

► Interview mit Ralf Müller

Seit 2006 agiert der Online-Broker flatex aktiv am deutschen Markt. Um sich vom Wettbewerb zu differenzieren, setzt der Broker aus Kulmbach in Oberfranken auf ein günstiges und transparentes Preismodell. Christian Köker, Chefredakteur der Marktbeobachtung, sprach mit Ralf Müller, Vorstand der flatex AG.

Herr Müller, ein privater Blick zurück. Wie verlief Ihr erstes Börsengeschäft?

Mein erstes Börsengeschäft ... Nun, ich weiß zwar nicht mehr, welche Aktie ich gehandelt habe, aber eines kann ich sicher sagen: Es lief hervorragend! Was zur damaligen Zeit allerdings nicht schwer war, denn ich habe mein erstes Börsengeschäft zu den Anfängen des Neuen Marktes abgewickelt. Hier wurde, wie sicherlich noch viele wissen, fast alles zu Gold, was man am Aktienmarkt anfasste.

Als jüngster Spross der Broker-Familie konnte flatex in kurzer Zeit einen beachtlichen Marktanteil gewinnen. Wie lautet Ihre Erfolgsformel?

Es gibt eigentlich keine bestimmte Erfolgsformel. Wir sehen nur möglichst alles aus Kundensicht und stellen uns bei jedem Angebot, bei jeder Information auf der Webseite und so weiter die Frage: wie würde mich das als Kunde ansprechen und was würde ich als Kunde erwarten? Wenn Sie eine Erfolgsformel wollen, dann würde ich sagen: mache

alles so einfach wie möglich. Ich denke, dies ist auch das Erfolgsrezept von Steve Jobs. Sein Unternehmen Apple liefert nicht unbedingt die neueste und beste Technik, aber sie liefern diese für jeden verständlich und praktikabel. Der Apple-Erfolg liegt daher nicht nur in der Vermarktung, sondern vielmehr in der Einfachheit ihrer Produkte. Das iPhone zum Beispiel wird ohne Bedienungsanleitung ausgeliefert, weil es so selbsterklärend und einfach zu bedienen ist, dass man keine braucht! Das ist es, was die Menschen lieben. Und flatex ist in vielen Bereichen genauso. Das fängt bei unserer Werbung an: einfach, auf den Punkt gebracht und für jeden verständlich. Und geht bei unserem Preismodell weiter: einfach, ohne Sternchen und für jeden verständlich.

Hand aufs Herz – kann die Preisschraube noch enger angezogen werden?

Diese Frage betrifft eher unsere Mitbewerber. Dauerhaft können diese ihre Preise nicht senken, dafür haben sie einen viel zu großen Kostenblock im



► **Ralf Müller**, geboren 1973, begann seine Laufbahn 1995 als Bankkaufmann bei der Kulmbacher Bank eG. 1998 wechselte er als Leiter für Marketing und Vertrieb zur GfBk – Gesellschaft für Börsenkommunikation. Von 2001 bis 2003 war er dort als Assistent der Geschäftsleitung tätig. Im Jahre 2003 erfolgte der Wechsel zum Vorgängerinstitut der flatex AG, wo er dann im Juni 2007 zum Vorstand ernannt wurde. Ralf Müller ist bei flatex verantwortlich für das Marketing, den Vertrieb und die Kundenbetreuung.

Die Wertpapierprospekte sowie die dazugehörigen Endgültigen Bedingungen bzw. Nachträge für alle in dieser Publikation besprochenen Wertpapiere erhalten Sie über die Internetseite www.hsbc-zertifikate.de oder direkt bei HSBC Trinkaus & Burkhardt AG, Königsallee 21/23, 40212 Düsseldorf.

► Interview mit Ralf Müller

Hintergrund. Sicherlich sieht man hier und dort mal ein Lockangebot für zum Beispiel 4,95 Euro, aber im Kleingedruckten liest man recht schnell, dass dieses Angebot nur für Neukunden gilt und zudem zeitlich und im Ordervolumen begrenzt ist. Als Bestandskunde wäre ich da ziemlich sauer. Für uns heißt das, dass wir die Preisschraube nicht enger anziehen müssen.

Welche Maßnahmen können wir im neuen Jahr von Ihnen erwarten, um bestehende Kunden noch enger an flatex zu binden und neue zu gewinnen?

