



Persönlicher Vertrieb im Internetzeitalter



HAUCK & AUFHÄUSER
ASSET MANAGEMENT GMBH



Inhalt

- 1. Unternehmensportrait Hauck & Aufhäuser Asset Management GmbH**
2. Kaufentscheidung und Vertrauen
3. Einfluss des Internets auf den Vertrieb
4. Bedarfsmatrix für Vertrauen
5. Ihr Ansprechpartner



Vertrauen erwächst aus verantwortungsvollem Handeln

Wer wir sind

Wir beziehen uns gern auf unsere Gründer. Denn der Geist und die Tradition, in denen Hauck & Aufhäuser Privatbankiers seine Kunden betreut, sind im Kern seit 1796 gleich geblieben.

- Unsere Unabhängigkeit ist das Fundament für Qualität.
- Eine sehr persönliche und ganzheitliche Beratung geht jeder Anlageempfehlung voraus.
- Unternehmerisches Denken und verantwortungsbewusstes Handeln bestimmen unsere Geschäftsphilosophie.



In Frankfurt am Main und in München gegründet, zählt Hauck & Aufhäuser heute zu den wenigen unabhängigen Privatbanken in Deutschland
(links: Friedrich Michael Hauck, rechts: Heinrich Aufhäuser)



Sicherheit und Kontinuität durch starke Gesellschafter

Gesellschafter

Hauck & Aufhäuser Privatbankiers befindet sich vollständig im Besitz privater Anteilseigner.

Dr. Jürgen Heraeus:

„Wir haben uns für ein Engagement entschieden, weil wir bei Hauck & Aufhäuser das finden, was wir woanders nicht mehr sehen: eine auf Kontinuität und gegenseitige Wertschätzung aufgebaute Partnerschaft auf Augenhöhe, in der wir unsere aktuellen und künftigen Themen mit einem kompetenten Bankpartner besprechen und lösen. Das können und wollen wir so an unsere Kinder und Nachfolger weiterreichen...“

Familie Dr. Jürgen
Heraeus



Prof. Hans-Joachim Langmann

Jägermeister

Familie Mast



Herr Hansjakob Müller



Herr Frank Asbeck

Viele erfolgreiche Unternehmer und Unternehmerfamilien haben uns ihr Vertrauen geschenkt



Hauck & Aufhäuser

Services für institutionelle Anleger

Asset Management

- Hauck & Aufhäuser Asset Management GmbH, München, seit 2006
- Hauck & Aufhäuser (Schweiz) AG, Zürich, seit 1982

Strukturierung Alternativer Investments

- Hauck & Aufhäuser Alternative Investment Services, Luxemburg, seit 2009

KAG-Dienstleistung

- Hauck & Aufhäuser Investment Gesellschaft S.A. , Luxemburg, seit 1989

Depotbank-Dienstleistungen

- Hauck & Aufhäuser Banquiers Luxemburg S.A. , Luxemburg seit 1973
- Hauck & Aufhäuser Privatbankiers KGaA, Frankfurt



Hauck & Aufhäuser Asset Management GmbH stellt sich vor

Service- und Performancequalität sind aus unserer Sicht eine Frage der Erfahrung

- 29 Mitarbeiter, davon 16 Spezialisten im Fonds- und Risikomanagement mit durchschnittlich 14 Jahren Kapitalmarkterfahrung
- Mitarbeiter mit erstklassiger Ausbildung und langjähriger Zugehörigkeit zum Haus (durchschnittlich 8 Jahre)
- Ausgeprägte Beratungskompetenz
- Hohe Flexibilität zur Umsetzung individueller Anforderungen von institutionellen Anlegern
- Hochmotivierte Fondsmanager durch große Eigenverantwortung und kleine Teams
- Außerordentliche Fähigkeiten im Risikomanagement



