

FONDS

professionell

VERTRIEB & PRAXIS Philippe Oddo + Selina Piening | Oddo BHF

„Auf dem Weg zu einer echten europäischen Bank“

Kein geringeres Ziel, als zu einem der führenden Finanzinstitute der Eurozone zu werden, hat sich **Philippe Oddo**, Vorstandschef von **Oddo BHF**, gesetzt. **Selina Piening** als Chefin des Fondsvertriebs erklärt, wie das Asset Management dazu beitragen kann.

Die im März 2016 von den Aufsichtsbehörden genehmigte Übernahme der früheren BHF-Bank durch das damals noch unter Oddo & Cie. firmierende französische Bankhaus hat Kraft gekostet. Nach ertragsschwachen Anfangsjahren war die Freude bei Philippe Oddo, Vorstandschef der heute unter Oddo BHF agierenden Finanzgruppe, umso größer, als er für 2021 eine Steigerung der verwalteten Kundenvermögen auf inzwischen gut 140 Milliarden Euro und einen Gewinn vor Steuern in Höhe von 200 Millionen Euro verkünden konnte. Damals stellte der Franzose auch für das noch laufende Jahr ein „deutlich positives Ergebnis“ in Aussicht, betonte aber, der Ukraine-Krieg könne belasten. Wir haben dazu mit Philippe Oddo und Selina Piening, für Deutschland und Österreich zuständige Vertriebschefin der Asset-Management-Sparte, gesprochen.

Herr Oddo, auf der Homepage Ihrer Bank prangt ganz oben der Claim „Make every day an opportunity“. Aber fällt es nicht auch Ihnen schwer, in Zeiten einer Multikrise

»Mit höheren Zinsen können wir wieder sehr viel stärker mit High-Yield-Investments und Multi-Asset-Anlagen punkten.«

Selina Piening, Oddo BHF

jeden Tag als Chance zu begreifen?

Philippe Oddo: Niemand wird bezweifeln, dass wir derzeit in einer Zeit der Multikrisen leben, wie Sie das nennen. Aber bleiben wir ehrlich: Am Ende stellt uns das Leben immer wieder auf Neue vor Herausforderungen, die es zu meistern gilt. Mit unserem Motto wollen wir dazu ermuntern, auch in der aktuell schwierigen Situation die eigene Energie dafür zu nutzen, möglichst gute und

besonnene Entscheidungen zu treffen und sich Herausforderungen zu stellen, statt die Augen davor zu verschließen. Meine eigene Laufbahn in der Finanzbranche hat im Grunde mit einer Krise begonnen.

Das war kurz vor dem Börsencrash von 1987. Damals habe ich erkannt, dass Krisen so etwas wie notwendige Stationen auf dem Weg der eigenen Weiterentwicklung sind, aus denen man lernen muss.

Was haben Sie gelernt?

Oddo: Dass das größte Problem in Zeiten einer Krise das Versiegen von Liquidität ist. Auch wenn wir als Anbieter von Investmentfonds die unter dem Renditegesichtspunkt langfristigen Vorteile von risikotragenden Assets durchaus zu schätzen wissen: Als Vermögensverwalter darf man gerade die Liquiditätssituation nie aus den Augen verlieren. Denn sobald sich kein Käufer mehr findet, wird man sich unter Umständen nur mit hohen Verlusten von Positionen trennen können.

Ein Schicksal, das Ihr Unternehmen mit den meisten seiner Mitbewerber teilt.



»Das größte Problem
in Zeiten einer Krise
ist das Versiegen
von Liquidität.«

Philippe Oddo, Oddo BHF



Oddo: In gewisser Weise schon, allerdings sehe ich unser Unternehmen gegenüber einem reinen Asset Manager oder vielen anderen Banken durchaus im Vorteil. Unter dem Dach von Oddo BHF vereinen wir insgesamt drei Geschäftsbereiche, neben dem Asset Management gehören das Private Wealth Management und der Bereich Corporates & Markets dazu. Wir betreiben zudem kaum Kreditgeschäft, was uns auch bei einer abnehmenden Liquidität weniger verwundbar macht als etwa eine Kreditbank.