Wir arbeiten tatsächlich an einem interessanten Kundenbindungsprogramm mit vielen Vorteilen für unsere Kunden. Außerdem werden wir mit „myflatex“ einen geschlossenen Kundenbereich mit exklusiven Angeboten ins Leben rufen. Auf der Handelsebene werden wir die Handelsmöglichkeiten im CFD-Handel – den wir als einziger Anbieter in Deutschland zusammen mit dem Wertpapierhandel über eine einzige Plattform anbieten – ausbauen und wir werden verstärkt in den mobilen Handel investieren. Viele denken hier leider noch an die langsamen Wap-Anwendungen aus den 90ern, aber in diesem Bereich hat sich technologisch sehr viel getan. Insbesondere durch das iPhone hat das mobile Internet eine Revolution erfahren und ist manchmal sogar schneller als der PC zu Hause. Dadurch muss der mobile Handel mittlerweile keine Nachteile gegenüber dem Handel am stationären PC oder Laptop mehr fürchten. Über unsere kostenlose iPhone-Applikation „Börse“ werden wir in Kürze auch den CFD-Handel ermöglichen und dann brauche ich eigentlich keinen PC oder kein Laptop mehr zum Handeln. Eine tolle Sache.

Welche Rolle spielt das Geschäft mit Zertifikaten und Optionsscheinen für Ihr Haus?

Eine sehr große Rolle! Unsere Kunden schätzen den dauerhaften Festpreis von 5,90 Euro im außerbörslichen Handel. Zu diesem Preis können nicht nur Aktien, sondern natürlich auch Zertifikate und Optionsscheine gehandelt werden. Dieser Preisvorteil wirkt sich umso mehr aus, desto häufiger man selbst handelt. Es liegt auf der Hand, dass wir eine sehr aktive Klientel zu unseren Kunden zählen, die zudem den Großteil ihrer Trades mit Optionsscheinen und Zertifikaten handeln.



Welche Erwartungen stellen Ihre Kunden an das Leistungsversprechen eines Emittenten?

Unsere Kunden haben insbesondere wegen ihrer hohen Handelsaktivität sehr hohe Erwartungen an die Emittenten. Schließlich wollen die Kunden handeln und dabei am Besten auch Geld verdienen. Da kommt es nicht gut, wenn ich als Kunde einen Trade machen will und ein Emittent keine Kurse stellt oder meine Preisanfrage ablehnt.

Unter uns – sind Ihre Kunden mit der Handelsqualität von HSBC Trinkaus zufrieden?

Trotz der hohen Handelsaktivität mit HSBC-Produkten gibt es erstaunlich wenige Beschwerden. Wir können wohl daher davon ausgehen, dass unsere Kunden zufrieden sind.

Neuerdings setzt ihr Haus auch auf anorganisches Wachstum. Welche Strategie verfolgen Sie mit der Übernahme des Wettbewerbers E-Trade?

Mit der neu gegründeten Tochter ViTrade werden wir ausschließlich die Zielgruppe der Heavy-Trader ansprechen. Diese benötigen Profi-Handelstools, erweiterte Ordermöglichkeiten und auch eine individuellere Betreuung. Für diese Leistungen akzeptieren Vi-Trade-Kunden dann auch ein anderes Preismodell.

Wie sehen Sie in diesem Zusammenhang die zukünftige Entwicklung auf dem Broker-Markt?

Wie gesagt handelt, es sich bei der Zielgruppe der Heavy-Trader um eine sehr kleine Gruppe von Tradern, welche in allen Börsensituationen interessante Tradingchancen finden. Daher sehen wir unser Engagement in dieses Segment als langfristige Investition mit der Erwartung, dort stabile Erträge zu erzielen. Ferner möchten wir ViTrade auch als Versuchslabor für flatex nutzen, um neue Entwicklungen zu testen und für uns weiterzuentwickeln.

Zu guter Letzt: Angenommen, Sie hätten drei Wünsche frei. Was würden Sie sich vom Aktienmarkt, was von Ihren Kunden und was von Ihren Produktpartnern für das Jahr 2010 wünschen?

Das ist relativ einfach: vom Aktienmarkt eine ausgeprägte und dabei bullische Volatilität, von unseren Kunden ein stets offenes und konstruktives Feedback, damit wir auf deren Wünsche und Anforderungen reagieren können und von unseren Produktpartnern einfache und verständliche Produkte und natürlich unterbrechungsfreie Handelsmöglichkeiten.

Die Wertpapierprospekte sowie die dazugehörigen Endgültigen Bedingungen bzw. Nachträge für alle in dieser Publikation besprochenen Wertpapiere erhalten Sie über die Internetseite www.hsbc-zertifikate.de oder direkt bei HSBC Trinkaus & Burkhardt AG, Königsallee 21/23, 40212 Düsseldorf.