Inhalt

1. Unternehmensportrait Hauck & Aufhäuser Asset Management GmbH
- 2. Kaufentscheidung und Vertrauen**
3. Einfluss des Internets auf den Vertrieb
4. Bedarfsmatrix für Vertrauen
5. Ihr Ansprechpartner



Wahrgenommene Risiken bei Asset Management Produkten

- Kauf- und damit auch Anlageentscheidungen für Investmentprodukte werden, analog zu dem im Jahre 1960 veröffentlichten Konferenzbeitrag von Raymond A. Bauer „consumer behaviour as risk taking“, von den wahrgenommenen Risiken des Entscheiders beeinflusst.
- Asset Management Dienstleistungen sind virtuelle und schwer vergleichbare Produkte, dessen wichtigste Eigenschaft aus Kundensicht - „die relative und absolute Performance“ - ein sehr „flüchtiges“ Element ist.
- Wahrgenommene Risiken sind z.B.:
 - Erwartungen in das relative/absolute Verhaltensmuster der Strategie werden nicht erfüllt
 - beschriebene Qualität, zugesagte Reportings etc. werden nicht erfüllt
 - wesentliche Parameter bei der Definition des Anlagewunsches wurden vom Anleger übersehen bzw. nicht beachtet
 - Zielverfehlung des Produktes führt zu Nichterfüllung der eigenen Ziele und Aufgaben
 - persönlicher Reputationsverlust innerhalb der eigenen Organisation



Herausforderung für den Vertrieb

- **Vertrauensvolles Wissen** in Form von vertrauensvoller Einstellung gegenüber den handelnden Personen, dem Unternehmen und dem „Produkt“ zu **erzeugen**
- **Kommunikation** und damit auch der persönliche Kontakt besitzt das Potential, die psychologische Verankerung einer Leistung zu vollziehen, in dem relevantes Wissen und **positive Einstellungen** erzeugt werden
- **Reputation** übt hier einen großen Einfluss auf das Vertrauen aus



Vertrauen vermindert Risikowahrnehmung

Definition Vertrauen:

Vertrauen bildet die Basis für eine Prognose, die eine Person bezüglich der zukünftigen Vertrauenswürdigkeit eines Interaktionspartners oder eines Interaktionsobjektes abgibt.

(Luhmann 1989/Oswald 1997)

- Es entsteht durch das Wissen aus eigener Erfahrung, sowie von Informationen, die von anderen vermittelt werden.

→ Aufbau und Aufrechterhaltung von Vertrauen ist folglich von maßgeblicher Bedeutung für persönlichen Vertrieb im Internetzeitalter



Inhalt

1. Unternehmensportrait Hauck & Aufhäuser Asset Management GmbH
2. Kaufentscheidung und Vertrauen
- 3. Einfluss des Internets auf den Vertrieb**
4. Bedarfsmatrix für Vertrauen
5. Ihr Ansprechpartner



Reputation des Unternehmens – Ausgangspunkt für wachsendes Vertrauen

Reputation ist wie ein feines Porzellan. Einmal zerbrochen, ist es nur schwer wieder zu reparieren.

Abraham Lincoln

- Es bedarf vieler kleiner und großer Maßnahmen, um die Reputation für ein Unternehmen aufzubauen.
- Ziel ist Kompetenz, Leistung und gesellschaftliche Verantwortung möglichst transparent darzustellen.
- Im Internetzeitalter ist die Unternehmens-Homepage ein Weg diese Informationen zur Verfügung zu stellen und damit eine direkte Verbindung zum Kunden herzustellen.
- Idealerweise fungiert die Homepage wie ein guter Verkäufer und erleichtert
 - die Kontaktaufnahme,
 - bietet Produkte und Services an,
 - hilft dem Kunden beim Lösen von Problemen
 - stärkt die Markenbindung



Vertriebsmitarbeiter als Marke

- Das Internet verändert auch die Bedeutung und die Wahrnehmung des Vertriebs.
- Innovative Kommunikationsinstrumente, wie Blogs, Twitter, Facebook, Xing, Youtube, bieten eine Plattform, die eigene Persönlichkeit als Marke, als **Personal Brand** zu entwickeln.
- Persönlicher Kontakt in Social Media funktioniert jedoch nach anderen Regeln, als die bisher gewohnten Formate. Sie erfordern eine **höhere Aktivität** und bedeuten auch eine deutlich **höhere Transparenz**.
- Da das Web nichts „vergisst“, ist die langfristige Herausforderung, an seinem eigenen **Reputationsmanagement** zu arbeiten.



