

News & Artikel/News/ Übersicht

Exklusive Vertriebs-Studie: DWS und Carmignac Gestion sind die Top-Fondsgesellschaften
20.03.2009

Die DWS, Fondstochter der Deutschen Bank, wird im Vertrieb als die beste Fondsgesellschaft in Deutschland wahrgenommen. Das ist ein Ergebnis einer aktuellen Marktstudie, die die Wiesbadener Managementberatung MC4MS (Management Consultants for Market Strategy) gemeinsam mit dem Lehrstuhl für Bankbetriebslehre der Universität Mainz durchgeführt hat. Für eine Überraschung sorgen die Ergebnisse allerdings beim Zweit- und Drittplatzierten: Auf Platz zwei landet die französische Carmignac Gestion gefolgt von der DJE Kapital AG von Dr. Jens Ehrhardt.

Wie gehen Investmentfonds und Vertrieb dieser Tage zusammen, wie ist der Ausblick und nach welchen Kriterien werden Fondsgesellschaften, respektive deren Produkte ausgewählt? Das waren die zentralen Fragestellungen der Studie, die FONDS professionell als exklusiver Medienpartner begleitet hat.

Befragt wurden im Januar und Februar dieses Jahres 374 Personen aus dem Vertrieb sowie Verantwortliche aus zentralen Bereichen wie Kundenberatung und Marketing (siehe unten). „Mit unserer Studie ist es gelungen, empirisch eine detaillierte Analyse der Anforderungen an Fondsanbieter hinsichtlich des Vertriebs von Investmentfonds aus Sicht von Banken und Sparkassen, unabhängigen Finanzdienstleistern, unabhängigen Vermögensverwaltern und Versicherungen zu erheben“, sagt Marc Ahlers, Managing Director bei MC4MS.

Kleine ganz groß

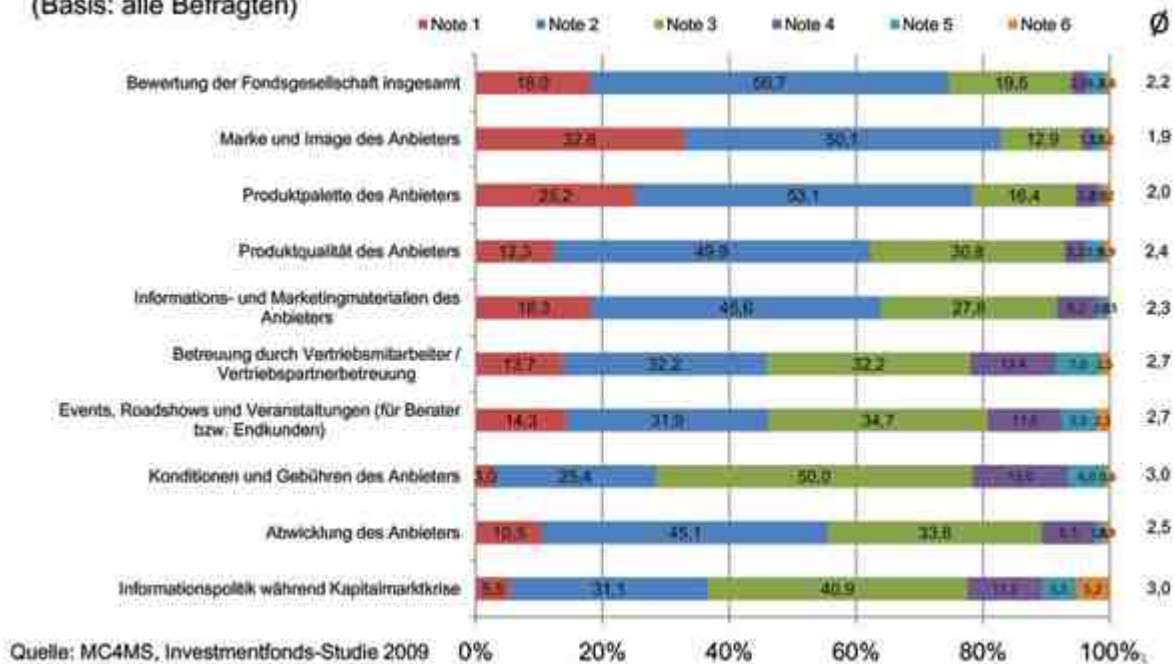
Überraschend ist laut Ahlers, das positive Abschneiden von kleineren Fondsgesellschaften, die sich erfolgreich gegen weitaus größere Wettbewerber positionieren konnten. Während mit der DWS ein großer, etablierter Fondsanbieter von der Mehrzahl der Befragten als die beste Fondsgesellschaft in Deutschland wahrgenommen wird, konnte sich mit Carmignac Gestion ein relativ kleines Institut den zweiten Platz sichern. Unter den Hauptentscheidern bei der Fondsanbieterauswahl landet Carmignac Gestion sogar auf dem Spitzenplatz. „Es ist sehr erfreulich, wie die erst im Jahr 1989 in Frankreich gegründete unabhängige Carmignac Gestion es geschafft hat, sich auch im deutschen Markt zu etablieren“, erklärt MC4MS-Studienleiter Marc Ahlers. Dies zeige, dass durch Produktqualität auch im hart umkämpften und durch Verbände zum Teil gegen Drittanbieter abgeschotteten Markt relativ schnell Erfolge in der Wahrnehmung durch den Vertrieb erzielt werden können.

