

## Risk Based Pricing: Höhere Vertriebsmargen auch in Krisenzeiten

Ein steigender Wettbewerbsdruck unter den Banken, eine höhere Zinssensibilität der Kunden und die Markttransparenz durch das Internet machen es für Banken zunehmend schwieriger, sich vom Wettbewerb zu differenzieren und Margen im Kreditgeschäft zu erwirtschaften. Gerade unter diesen Voraussetzungen erlebt Risk Based Pricing eine Renaissance und eignet sich zur Realisierung höherer Vertriebsgewinne – auch in Zeiten der Krise.

### Was ist Risk Based Pricing?

Unter Risk Based Pricing versteht man die Bepreisung eines Kredits und die Festlegung anderer Konditionen (Laufzeiten, Sicherheiten, Raten etc.) in Abhängigkeit vom Ausfallrisiko des Kredits. Die Höhe des Ausfallrisikos wird durch Analysen der bisherigen Kredithistorie ermittelt und hängt vom „Risiko-Profil“ des Kreditnehmers ab. Durch attraktive Konditionen auf Basis von Risk Based Pricing lässt sich auch das Kundensegment der wohlhabenden Kunden (affluent customers) erschließen, das für gewöhnlich nur selten Kredite in Anspruch nimmt. In den guten Risikoklassen werden dadurch höhere Buchungsquoten und eine höhere Kundenzahl realisiert.

### Schwachstellen der bisherigen Praxis

Viele Banken legen den Zinssatz nach der Kreditwürdigkeit eines Kunden fest. Doch oft wird die Risikoeinschätzung nur auf Basis externer Auskünfte wie beispielsweise Schufa-Daten vorgenommen. Noch effizienter und genauer bewerten lässt sich das Risiko, wenn Banken auch

interne Informationen über die Zahlungserfahrung von Kunden nutzen, die schon einmal einen Kredit aufgenommen haben.

### Exaktere Prognosen durch Risk Analytics

Bei der Einführung von Risk Based Pricing ist insbesondere die Qualität der angewandten Risk Analytics von großer Bedeutung. Nur moderne statistische Verfahren und Data Mining Tools können eine genaue Prognose von zukünftigen Zahlungsausfällen sicherstellen und damit das Risiko von Kunden bewerten. Zudem müssen Simulationsmodelle erstellt werden, um die Auswirkungen unterschiedlicher Konditionen und Strukturveränderungen im Kundenportfolio zu untersuchen. Techniken wie Monte Carlo Simulationen, Szenarioanalysen, Bootstrapping und Stress Testing können die Auswirkungen verschiedener Produktangebote auf dem Markt simulieren und die daraus resultierenden Risiken quantifizieren. So kann letztendlich auch die Preisfindung analytisch optimiert werden.

### Sie stehen vor folgenden Herausforderungen?

- Ihr Pricing ist nicht optimal auf Sie zugeschnitten.
- Die Risiken sind Ihnen zu hoch.
- Sie sind sich unsicher über das Potenzial durch RBP.
- Ihre bisherigen Modelle sind zu starr und zu komplex.
- Sie agieren in einem dynamischen Marktumfeld und haben viele Faktoren, die sich täglich ändern.

### Wir helfen Ihnen dabei, diese Herausforderungen zu bewältigen.

Mit Hilfe **modernster Risk Analytics-Methoden** entwickeln wir ein Risk Based Pricing, das individuell auf Ihr Unternehmen abgestimmt ist und Ihre Bedürfnisse erfüllt.

So optimieren Sie Ihre Vertriebsmargen und verschaffen sich einen signifikanten Vorteil im Wettbewerb.