Der Mitarbeiter als „Markenbotschafter“ im Internet

- Ein Markenbotschafter repräsentiert mit Bild, Name, Businessprofil offen und aktiv sein Unternehmen.
- Diese wirken als Stellvertreter bewusst an der Gestaltung der Markenkommunikation des Unternehmens mit und werden im Idealfall als Meinungsbildner wahrgenommen.
- Damit bietet das Internet eine Möglichkeit, die Bedeutung des Vertriebsmitarbeiters für das Unternehmen zu steigern.



Inhalt

1. Unternehmensportrait Hauck & Aufhäuser Asset Management GmbH
2. Kaufentscheidung und Vertrauen
3. Einfluss des Internets auf den Vertrieb
- 4. Bedarfsmatrix für Vertrauen**
5. Ihr Ansprechpartner



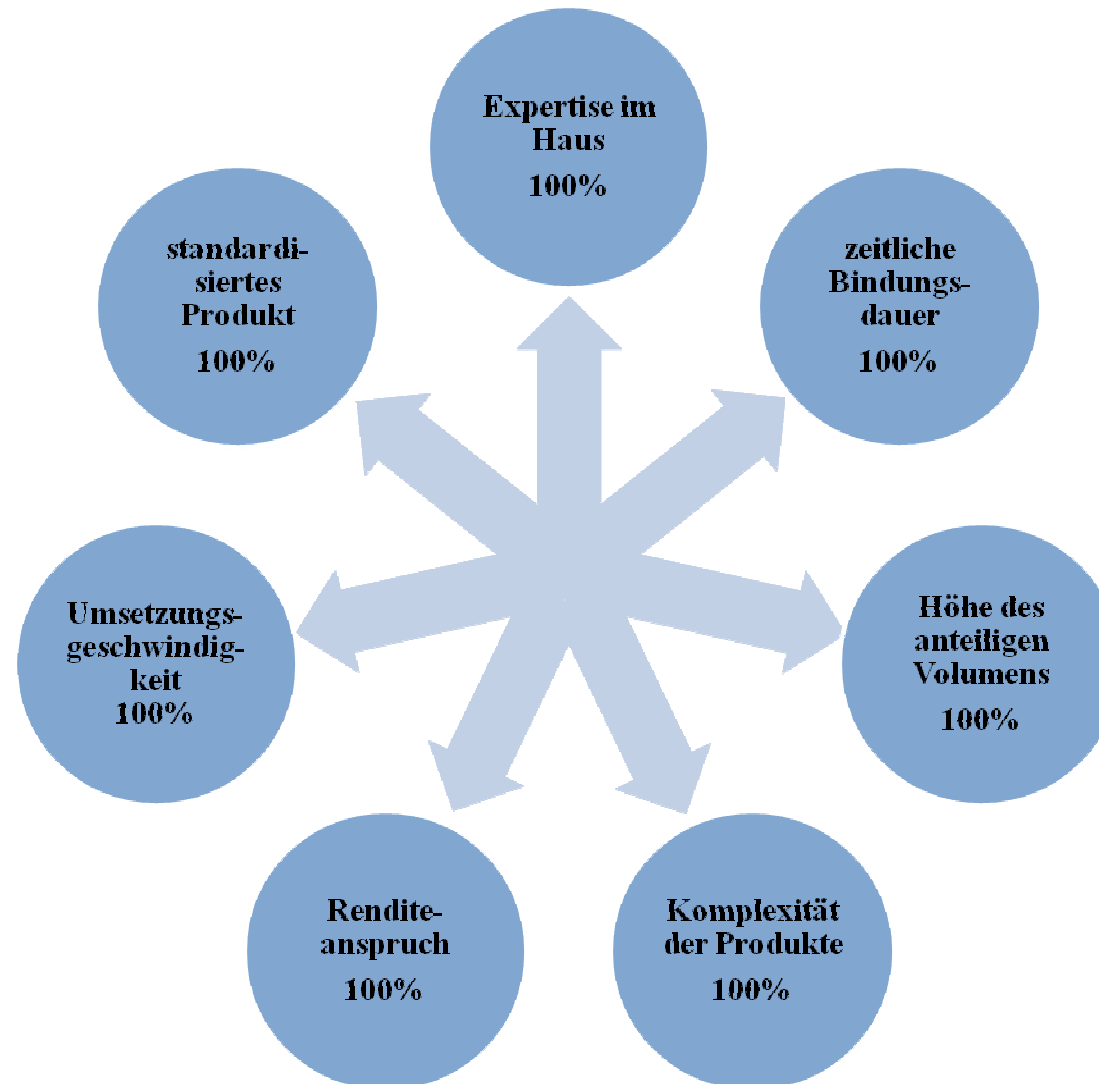
Grad der Risikowahrnehmung entscheidend für das Maß an Vertrauen

