

Erstaunlich guter Dinge

Eine Studie der Uni Mainz und der Managementberatung MC4MS liefert eine optimistische Lageeinschätzung der Finanzbranche für sich selbst.

Wie gehen Investmentfonds und Vertrieb dieser Tage zusammen, wie stehen die Aussichten für die Branche, und nach welchen Kriterien werden Fondsgesellschaften respektive deren Produkte ausgewählt? Diese Fragen standen im Mittelpunkt einer Marktstudie, die das Wiesbadener Consultingunternehmen MC4MS zusammen mit dem Lehrstuhl für Bankbetriebslehre der Universität Mainz untersucht hat und die FONDS professionell als Medienpartner begleitete (siehe Kasten unten).

Für den Vertrieb von Publikumsfonds sind die Erwartungen der Befragten für 2009 eher verhalten. Allerdings muss man dies hinsichtlich des verwalteten Anlagevolumens in der aktuellen Situation schon als positives Zeichen werten: Gegenüber 2008 erwarten die Teilnehmer im Schnitt nämlich nur einen Rückgang um 1,9 Prozent. Den größten Optimismus zeigt hier die Versicherungssparte mit einem erwarteten Zuwachs um 1,4 Prozent, gefolgt von unabhängigen Finanzdienstleistern (-1,0%) und Vermögensverwaltern (-1,8%), während die Bankenseite merklich zurückhaltender ist (-3,5%).

Ein deutlich erfreulicherer Bild ergibt sich auf Sicht von drei bis fünf Jahren: Über diese Zeitspanne rechnet der Durchschnitt der Befragten mit einer Steigerung der Assets unter Management um 11,6 Prozent, wobei hier unabhängige Finanzdienstleister den größten Optimismus an den Tag legen (siehe Ergebnisse nächste Seite).



Angesichts der zurückliegenden Probleme ist das Stimmungsbild in der Finanzindustrie erstaunlich gut.

Garantien gefragt

Die besten Absatzchancen auf Sicht von zwölf bis 18 Monaten sehen die Befragten bei Wertsicherungs- und Garantiefonds, de-

nen 64,1 Prozent einen Aufwärtstrend prognostizieren. Das kann angesichts der anhaltenden Verunsicherung an den Märkten nicht verwundern. Am anderen Ende des Spektrums bewegen sich Geldmarktfonds, deren Volumina nach Ansicht von rund 40 Prozent der Befragten rückläufig sein werden. Aus der Reihe fallen hier nur die Versicherer, von denen nur 25 Prozent diese Ansicht teilen.

Zwei der größten Diskrepanzen, die die Studie offenbart, treten bei der Einschätzung für Mischfonds und Immobilienfonds auf. Während 54,4 Prozent der unabhängigen Finanzdienstleister den Mischfonds in den nächsten zwölf bis 18 Monaten steigende Absatzchancen einräumen, sind es bei den Versicherern nur 12,5 Prozent der Umfrageteilnehmer. Ein ähnlich unterschiedliches Ergebnis ergibt sich bei Immobilienfonds, denen im Sektor der Banken und Sparkassen 50,7 Prozent der Befragten Luft nach oben vorhersagen, dagegen liegt die Quote bei den unabhängigen Vermögensverwaltern nur bei 11,1 Prozent.

Kriterien der Produktauswahl

Ein weiterer Punkt, der in der Studie untersucht wurde, war die Frage, nach welchen Kriterien Finanzdienstleister Fondsgesellschaften und ihre Produkte bewerten und mit Blick auf das Angebot an ihre Kunden auswählen. Als Auswertungsbasis dienten dabei mehr als 50 Leistungsfaktoren, die benotet werden mussten. Diese erstreckten sich über die acht Kategorien „Marke und Image“, „Produktpalette“, „Produktqualität“, „Informations- und Marketingmaterialien“, „Betreuung durch Sales Manager / Sales Support“, „Konditionen und Gebühren“, „Abwicklung durch die Fondsgesellschaft“ sowie „Events und Veranstaltungen“.

