

ESSAY Das früher wichtige Geschäft mit den Einzelaktien stirbt derzeit in vielen Filialbanken einen leisen Tod. Ursache sind unter anderem die überbordenden gesetzlichen Regelungen. Automatisch erstelltes Research wäre eine Lösung

Automatisiertes Research für Anleger



JÖRG BROCK
Senior Manager
bei Cofinpro

Brock verfügt über fundiertes Fach- und Prozess-Know-how in den Bereichen Wertpapier, Vermögensverwaltung, Asset Management, Vertriebssteuerung und Produkteinkauf. Cofinpro ist eine Management-, Fach- und Technologieberatung für Banken und Kapitalverwaltungsgesellschaften.



MICHAEL BUSSE
Fonds-Advisor bei
Fokus Fund Advisors

Busse war zuvor 15 Jahre lang Aktienanalyst mit Fokus auf europäische Technologie und Industriewerte bei der Helaba Trust, LBBW, und anderen und hat sowohl auf der Buy- als auch der Sell-Side gearbeitet.

Kaufen, halten, verkaufen – das früher wichtige Geschäft mit den Einzelaktien stirbt derzeit in vielen Filialbanken einen leisen Tod. Eine Beratung dazu gibt es kaum noch. Dennoch legen einzelne Kundengruppen darauf weiterhin großen Wert. Um sie nicht zu verlieren und auch um neue Kunden zu gewinnen, sollten Banken auf automatisch erstelltes Research setzen.

Nike ist ein Konzern, dessen Produkte fast überall auf dem Globus zu haben sind. Wer jedoch wissen will, ob es sich lohnt, bei Nike als Aktionär einzusteigen, erntet bei vielen Banken und Sparkassen nur noch Schulterzucken. Der Grund: Aus Kostengründen stellen immer mehr Filialbanken die Aktienberatung ein. Die teure Abteilung für Aktienresearch, wo Unternehmen von Finanzanalysten auf Herz und Nieren geprüft werden, können sie sich so sparen. Nicht allein für den Kunden hat das Konsequenzen: Liegt der Bank für eine Aktie kein Research mehr vor, darf sie dazu auch nicht mehr beraten.

Selbst große Privatbanken ziehen sich aus der Aktienberatung für Privatkunden immer weiter zurück, indem sie sich auf die Aktien der größten Unternehmen beschränken. Hinzu kommt: Nicht jeder Kundenberater darf das aufwendig erstellte Research mehr verwenden. Voraussetzung ist eine spezielle Mifid-II-Schulung. So kommt es, dass mitunter nur noch einer von 20 Bankberatern in Bezug auf Einzelaktien beraten darf.

Gesetzgeber akzeptiert automatisiertes Research

Eine Alternative sind automatisiert erstellte Research-Berichte, die mithilfe von Machine Learning Einzelaktien bewerten. Digitale Lösungen sind so in der Lage, ein größeres Aktienuniversum abzubilden und in kurzen Abständen zu aktualisieren. Vorteile für Banken lie-



Anlegerberatung in der Bank: Vermeintlicher Verbraucherschutz verhindert Hilfe

Bild: Cofinpro, Fokus Fund Advisors, Szepny/Stock

gen in der Wiederaufnahme der Aktienberatung und in dem vergleichsweise kostengünstigen Erwerb der Research-Berichte sowie in der Flexibilität des Aktienuniversums. Die Bank kann die Anzahl der analysierten Unternehmen, Sektoren und Länder nach den Bedürfnissen ihrer Kunden zusammenstellen. Zu jeder Aktie würde es ein Votum geben wie „kaufen“, „halten“ oder „verkaufen“. Dieses bildet dann die Grundlage für das persönliche Beratungsgespräch mit dem Kunden, das so zurück in die Bank geholt wird.

Der Bankkunde bezieht seinen Nutzen aus immer aktuellen Unternehmensinformationen, mit denen er sich schnell kundig machen kann. Zudem kann der Kunde Aktien miteinander vergleichen und Berichte über Sektoren, Ländern und Regionen in der Entscheidungsfindung berücksichtigen.

Rechtlich gesehen darf algorithmisch erzeugtes Research im Beratungsgespräch verwendet werden, denn: Der Gesetzgeber verlangt lediglich, dass die Empfehlung einer Bank durch Research unterlegt sein muss. Ob dieses Research von einem menschlichen Berater oder einen Computer stammt, spielt keine Rolle.

