

# Heavy Trader: Schweren Jungs Arbeit leicht machen

Kunden mit hohen Handelsvolumen, sogenannte Heavy Trader, lassen sich in den Banksystemen einfach identifizieren. Auch die Erfolgsrezepte der Anbieter in diesem Segment sind kein Geheimnis – aber einfach abmalen funktioniert nicht.

> Um dauerhaft im lukrativen Heavy-Trading-Segment erfolgreich zu sein, bedarf es – wie in der gehobenen Küche – des nötigen Fingerspitzengefühls für den Geschmack der Kundschaft. Aufwendige Analysen der Kundenstammdaten werden jedoch kaum neue Erkenntnisse zu Tage fördern. Die meisten Heavy Trader sind Männer zwischen 35 und 45 Jahren. Und obwohl sich hohe Handelsvolumen leicht identifizieren lassen – die richtige Abgrenzung zu finden, ist nicht ganz einfach. Transaktionshäufigkeit sei in der Tat ein guter Indikator für die Identifikation von Heavy Tradern, weiß Professor Dennis Kundisch, Inhaber des Lehrstuhls für Information Management und E-Finance

an der Universität Paderborn. Allerdings nur, wenn die Grenzen entsprechend hoch angesetzt werden. „Es sollten schon mehr als 50 Trades pro Monat über eine längere Zeit sein“, so Kundisch. Die DAB bank beispielsweise definiert dagegen ihre Heavy Trader ab „deutlich“ über 100 Trades pro Jahr. Wichtiger ist hier ein anderes Kriterium: ob Trader ihr Handelsmodell so aufbauen, dass sie sich zum Teil oder vollständig über Trading finanzieren können (siehe Beitrag auf Seite 18). Dieses Kriterium ist zwar nach Meinung von Professor Kundisch schwerer zu erfassen, ist aber dennoch wichtig. „Denn diese Kunden sind natürlich auf eine hohe Verfügbarkeit der Handelssysteme und der Tele-

fon-Hotlines angewiesen“, weiß der Wissenschaftler. Legt man diesen Maßstab an, so umfasst das Segment der Heavy Trader in Deutschland zwischen 5.000 und 10.000 Personen.

## Fokus auf Produkte und Märkte

Zu breit sollten Banken diese Zielgruppe allerdings nicht definieren: Was für andere Kundengruppen gilt, ist eben gerade bei Heavy Tradern oft nicht relevant. So reagieren laut der Umfrage des Marktforschungsinstituts TNS Brokerage Kunden



## „Je stärker ein Trader ein spezielles Tool nutzt, desto stärker der Lock-in-Effekt.“

Professor Dennis Kundisch, Inhaber des Lehrstuhls für Information Management und E-Finance an der Universität Paderborn

lisiert hat. Die Nutzung einer Handelsapplikation geht also Hand in Hand mit der Spezialisierung. „Kunden, die spezialisierte Handelsapplikationen und Ordermanagement-Systeme nutzen, gehören definitiv zur Kernzielgruppe der Heavy Trader. Dabei können die Anforderungen an die Anbieter sehr unterschiedlich sein“, weiß Kundisch. „Ein Kunde baut sein Handelssystem auf technischer Analyse auf, ein anderer Kunde leitet seine Kauf- und Verkaufssignale aus Fundamentalanalysen ab.“ Je nach genutztem Handelssystem unterscheiden sich auch die Anforderungen an die Softwaretools. „Hier setzen die Anbieter von Online-Brokerage auch auf unterschiedliche Strategien – von hochprofessionellen Systemen bis zu Tools, die nur geringe Erweiterungen gegenüber normalem Online-Brokerage bieten“, beobachtet Kundisch. Außerdem seien Handelstools ein wichtiges Instrument zur Bindung: „Je stärker ein Trader ein spezielles Tool nutzt, desto stärker der Lock-in-Effekt.“

### Persönlichkeit zählt

Vielen Anbietern ist nicht bewusst, dass diese Vorlieben auch viel über die Persönlichkeit ihrer Kunden aussagt. „Natürlich gibt es viele unterschiedliche Persönlichkeitstypen unter Tradern“, weiß die Wiesbadener Finanzpsychologin Monika Müller. „Für Anbieter wichtig ist jedoch die Unterscheidung zwischen dem extrovertierten und dem introvertierten Persönlichkeitstyp.“ Extrovertierte Trader seien in Chats und in Treffen präsent, besuchten Seminare. „Introvertierte Trader hingegen haben wenige Kontakte zu anderen, sie arbeiten alleine und tauschen sich auch wenig über Chats aus.“ Gerade dieser Typ sei meist auch sehr analyse- und technologieaffin und nutze dementsprechend gerne technische Unterstützung.

Es gebe jedoch auch eine Gruppe von Tradern, deren Einstellung zum Trading eher „impulsiv“ sei. „Diese Trader handeln der Situation entsprechend. Dazu zählen auch die diskretionären, intuitiven

Trader, die aus der aktuellen Informationslage heraus handeln.“ Da diese Persönlichkeitstypen unterschiedlich agieren, sei es wichtig, sie in ihren individuellen Bedürfnissen zu unterstützen. Die Psychologin hält daher eine möglichst breite Palette an Hilfsangeboten für ideal, die von Begleitungsseminaren und Chats bis zu Online-Angeboten reichen sollte und potenziell keinen Trader-Typ ausschließt. „Meiner Erfahrung nach ist es besonders wichtig, auf Unterstützungsangebote nicht nur in der regelmäßigen Kommunikation hinzuweisen“, so die Finanzpsychologin. Erfolg versprechend sei ebenfalls, positive Identifikationen zu schaffen: „Zeigen Sie Ihren Kunden auf, was anderen geholfen hat, aus irrationalen Fallen zu kommen und ihren Erfolg zu steigern.“

Auch künftig werden Anbieter mit unterschiedlichen Strategien erfolgreich im Markt agieren können, so E-Finance-Spezialist Kundisch. Weitere Bindungsstrategien neben dem Angebot professioneller Handelstools und dem Ausbau der Hotline-Service-Levels seien nun die Preisgestaltung, das Angebot von Zusatzleistungen, wie beispielsweise eine exklusive Hotline, oder die Bildung von Communitys. Denn eines steht fest: Gewinnen kann in einem stagnierenden Markt nur, wer eigene Kunden binden und Kunden anderer Institute abwerben kann. Zwar habe der außerbörsliche Direkthandel mit Hebelinstrumenten eine neue Kundengruppe an das Heavy Trading herangeführt. Dennoch sei nicht damit zu rechnen, dass die Anzahl der Heavy Trader in den nächsten Jahren nennenswert steigen werde, so Kundisch. „Es ist eine sehr spezielle Zielgruppe – um die auch weiterhin im Verdrängungswettbewerb gekämpft wird.“

**Tendenziell konzentrieren sich Heavy Trader auf bestimmte Produkte und Zielmärkte**

auf die Unsicherheit im Markt im Allgemeinen mit erhöhtem Beratungsbedarf – nicht so die Kunden mit hoher Transaktionshäufigkeit. Zielführender ist also eine enge Abgrenzung und eine detaillierte Analyse des Transaktionsverhaltens: „Tendenziell konzentrieren sich Heavy Trader auf bestimmte Produkte und Zielmärkte.“ Ein Web-Trader handelt typischerweise mehr Märkte und Produkte als ein Trader, der sich auf Futures spezia-