Als wichtigstes Kriterium erwies sich dabei die Produktqualität, die bei allen vier Einzelgruppen auf Platz eins rangierte, wobei die Unterpunkte Performance und Track Record als sehr wichtig eingeschätzt wurden. Auf Platz zwei folgt der Aspekt Marke/Image, wobei das Augenmerk hier besonders auf dem Stellenwert der Marke und dem Be-

Die Studie

Das Zusammenspiel von Investmentfonds und Vertrieb steht im Zentrum der Marktstudie, die die Wiesbadener Managementberatung MC4MS (Management Consultants for Market Strategy) gemeinsam mit dem Lehrstuhl für Bankbetriebslehre der Universität Mainz durchgeführt hat. Insgesamt nahmen 374 Personen aus der Finanzdienstleistungsbranche an der im Januar und Februar 2009 durchgeführten Untersuchung teil. Die Mehrzahl bildeten unabhängige Finanzdienstleister (53%), gefolgt von Bank- und Sparkassenmitarbeitern (36%), unabhängigen Vermögensverwaltern (7%) und Versicherungen (4%). Das Gros engagiert

sich im Retail- (65%) und Private Banking (26%), wo sie im Bereich Vertrieb/Kundenberatung (83%) und in der Zentrale (Produktmanagement/Marketing, 17%) arbeiten. Neben den zukünftigen Absatzerwartungen, wurde in der Studie gezielt nach den wichtigsten Kriterien gefragt, anhand derer Fondsgesellschaften und deren Produkte von den Finanzdienstleistern ausgewählt werden. 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 www.mc4ms.de bestellt werden.

kanntheitsgrad der Fondsgesellschaft liegt. An dritter Stelle steht die Produktpalette mit dem speziellen Fokus auf Verständlichkeit und Vertriebstauglichkeit der Produkte sowie deren Konkurrenzfähigkeit. Eine Abweichung

