Produktkategorie und Asset-Klasse.

finanzwelt: Wie verläuft das Procedere, wenn Sie neue Partner zum Vertrieb gewinnen möchten?

Dr. Roll › Wir gehen auf Asset Manager im In- und Ausland zu, die wir durch ein intensives und breites Research finden. Wir suchen aktiv nach guten und attraktiven Fondsprodukten für unseren Markt. Natürlich werden wir auch von einer Reihe von Fondsmanagern angesprochen, die Vertriebsmöglichkeiten in Deutschland suchen und hier einen starken Partner brauchen. Wir sind dabei, was die Qualität angeht, sehr wählerisch, denn unsere Partner erhalten von uns auch ein sehr umfangreiches Paket an Dienstleistungen, wie z. B. Marketingauftritt, Präsentationen bei Messen, PR-Arbeit bis hin zum Client Service. Vor einer Kooperationsvereinbarung analysieren wir die Fonds wie ein Investment Consultant: Wir schauen uns sowohl die Gesellschaft als auch die Fondsprodukte und Strategien an, in Bezug auf Performance, Investmentstil und Prozess usw. Genauso wichtig ist, dass wir das Absatzpotenzial genauestens analysieren. Gemeinsam mit unseren Partnern legen wir dann die Fonds oder Strategien fest, mit denen wir hier in den Markt gehen.

finanzwelt: Networking ist ein Muss. Mit welchen Vertriebspartnern werden Sie zusammenarbeiten?

Dr. Roll › Natürlich mit möglichst vielen, und wir legen uns da keine Einschränkungen auf. Wichtig ist, dass Angebot und Nachfrage zusammenpassen. Deswegen wollen wir ein breites Portfolio bereitstellen, so dass die Vertriebspartner das für sie passende Produkt auswählen können und ihren Kunden eine interessante Anlagemöglichkeit eröffnen können, die von max.xs angeboten wird.

finanzwelt: Welche Ziele wollen Sie bis Ende 2011 erreicht haben?

Dr. Roll › In Bezug auf die Partnergewinnung wollen wir unser Angebot insbesondere im Bereich Renten/Fixed Income und Immobilien ausbauen. Bei unseren Vertriebspartnern und Kunden möchten wir natürlich alle „Brands“, die wir vertreten und von denen wir überzeugt sind, bekannt machen und entsprechenden Absatz erreichen. ■

Das Gespräch führte Alexander Hefrich