Maß und Bedeutung des Vertrauens, die man für eine Entscheidung benötigt , ist u. a. abhängig von:

- der eigenen **Kapitalmarktexpertise** des Anlegers
- zeitlicher **Bindungsdauer**
- **Umsetzungsgeschwindigkeit**
- **Anlagevolumen** in Relation zu dem gesamten verwalteten Vermögen
- **Komplexität der Lösung** - standardisiertes Produkt
- **Renditeanspruch** oberhalb des „risikolosen“ Zinssatzes
- **Reportings** und **Dienstleistungen**

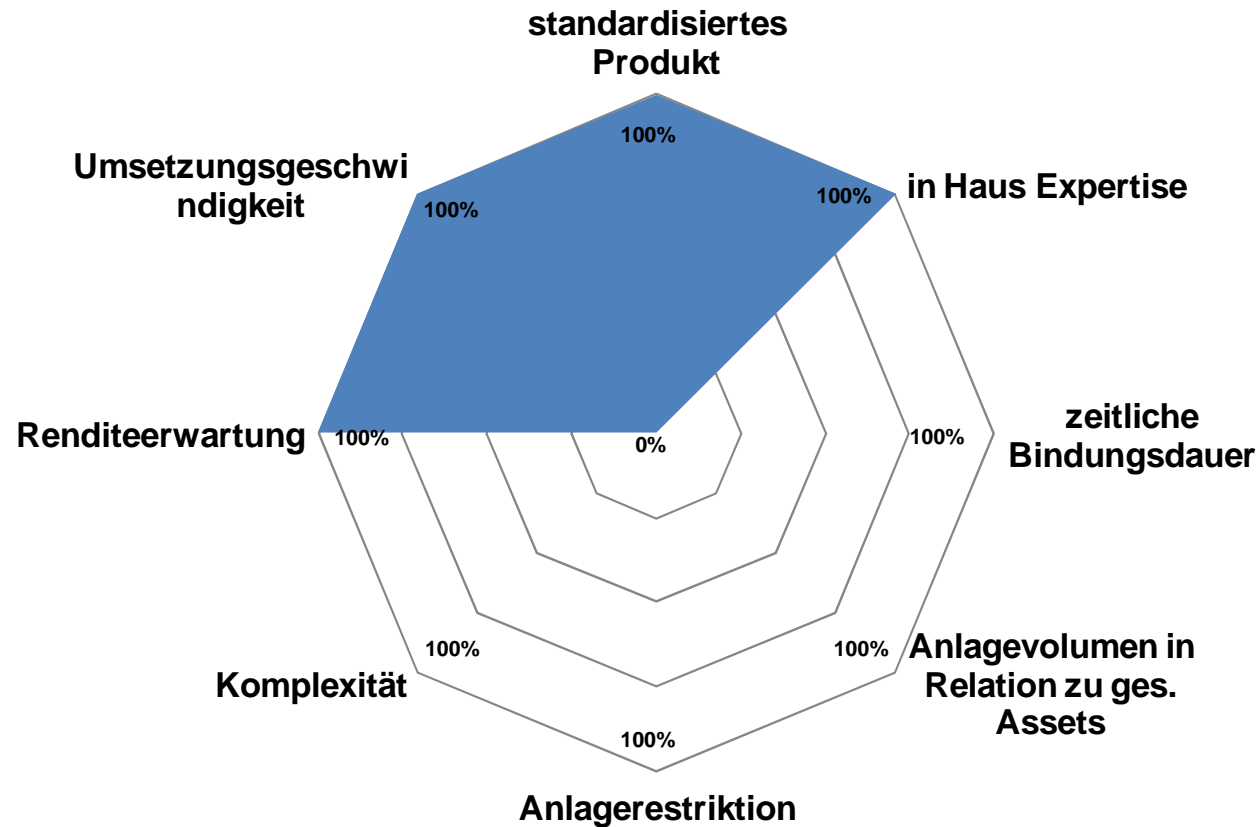


Bedarfsmatrix für Vertrauen in Investmentprodukte





Beispiel 1: Einsatz eines Dax-ETFs im Depot-A einer großen Sparkasse



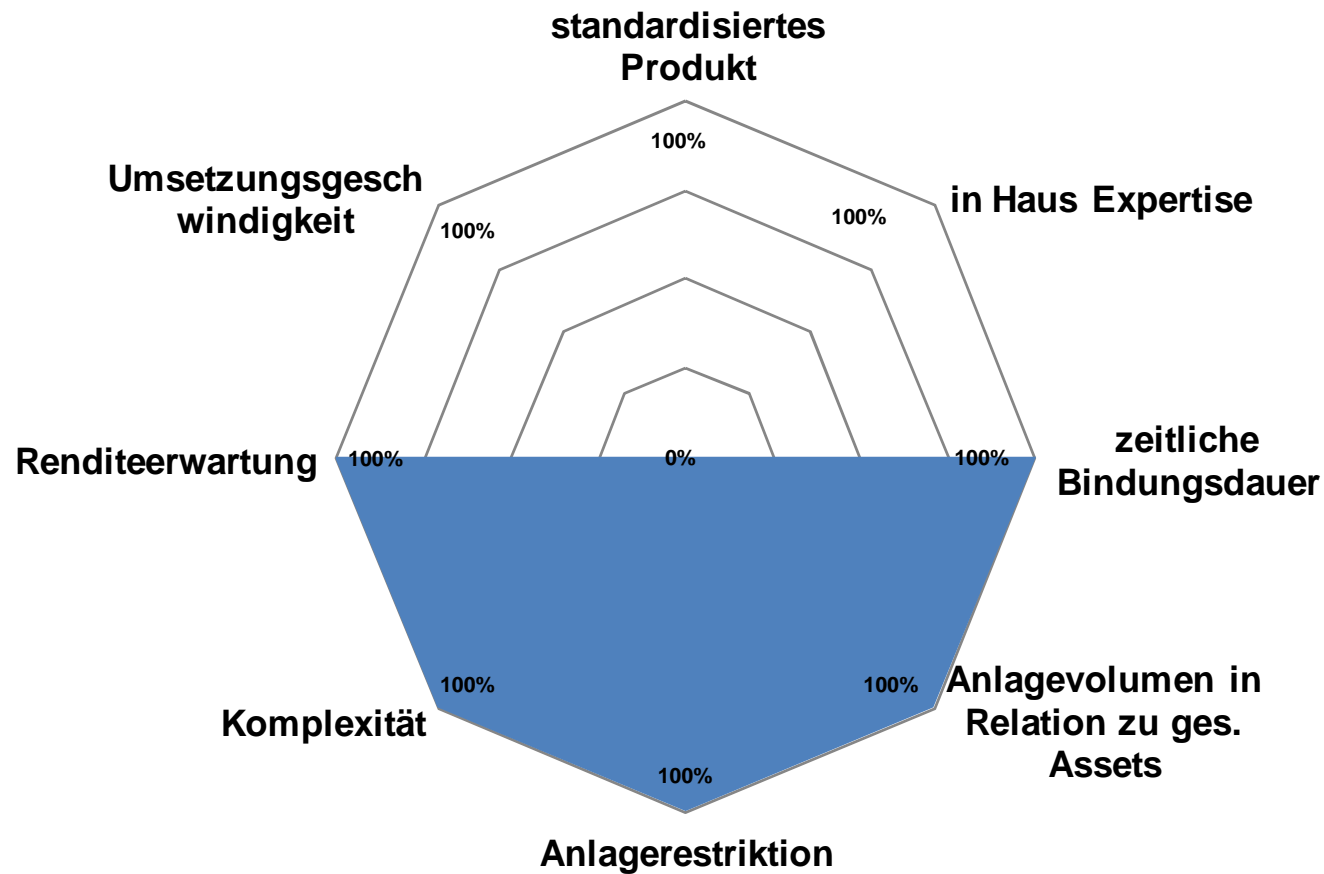
geringe
Risikowahrnehmung
Affinität zum
Unternehmen