Aber wäre es für Oddo BHF nicht sinnvoll, eine Börsennotierung in Angriff zu nehmen, allein schon, um darüber weitere Expansionsmöglichkeiten zu erschließen?

Oddo: Wir haben es auch ohne Börsennotierung geschafft, zu einer der größten unabhängigen Privatbanken der Eurozone aufzusteigen. Wir verwalten inzwischen ein Gesamtvermögen von 140 Milliarden Euro für private und institutionelle Kunden. Und mit einem Eigenkapital in Höhe von mehr als einer Milliarde Euro, einem Nettoertrag von 780 Millionen Euro und

einem Gewinn vor Steuern von 200 Millionen Euro im vergangenen Jahr sind wir nicht auf das Geld von Aktionären angewiesen, um unser Geschäft weiterzuentwickeln. Das ermöglicht uns eine Eigentümerstruktur, die zum einen keine andere Bank aufweist, und die zum anderen unseren Mitarbeitern die Möglichkeit bietet, sich am Unternehmen zu beteiligen. Das ist uns besonders wichtig.

Warum?

Oddo: Weil es uns in die Lage versetzt, besondere Talente langfristig stärker an uns zu binden, wenn diese am Unternehmenserfolg partizipieren. Zudem werden sie dadurch zu Mitunternehmern, die eine sehr viel höhere Motivation mitbringen, unser Geschäft zum Vorteil von langfristig zufriedenen Kunden weiterzuentwickeln.

Zahlt sich denn eine solche Beteiligung am Ende für die Mitarbeitenden aus?

Oddo: Das kann man aus meiner Sicht ohne Weiteres sagen, denn über entsprechende Ausschüttungen und zusätzliche Kapitalgewinne lässt sich durch eine solche Be-

teiligung eine weit bessere Rendite erzielen, als das mit anderen Anlageformen möglich wäre. Nicht umsonst investieren manche Kolleginnen und Kollegen zehn Prozent ihres Gehalts in unsere Firma, manch einer hat mehr in unser Unternehmen investiert als in seine eigene Wohnung. Und das, ohne dass sie dabei das Gefühl hätten, ein zu hohes Risiko einzugehen oder allzu großen Schwankungen ausgesetzt zu sein.

Aber auch Ihr Geschäft unterliegt einer vergleichsweise hohen Volatilität. Die jüngste Börsenentwicklung ist doch auch an Ihrem Unternehmen nicht spurlos vorbeigegangen.

Oddo: Im Prinzip gebe ich Ihnen schon recht, dass deutlich steigende Zinsen die Bewertung von Aktien auch in den von uns angebotenen Investmentfonds belastet haben. Unterm Strich aber profitieren wir insgesamt durchaus von höheren Zinsen, auch wenn wir weiterhin mit rund 20 Prozent einen Großteil unserer Erträge in den weiteren Ausbau unserer Finanzanalyse und unserer Research-Kapazitäten sowie in den IT-Bereich investieren.



Inwiefern?

Selina Piening: Nicht nur, weil unser Depotgeschäft in der Bank wieder deutlich anzieht, mit höheren Zinsen können wir künftig auch wieder sehr viel stärker in Bereichen wie High-Yield-Investments und Multi-Asset-Anlagen punkten. Nicht zu vergessen unsere Produktlinie an Laufzeitfonds, die wir kontinuierlich seit bereits 15 Jahren anbieten und unter anderem sehr stark über Banken, Volksbanken, Sparkassen und freie Finanzberater vermarkten. Viele unserer Mitbewerber haben sich aus guten Gründen aus diesem Segment verabschiedet. Wir sind dem Segment dagegen auch in schwierigen Zeiten bewusst treu geblieben. Das erweist sich heute als Vorteil, denn mit deutlich höheren Zinsen lassen sich inzwischen gerade auch bei den Laufzeitfonds wieder durchaus attraktive Produkte umsetzen.