Qualität vor Quantität

Bei der Auswahl von Fondsgesellschaften setzen die Umfrageteilnehmer in erster Linie auf die Produktqualität, gefolgt vom Faktor „Marke und Image“ sowie die „Produktpalette“. Innerhalb der Produktqualität sind es die Leistungsfaktoren „Performance der Produkte“ sowie auf den vorzuweisenden „Track record der Produkte“. „Die ausgesprochen hohe Teilnehmerzahl ermöglicht uns eine aussagekräftige Analyse des Fondsvertriebs in Deutschland. Für das aus Vertriebsicht wichtigste Erfolgskriterium ‚Produktqualität einer Fondsgesellschaft‘ wurde die Performance der letzten Jahre als das wichtigste Entscheidungskriterium genannt“, erklärt Prof. Dr. Dietmar Leisen, Inhaber des Lehrstuhls Bankbetriebslehre der Johannes Gutenberg- Universität Mainz. „Überraschenderweise haben ‚Auszeichnungen und Awards‘ hingegen eine deutlich geringere Bedeutung im Drittvertrieb.“

In einem speziellen Teil der Studie wurde die Wahrnehmung der drei großen Fondsanbieter im Drittvertrieb, Allianz Global Investors, DWS und Fidelity untersucht. Die Teilnehmer haben dafür die wichtigsten Faktoren bewertet? So schneidet die DWS unter anderem bei dem Kriterium „Marke und Image“ besonders gut ab (Note 1,9). Kritischer hingegen wurde die Gesellschaft beim Thema „Konditionen/Gebühren“ (Note 3,0) bewertet.

Wie bewerten Sie die folgenden Leistungsdimensionen der DWS? (Basis: alle Befragten)




In der kommenden Woche veröffentlicht FONDS professionell Online an gleicher Stelle die Ergebnisse für Allianz Global Investors und Fidelity. Eine ausführlichere Auswertung der Studie finden interessierte Leser zudem in der Ausgabe 1/2009 von FONDS professionell, die Ende März erscheint.

Insgesamt nahmen 374 Personen aus der Finanzdienstleistungsbranche an der im Januar und Februar 2009 erhobenen Untersuchung teil. Das Gros bildeten unabhängige Finanzdienstleister (53%), gefolgt von Bank- und Sparkassenmitarbeitern (36%), unabhängigen Vermögensverwalter (7%) und Versicherungen (4%). Die Mehrheit engagiert sich im Retail-Banking (65%) und dem Private Banking (26%), wo sie im Bereich Vertrieb/ Kundenberatung (83%) und in der Zentrale (Produktmanagement/Marketing, 17%) arbeiten.

Die Basispräsentation der Studie kostet 980 Euro, gezielte Segmentanalysen 399 Euro. Zudem gibt es Spezialanalysen zu den Fondsgesellschaften Allianz Global Investors, DWS und Fidelity. Die Studie kann über die Internetseite www.mc4ms.de bestellt werden. (rmk)

Quelle: FONDS professionell

© FONDS professionell Multimedia GmbH
Gestaltung und Umsetzung: FAIT Internet Software GmbH

www.fait.at 

[Fenster Schliessen](#)