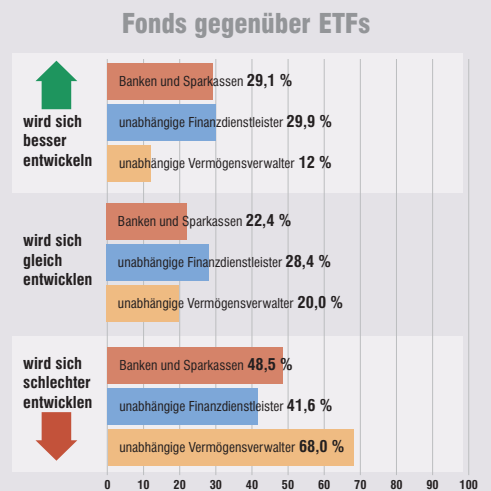
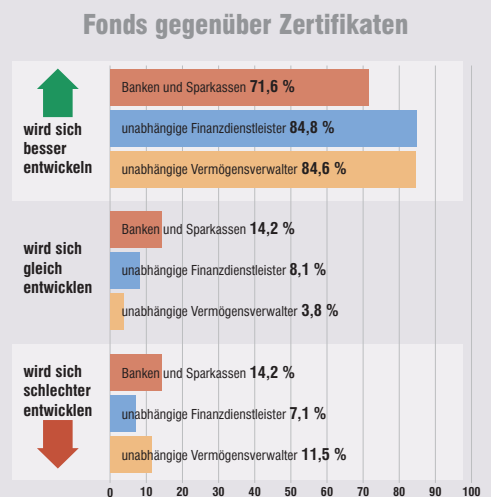
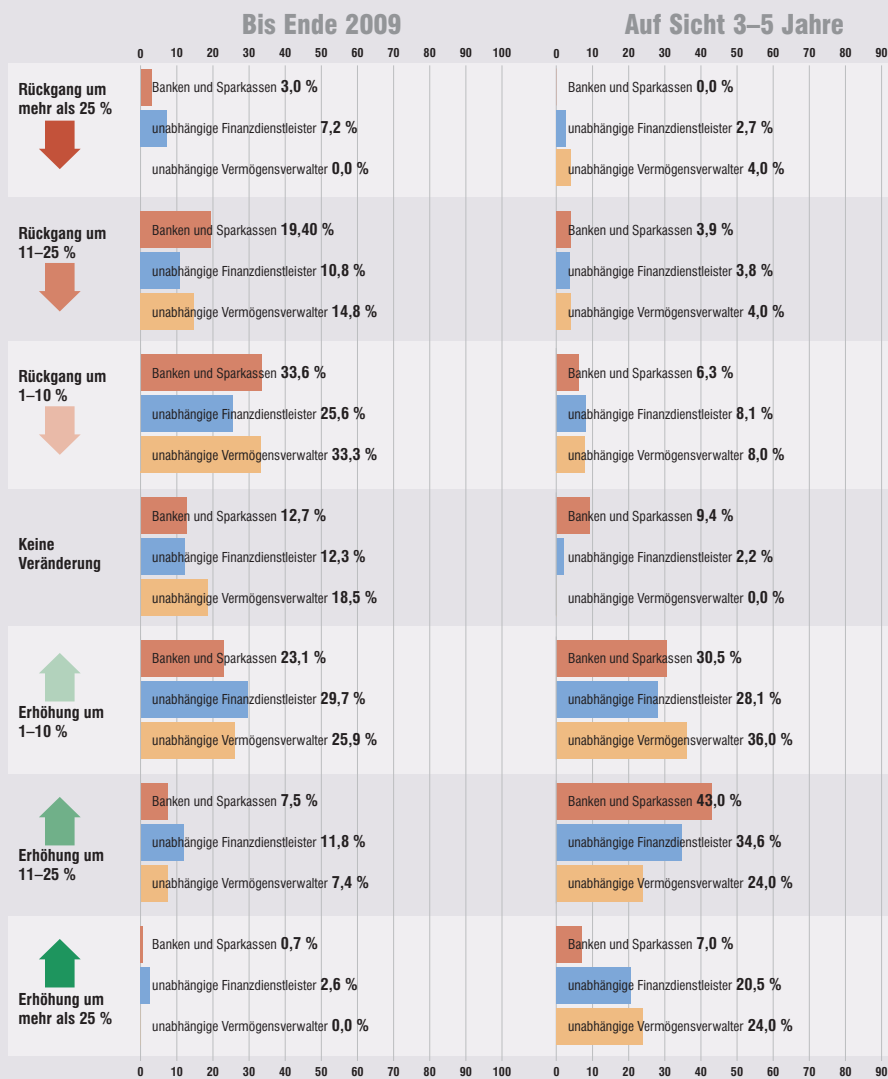
ließ sich bei den unabhängigen Vermögensverwaltern erkennen, die den Punkt „Konditionen und Gebühren“ als zweitwichtigstes Kriterium bewerteten, während dieser bei allen anderen erst an vierter Stelle kam.

Soweit die Theorie, die Umsetzung in der Praxis offenbarte allerdings einige Überraschungen. Das betrifft weniger den Gesamtsieger bei der Frage nach der besten Fondsgesellschaft – hier steht die DWS un-

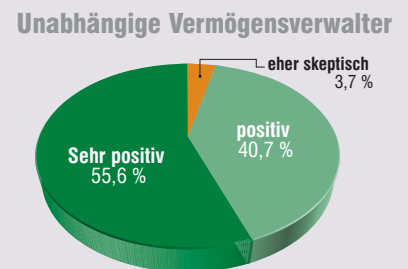
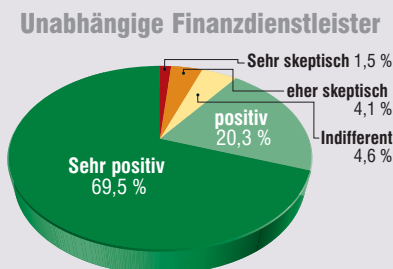
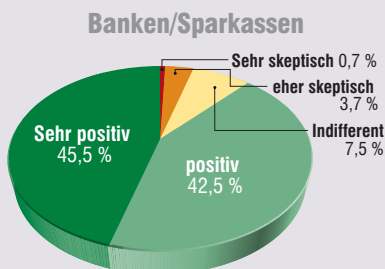
Die Studienergebnisse im Überblick

Wie schätzen Sie die weitere Entwicklung des Anlagevolumens im Publikumsfondsmarkt in Deutschland bis Ende 2009 und auf Sicht der nächsten drei bis fünf Jahre ein?