Dank Machine Learning immer aktuellste Informationen

Für das Beratungsgeschäft darf das Votum in den Research-Berichten nicht fehlen. Quantitative Analysen und die deterministische Ableitung einer Handlungsempfehlung aus Kennzahlen werden seit Bestehen großer Datenmengen praktiziert. Machine Learning ermöglicht darüber hinaus die Berücksichtigung öffentlich zugänglicher Informationen wie Zeitungsartikel, Patentanmeldungen und Unternehmensveröffentlichungen.

Die Vorteile dieser Informationen gehen weit über kennzahlenbasierte Emp-

1

Berater von 20 besitzt oft nur noch die Ausbildung, um Bankkunden bei Einzelaktien beraten zu dürfen.

fehlungen hinaus. Zusätzlich können automatisierte Auswertungen Neuigkeiten wie beispielsweise Veröffentlichung von Quartalszahlen ad hoc analysieren und Empfehlungen direkt nach deren Bekanntgabe aktualisieren. Emotionen, die bei menschlichen Analysten in die Bewertung einfließen und legitim sind, fallen bei automatisiertem Research weg. Die Vorgehensweise ist sehr ähnlich zur Erstellung von Wetterprognosen, die ständig umfangreiche Informationen in kürzester Zeit verarbeiten.

Schon heute werden viele Wetterberichte und Berichte von Fußballspielen durch reinen Dateninput generiert wie Anzahl der Tore, zurückgelegte Laufstrecke der einzelnen Spieler etc. Diese Technologie lässt sich auch für die automatische Erzeugung der Research-Berichte nutzen. Diese „schreibt“ dann auf Grundlage der Analysen und Unternehmenskennzahlen ohne menschliches Zutun fertige Berichte.

Automatisiert erstellte Research-Berichte bilden die Grundlagen für das persönliche Beratungsgespräch in der Filiale. Zusätzlich kann die Bank mit diesem Angebot online-affine Neukunden ansprechen. Über ein attraktives Onlinebanking könnten Kunden auf das gesamte Universum der Research-Berichte zugreifen. Die Research-Berichte sind deutlich aufschlussreicher als das Angebot bekannter Direktbanken. Dasselbe Produkt könnte also für den Filial- und Online-Vertriebsweg genutzt werden. Somit kann sich die Aktienberatung optimal in die Omnikanal-Strategie einer Bank einfügen.

Werden die Research-Berichte beim jeweiligen Zentralinstitut der Banken oder Sparkassen erstellt und an diese verkauft, lassen sich zudem hohe Synergieeffekte realisieren. Dadurch könnte auch eine weitere Zielgruppe angesprochen werden: die Vermögensverwalter. Seit dem Inkrafttreten von Mifid II am 3. Januar 2018 beziehen die

meisten Verwalter ihr Research nicht mehr kostenlos, sondern bezahlen dafür den Ersteller. Hier liegt eine neue Geschäftsidee: Da von Maschinen erzeugte Research-Berichte deutlich kostengünstiger sind als von Menschen erzeugte, könnten Erstere auch günstiger abgegeben werden.

Beratungsgespräche wieder in der Bankfiliale möglich

Viele Banken, die keine Einzelaktienberatung mehr anbieten, haben sich verkalkuliert. Sie stellen jetzt enttäuscht fest, dass Kunden, die sich bislang beraten ließen, nicht wie gewünscht auf den hauseigenen Onlinebroker umgestiegen sind. Eine Lösung ist der Erwerb von automatisch erstellten Research-Berichten. Die Bank holt das Beratungsgespräch so zurück in die Filiale und gibt ihren online-affinen Aktienkunden Zugriff auf das umfangreiche Angebot ihrer Research-Berichte. So verhindert die Bank den Abgang vermögender Kunden und hat die Möglichkeit, Aktienkunden von den Direktbanken zurückzugewinnen, die zwar zumeist mit niedrigen Transaktionskosten locken aber keinerlei Zusatznutzen durch Beratung und umfangreiches Research bieten.

Werden die Research-Berichte an zentraler Stelle erstellt und an die Filialbanken günstig weitergegeben, verstärkt sich die Bindung zwischen Zentrale und Filialbank. Darüber hinaus ist der gewinnorientierte Vertrieb als weitere Zielgruppe denkbar. Letztlich zählt aber immer der Nutzen für Anleger.