

# Absolut alternative

Liquide alternative Anlagestrategien  
für institutionelle Investoren

Absolut Research GmbH

## Liquid Alternatives

Markt | Fonds | Asset Manager | Top Quartile

02

2018

Fachbeitrag aus  
Ausgabe 02|2018

### Kommentar

«Etablierung von Third Party  
Marketing in Deutschland»

Von Alexandra von Kalnein



# Etablierung von Third Party Marketing in Deutschland

**T**hird Party Marketers oder auch Drittvertriebe sind in den USA und den U.K. seit vielen Jahren bekannt und erfolgreich aktiv. Ursprünglich entwickelte sich diese Art des externen Vertriebs in der komplexen Private Equity und Hedgefondsbranche in den 90er Jahren, da den damals noch kleinen Finanzunternehmen das Netzwerk und die Kontakte zu institutionellen Investoren fehlten.

Wie jedoch werden Spezialfonds-Investoren betreut, wenn von einem externen 3rd Party Marketer nur vermittelt, aber nicht beraten werden darf (Anlageberatung unterliegt dem §32 KWG)? In jedem Gespräch zwischen institutionellen Spezialfonds-Investoren und Produktanbietern steckt ein Beratungselement und auch nur dadurch kann der 3rd Party Marketer sowohl seinem Investor als auch dem Asset Manager

»» Durch Kontakte, Produktverständnis und die Erklärung des Investmentprozesses in lokaler Sprache schafft der Drittvertrieb echten Mehrwert. ««



**Alexandra von Kalnein**

Niederlassungsleiterin  
Hyde Park Investment Ltd

In Deutschland existiert diese Branche zwar seit ca. 20 Jahren, hat sich bis jetzt aber nur langsam etablieren können. Gründe hierfür liegen u. a. im Geschäfts- bzw. Vergütungsmodell, das langfristige und strategische Partnerschaften zwischen externem Vertrieb und Asset Manager erschwert. Dadurch suchen sich viele 3rd Party Marketers opportunistisch die Investmentstrategien aus, die im jeweiligen Marktumfeld „hot“ sind oder aber bieten Beratungsdienstleistungen an, die regelmäßige Einkünfte versprechen. Was wiederum deutsche Investoren in ihrer Wahrnehmung des „Placement Agent“ bestätigt.

Das regulative Umfeld für Finanzdienstleistungen in Europa hat sich in den letzten Monaten deutlich verschärft und erschwert es allen Akteuren, erfolgreiche Geschäftsmodelle aufzubauen. Dabei wird unter Vertrieb im Rahmen des §34f Gewerbeordnung das Finanzanlagenvermittlungsgeschäft verstanden, das die Kerntätigkeit von ca. 80 % der existierenden Drittvertrieben ausmacht und mehrheitlich im wettbewerbsintensiven Wholesale-Kunden-Segment stattfindet.

einen Mehrwert liefern. In den meisten Fällen handelt es sich um ausländische Produktanbieter, die in den deutschen Markt drängen und häufig schon an der Sprachbarriere scheitern. Hier können lokale existierende Kontakte des Drittvertriebes, ein tiefes Produktverständnis und die Fähigkeit, die Besonderheiten der Investmentprozesse in lokaler Sprache zu kommunizieren, echten Mehrwert liefern. Dadurch entsteht Vertrauen zwischen Investor, Vertrieb und dem häufig noch unbekanntem Asset Manager, das in den meisten Fällen zu Erfolgen führt.

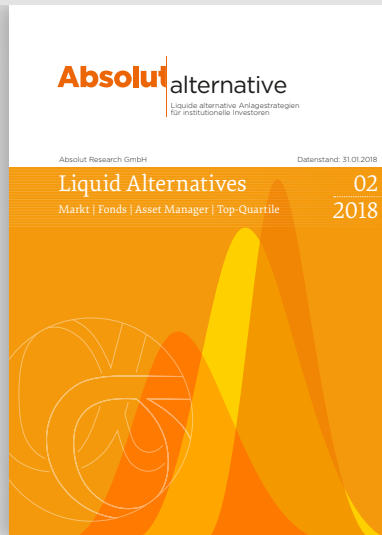
Als Branche sollten wir einer Neuregelung des §34f Gewerbeordnung mit möglicher BaFin Aufsicht oder aber einer notwendigen BaFin Aufsicht positiv entgegensehen und uns klar von den privaten Anlagevermittlern absetzen. Es hilft, bei den institutionellen, den Wholesale Investoren (Dachfonds, Vermögensverwaltern) und vor allem den Asset Managern professioneller und seriöser aufzutreten und somit als gleichwertiger Partner wahrgenommen zu werden. ♦

# Absolut|alternative

Liquide alternative Anlagestrategien für institutionelle Investoren

redaktioneller Teil

quantitativer Teil



## Inhalt

### Absolut|alternative

# 02 2018

- ➔ **Kommentar**  
Etablierung von Third Party Marketing in Deutschland  
Alexandra von Kalnein  
Hyde Park Investment Ltd
- ➔ **Performance Review**  
Performance aktueller Monat – Alle Strategien auf einen Blick
- ➔ **Fachbeitrag**  
Trends, Krisen und die Kosten von Absicherung  
Martin Layton, Damian Leach und Phil Strother, Fulcrum
- ➔ **Im Fokus**  
Fixed-Income-Fonds mit Macro-Fokus

Ja, bitte senden Sie mir den aktuellen Absolut|alternative 02/2018 als **kostenloses** Leseexemplar per PDF-Datei zu.

Vorname/Nachname

Bereich/Funktion

Unternehmen

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Tel./Fax

E-Mail

Bitte senden oder faxen an:  
info@absolut-research.de  
0049 (0)40 303779-15

Absolut Research GmbH  
Große Elbstraße 277a, 22767 Hamburg