Wie schätzen Sie die weitere Entwicklung des Anlagevolumens im Publikumsfondsmarkt im Vergleich zum Anlagevolumen in den Bereichen Zertifikate und Exchange Traded Funds (ETFs) ein?



Wie bewerten Sie die Entwicklung, dass Finanzdienstleister immer mehr nicht hauseigene Fonds vertreiben (Open Architecture)?

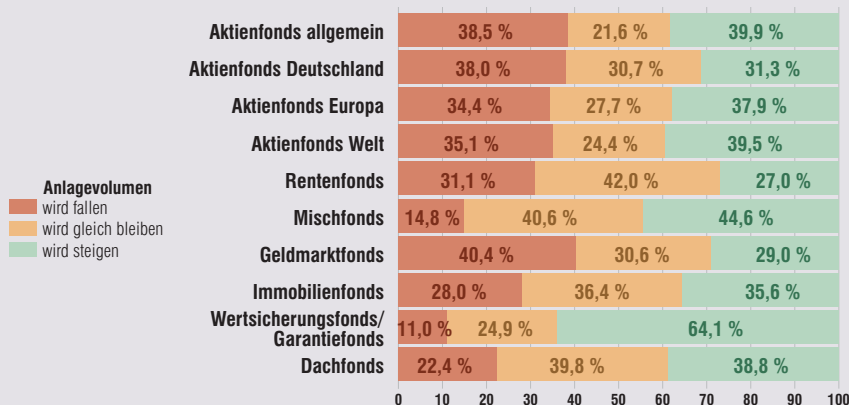


angefochten auf Platz eins. Überraschend ist allerdings, dass Carmignac Gestion in der Gesamtwertung den zweiten Platz erzielen konnte – noch vor der drittplatzierten DJE Kapital AG –, und das obwohl nur 23,3 Pro-

zent aller Befragten angaben, die Gesellschaft sei ihnen bekannt. Mit Blick auf die Präferenzen der unterschiedlichen Marktteilnehmer zeichnen sich zudem deutliche Unterschiede ab. Während die DWS bei den

Banken mit 24,1 Prozent der Stimmen auf der Poleposition landete, gefolgt von Deka (15,2%) und Union Investment (12,7%), steht bei der Assekuranz Franklin Templeton mit 44,4 Prozent auf Platz eins, gefolgt von DWS (11,1%) und Fidelity (11,1%). Die unabhängigen Vermögensverwalter und Finanzdienstleister setzen hingegen bevorzugt auf Carmignac Gestion, die sie mit 33,3 respektive 24,3 Prozent ihrer Stimmen auf Platz eins setzten, gefolgt von DWS und DJE Kapital AG.

Wie schätzen Sie die Entwicklung des Anlagevolumens von Publikumsfonds in den folgenden Assetklassen in den nächsten 12 bis 18 Monaten ein?



Wer ist aus Ihrer Sicht die beste Fondsgesellschaft in Deutschland?

	Banken/Sparkassen	Unabh. Finanzdienstleister	Unabh. Vermögensverw.
Platz 1	DWS	Carmignac Gestion	Carmignac Gestion
Platz 2	Deka Investmentfonds	DWS	DWS
Platz 3	Union Investment	DJE Kapital AG	DJE Kapital AG

Welche der folgenden Fondsgesellschaften kennen Sie bzw. empfehlen Sie auch?