Was sich in Zahlen wie genau ausdrückt?

Piening: Wir haben davon profitiert, als es schon zu Beginn der Coronakrise zu einem Auseinanderlaufen von Spreads gekommen ist. Entsprechend haben wir derzeit mit dem Laufzeitfonds Global Target 2026 bereits das zwölfte Produkt dieser Art im

»Unsere Produktlinie an Laufzeitfonds bieten wir kontinuierlich seit bereits 15 Jahren an.«

Selina Piening, Oddo BHF

aktiven Vertrieb. Und für Januar planen wir die Auflage eines weiteren Laufzeitfonds mit Endfälligkeit 2028. Nach einer langen Zeit der Zinsdürre oder gar negativen Zinsen bieten diese Fonds wieder attraktive Ertragsaussichten mit einer Yield to Maturity von etwa sieben Prozent, die sich viele Kunden gern sichern – zumal bei eventuell irgendwann wieder sinkenden Zinsen zusätzliche Kursgewinne anfallen, sodass man seinen Fonds unter Umständen auch schon vor Erreichen des ursprünglich vor-

KURZ-VITA: Selina Piening

Seit fast vier Jahren verantwortet Selina Piening den Vertrieb von Oddo BHF Asset Management in Deutschland und Österreich. Zuvor hat sie in gleicher Position fast acht Jahre für Edmond de Rothschild gearbeitet. Zu weiteren Stationen ihrer Karriere in der Fondsbranche gehören die DWS und Axa Investment Managers.

gesehenen Laufzeitendes mit einem zusätzlichen Plus veräußern kann.

Wobei sich die besondere Attraktivität doch nur dann materialisiert, wenn es zwischendurch nicht zu Ausfällen von Schuldern kommt. Denn eine Garantie gibt es bei den Produkten doch nicht, oder?

Piening: Eine Garantie gibt es zwar nicht, aber in Bezug auf Ausfallrisiken haben wir bei den Produkten in gewisser Weise vorgesorgt. Denn für den Fall, dass eine Anleihe vorzeitig zurückgezahlt wird oder ein Schuldner tatsächlich einmal ausfallen sollte, haben wir bewusst bestimmte Puffer in die Zielrendite der Produkte eingepreist.

Gibt es darüber hinaus Bereiche, in die Ihre Bank oder Sie als Asset Manager noch hineinwachsen möchten?

Oddo: Auf jeden Fall. Ganz oben steht dabei aus meiner Sicht der Bereich der illiquiden oder alternativen Assets, sprich Sektoren wie Private Equity, Private Debt und Venture Capital. Das sind Bereiche, in denen wir uns aus gutem Grund verstärken wollen, weil wir davon überzeugt sind, dass solche Anlageformen sehr gut zu den Bedürfnissen unserer Kunden passen. Damit meine ich nicht nur das Segment der institutionellen Investoren, auch aus dem Segment der unabhängigen Vermögensverwalter und der Bankberater und nicht zuletzt der IFAs erhalten wir Signale, dass solche Anlageformen durchaus gesucht sind.

Piening: Man sollte nicht unterschätzen, dass gerade der Bereich der freien Berater und unabhängigen Vermögensverwalter eine der wichtigsten Säulen in unserem Asset-Management-Geschäft darstellt. Traditionell ist das insbesondere in Frankreich der Fall, wo diese Vertriebssegmente schon seit über 30 Jahren unsere stärksten Geschäftsfelder sind. Inzwischen gilt das aber auch für den deutschen Markt. Daher müssen wir natürlich gerade dort mit innovativen Lösungen aufwarten, um in einem für alle



Beteiligten fruchtbaren Austausch zu bleiben. In diesem Zusammenhang sind natürlich auch unsere Polaris- und Themenfonds sowie unsere ESG-Expertise zu erwähnen.

Aber hat sich im Vertrieb etwas Grundlegendes verändert? In den Jahren 2020 und 2021 gab es so gut wie keine Events, und auch Beratung fand verstärkt vom Homeoffice aus statt. In diesem Jahr waren viele Berater wieder beim Kunden, aber die Absatzzahlen lassen zu wünschen übrig, was doch auch Ihre Gesellschaft zu spüren bekam ...