■ Dax-ETF

Hohe Risikowahrnehmung
Hohe Bedeutung des
persönlichen Kontaktes



Beispiel 2: Einsatz einer Multi-Asset Absolut-Return Strategie bei einer Stiftung



geringe
Risikowahrnehmung
Affinität zum
Unternehmen

■ Multi-Asset Absolut-
Return Strategie

Hohe
Risikowahrnehmung
Hohe Bedeutung
des persönlichen
Kontaktes



Fazit

- *Es lässt sich als historische Tendenz festhalten, dass die herrschenden Funktionen und Prozesse im Informationszeitalter zunehmend in Netzwerken organisiert sind. Netzwerke bilden die neue Morphologie unserer Gesellschaft, und die Verbreitung der Vernetzungslogik verändert die Funktionsweise und die Ergebnisse von Prozessen der Produktion, Erfahrung, Macht und Kultur wesentlich.*“ (Castells 2003: 527)

- Internet bietet zusätzliche Möglichkeiten für Unternehmen.
- Social Media bedeuten eine neue Dimension für die Mitarbeiter im Vertrieb hinsichtlich:
 - der eigenen Wahrnehmung
 - der Bedeutung für das Unternehmen
 - in der Interaktion zwischen Unternehmen und Mitarbeiter
 - in der Kommunikation mit Kunden

- Herausforderung ist, die eigene Wahrnehmung, den eigenen „Brand“, auch auf diesem Wege zu entwickeln.



Inhalt

1. Unternehmensportrait Hauck & Aufhäuser Asset Management GmbH
2. Kaufentscheidung und Vertrauen
3. Einfluss des Internets auf den Vertrieb
4. Bedarfsmatrix für Vertrauen
- 5. Ihr Ansprechpartner**



Ihr Ansprechpartner

Aktivitäten
Businessdaten
Kontakte (38)

Reiner Beutler
 Geschäftsführer
 Hauck & Aufhäuser Asset Management GmbH

Löwengrube 18
 80333 München
 Deutschland (Karte)
 ✉ reiner.beutler@haam.de

+49-89-2393-2595
 +49-170-8596334

▼
Meine Anmerkungen zu Reiner Beutler

Berufserfahrung

bis heute	Geschäftsführer (Angestellter (Vollzeit)) Hauck & Aufhäuser Asset Management GmbH Branche: Bankwesen, Finanzdienstleistungen, 51-200 Mitarbeiter
------------------	---