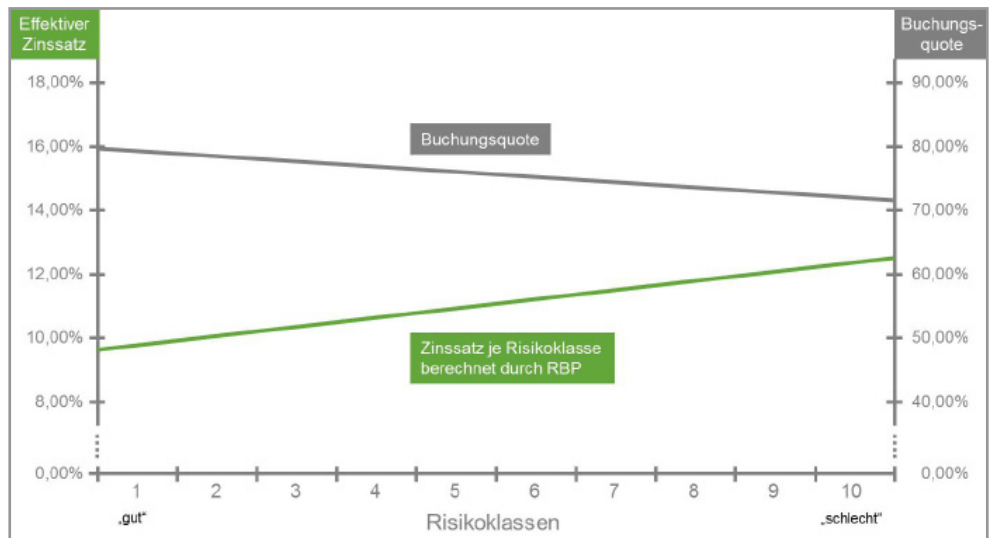
# Mit SHS VIVEON in drei Schritten zu einem optimalen Risk Based Pricing-Modell

### 1. Schritt: Marktanalyse und Strategieempfehlungen

- Erstellung einer Markt- und Wettbewerbsanalyse (Entwicklung, aktueller Stand, Ausblick)
- Reifegradmessung der Prozesse und Modelle
- Stakeholder-Analysen
- Entwicklung von Preis- und Positionierungsstrategien
- Erstellung von Business Cases, um das durch RBP entstehende Potenzial zu identifizieren
- Gesamtes Projektmanagement

### 2. Schritt: Aufbau eines Simulationsmodells und Bewertung unterschiedlicher Strategien

- Erstellung dynamischer Simulationsmodelle zur Berücksichtigung von Wettbewerbsverhalten, Kampagnen und Sondereffekten
- Optimale Preisfindung durch analytische Lösungen unter Berücksichtigung von Nebenbedingungen und Zielgewichtungen
- Einbeziehung von Konditionenkompetenz (Verhalten des Vertriebs zur Erreichung von Abschlüssen)
- Bewertungen der Chancen und Risiken unterschiedlicher Strategien
- Erstellung eines Scorings
- Beratung bei RBP-konformer Provisionierung



Durch attraktive Konditionen auf Basis von Risk Based Pricing lässt sich auch das Kundensegment der wohlhabenden Kunden erschließen, das für gewöhnlich nur selten Kredite in Anspruch nimmt. Das Ergebnis: höhere Buchungsquoten bei den guten Risikoklassen.

### 3. Schritt: Einführung Risk Based Pricing und Begleitung der Anfangsphase

Wir unterstützen Sie

- bei der technischen Umsetzung.
- bei der Mitarbeiterschulung.
- beim Aufbau eines Reportings bei der Einführung.
- bei der Qualitätssicherung der Daten.

#### Ihr Ansprechpartner:

Für weitere Informationen, Fragen zum Thema oder unserem Angebot wenden Sie sich an unser Risk Analytics Team.

#### SHS VIVEON AG

Clarita-Bernhard-Straße 27  
81249 München  
T +49 89 74 72 57 - 0  
F +49 89 74 72 57 - 900  
Info@SHS-VIVEON.com  
www.SHS-VIVEON.com

### SHS VIVEON AG - The Customer Management Company

Die SHS VIVEON AG ist ein international agierender Business- und IT-Lösungsanbieter im Bereich Customer Management. Das Unternehmen bietet marktführende Expertise im Customer Value und Customer Risk Management. Weitere Kernkompetenzen umfassen: Customer Analytics, Corporate Performance Management sowie Business Intelligence und Data Warehouse.

Weitere Informationen zum Unternehmen: [www.The-Customer-Management-Company.com](http://www.The-Customer-Management-Company.com)