Oddo: ... was aber in erster Linie mit der im laufenden Jahr sowohl bei Aktien als auch bei Anleihen erheblich gedrückten Marktsituation zusammenhängen dürfte. Deshalb glaube ich nicht, dass eine Art Korrelation nach dem Motto „Vertrieb aus dem Homeoffice führt zu explodierenden Umsätzen“ besteht. Das von Multikrisen geprägte Umfeld, wie Sie es eingangs genannt haben, hat zu einer gewissen Ratlosigkeit bei vielen Kunden geführt, die gerade begonnen hatten, sich für neu auftretende Opportunitäten zu interessieren, was selbst durch die – zum Glück nur

»Die Übernahme der früheren BHF-Bank war für uns ein riesiger Schritt.«

Philippe Oddo, Oddo BHF

sehr kurze – Korrekturphase zu Beginn der Coronakrise nicht aufgehalten wurde.

Piening: Wobei ich schon sagen würde, dass wir uns aufgrund der Ereignisse in der jüngsten Zeit inzwischen in einer Art dritten Phase von modernem Vertrieb oder Beratung befinden. Die erste Phase war geprägt vom direkten Austausch zwischen Kunde und Berater beziehungsweise im B2B-Bereich zwischen Vertriebsbeauftrag-

KURZ-VITA: Philippe Oddo

Als Spross einer traditionsreichen französischen Bankiersfamilie ist Philippe Oddo heute Vorstandschef der Finanzgruppe Oddo BHF. Nach seinem Studium in Paris, New York und Köln trat er bereits 1984 ins Management des damals noch unter Oddo & Cie. firmierenden Pariser Privatbankhauses ein, dessen Geschichte bis 1849 zurückreicht. Im Alter von 28 Jahren übernahm er drei Jahre später gemeinsam mit seinem Bruder die Führung der familieneigenen Bank.

tem und Berater. In der zweiten Phase kamen technische Hilfsmittel hinzu, die dafür gesorgt haben, dass Gespräche durch entsprechende Analyse- und Monitoring-Tools unterstützt wurden. In der inzwischen erreichten dritten Phase hat der Weg zum Kunden oder auch zum Berater deutlich mehr Facetten, sei es der rein digitale Weg, eine hybride Form von Vertrieb und Beratung oder der klassische Präsenzkontakt. Wobei alle drei kaum noch ohne die Unterstützung der Technik denkbar sind.

Richten wir noch kurz den Blick nach vorn. Man hört von einem Projekt, das sich „Europe Now“ nennt. Was steckt dahinter?
Oddo: Das Projekt ist aus der Erfahrung gewachsen, die wir durch die Übernahme der früheren BHF-Bank gemacht haben. Das war für uns ein riesiger Schritt, bei dem sich die Harmonisierung von zwei unterschiedlichen IT-Landschaften und unterschiedlichen Prozessen als echte Herausforderung erwiesen hat. Wir sind sicher noch weit entfernt von unserem Ziel, wollen aber mit Europe Now den nächsten folgerichtigen Schritt machen ...

... der worin konkret besteht?

Oddo: In der Entwicklung einer gemeinsamen Plattform, die in Bezug auf den endgültigen Merger einer deutschen Bank auf der einen und einer französischen Bank auf der anderen Seite vieles erleichtern soll. Wir investieren dabei in neue Technologien und Anwendungen künstlicher Intelligenz, durch die wir zwei heute noch unterschiedliche Strukturen nicht nur vereinfachen und vereinheitlichen wollen, sondern auch den Weg freimachen wollen hin zu einer echten europäischen Bank, die diesen Status auch verdient und die uns unserem Ziel, einer der führenden Finanzdienstleister in der Eurozone zu werden, ein gehöriges Stück näher bringt.

Vielen Dank für das Gespräch.

HANS HEUSER **FF**