Beschäftigungsart Führungskraft

Ausbildung

Sprachen Deutsch, Englisch

Kontaktdaten

Geschäftlich	Löwengrube 18, 80333 München, Deutschland (Bayern)
Telefon	+49-89-2393-2595
Handy	+49-170-8596334

E-Mail-Adressen	Geschäftlich reiner.beutler@haam.de
------------------------	--



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Disclaimer

In diesem Dokument enthaltene Angaben richten sich ausschließlich an professionelle Kunden i.S.v. § 31a Abs. 2 WpHG und stellen keine Anlageberatung dar, sondern dienen ausschließlich der Beschreibung von Anlagestrategien oder Anlageprodukten, die ohne unsere Vorankündigungen wieder geändert werden können. Wir haben uns bemüht, alle Angaben sorgfältig zu recherchieren und zu erarbeiten. Dabei wurde zum Teil auf Informationen Dritter zurückgegriffen. Einzelne Angaben können sich insbesondere durch Zeitablauf oder infolge von gesetzlichen Änderungen als nicht mehr zutreffend erweisen. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität sämtlicher Angaben kann daher keine Gewähr übernommen werden.

Sofern Aussagen über Marktentwicklungen, Renditen, Kursgewinne oder sonstige Vermögenszuwächse sowie Risikokennziffern getätigt werden, stellen diese lediglich Prognosen dar, für deren Eintritt wir keine Haftung übernehmen. Insbesondere sind frühere Wertentwicklungen, Simulationen oder Prognosen kein verlässlicher Indikator für die zukünftige Wertentwicklung. Vermögenswerte können sowohl steigen, als auch fallen. Die hier diskutierten Anlagemöglichkeiten können je nach den speziellen Anlagezielen und Finanzpositionen für bestimmte Anleger ungeeignet sein.

Sofern sich Angaben in diesem Dokument auf einzelne Investmentfonds beziehen, sollte eine Anlageentscheidung in jedem Fall auf Basis des vereinfachten bzw. vollständigen Verkaufsprospektes in Ergänzung mit dem jeweils letzten geprüften Jahresbericht und zusätzlich jeweiligen Halbjahresbericht, falls ein solcher jüngerer Datums als der letzte Jahresbericht vorliegt, getroffen werden, die die allein verbindliche Grundlage des Kaufs darstellen. Die vorgenannten Verkaufsunterlagen erhalten Sie in elektronischer oder gedruckter Form in den Geschäftsstellen der Hauck & Aufhäuser Privatbankiers KGaA, Kaiserstraße 24, 60311 Frankfurt am Main bzw. Löwengrube 18, 80333 München oder der Hauck & Aufhäuser Investment Gesellschaft S.A., 21, Avenue de la Liberté, 1931 Luxembourg. Der Verkaufsprospekt enthält ausführliche Risikohinweise.

Die ausgegebenen Anteile des jeweiligen Fonds dürfen nur in solchen Rechtsordnungen zum Kauf angeboten oder verkauft werden, in denen ein solches Angebot oder ein solcher Verkauf zulässig ist. Einzelheiten regelt der jeweilige Verkaufsprospekt.

Soweit steuerliche oder rechtliche Belange berührt werden, sollten diese vom Adressaten mit seinem Steuerberater bzw. Rechtsanwalt erörtert werden.

Sofern STOXX-Indizes in der Präsentation bzw. Publikation enthalten sind, weisen wir daraufhin, dass EURO STOXX 50®, STOXX® Europe 50, EURO STOXX®, STOXX® Europe 600, EURO STOXX® Select Dividend 30 und EURO STOXX 50® Volatility (VSTOXX®) eingetragene Marken von STOXX Limited sind.