	Banken/Sparkassen			Unabh. Finanzdienstleister			Unabh. Vermögensverw.		
	Kenne ich nicht	Kenne ich	Kenne & empfehle ich	Kenne ich nicht	Kenne ich	Kenne & empfehle ich	Kenne ich nicht	Kenne ich	Kenne & empfehle ich
Allianz Global Inv.	19,5 %	56,4 %	24,1 %	6,1 %	62,4 %	31,5 %	3,7 %	77,8 %	18,5 %
AXA Inv. Managers	20,0 %	60,0 %	20,0 %	7,1 %	54,5 %	38,5 %	15,0 %	55,0 %	30,0 %
BlackRock	18,1 %	20,2 %	61,7 %	7,1 %	33,5 %	59,4 %	15,0 %	40,0 %	45,0 %
Carmignac Gestion	37,9 %	23,2 %	38,9 %	11,7 %	20,1 %	68,2 %	20,0 %	15,0 %	65,0 %
cominvest	8,3 %	74,0 %	17,7 %	3,9 %	74,8 %	21,3 %	10,0 %	75,0 %	15,0 %
Deka Investmentfonds	3,1 %	64,6 %	32,3 %	3,9 %	96,1 %	0,0 %	10,0 %	90,0 %	0,0 %
DJE Kapital AG	31,6 %	40,0 %	28,4 %	4,5 %	35,7 %	59,7 %	5,0 %	30,0 %	65,0 %
DWS	6,7 %	50,7 %	42,5 %	1,5 %	33,5 %	65,0 %	3,7 %	48,1 %	48,1 %
Fidelity Investments	8,2 %	48,5 %	43,3 %	3,6 %	37,6 %	58,9 %	7,4 %	55,6 %	37,0 %
Franklin Templeton	5,2 %	42,7 %	52,1 %	0,6 %	43,5 %	55,8 %	10,0 %	50,0 %	40,0 %
Frankfurt-Trust	17,7 %	76,0 %	6,3 %	3,2 %	61,3 %	35,5 %	15,0 %	65,0 %	20,0 %
F&C	54,7 %	36,8 %	8,4 %	36,6 %	54,9 %	8,5 %	45,0 %	55,0 %	0,0 %
Fortis	26,3 %	64,2 %	9,5 %	13,0 %	77,3 %	9,7 %	26,0 %	75,0 %	0,0 %
J.P.Morgan AM	3,1 %	40,6 %	56,3 %	2,6 %	44,2 %	53,2 %	20,0 %	50,0 %	30,0 %
ING Inv. Mngmt.	30,5 %	66,3 %	3,2 %	19,5 %	79,5 %	1,3 %	30,0 %	70,0 %	0,0 %
Invesco	22,1 %	54,7 %	23,2 %	5,8 %	61,7 %	32,5 %	10,0 %	70,0 %	20,0 %
Metzler AM	18,0 %	69,4 %	12,6 %	5,8 %	77,4 %	16,8 %	15,0 %	80,0 %	5,0 %
M&G Investments	40,0 %	31,6 %	28,4 %	15,0 %	28,8 %	56,2 %	15,0 %	40,0 %	45,0 %
Nordea Inv. Fonds	23,2 %	55,8 %	21,1 %	5,2 %	54,8 %	40,0 %	10,0 %	55,0 %	35,0 %
Oppenheim F. Trust	15,6 %	68,8 %	15,6 %	7,8 %	59,7 %	32,5 %	25,0 %	55,0 %	20,0 %
Pictet	17,9 %	35,8 %	46,3 %	8,5 %	49,0 %	42,5 %	20,0 %	55,0 %	25,0 %
Pioneer Investments	8,4 %	51,6 %	40,0 %	2,6 %	52,3 %	45,2 %	10,0 %	70,0 %	20,0 %
Schroders	17,9 %	42,1 %	40,0 %	9,1 %	59,7 %	31,2 %	10,0 %	70,0 %	20,0 %
SEB	9,5 %	66,3 %	24,2 %	8,4 %	53,2 %	38,3 %	20,0 %	55,0 %	25,0 %
Threadneedle	12,6 %	61,1 %	26,3 %	3,9 %	48,4 %	47,7 %	15,0 %	60,0 %	26,0 %
Union Investment	4,2 %	67,4 %	28,4 %	2,6 %	94,7 %	2,6 %	15,0 %	80,0 %	5,0 %
Warburg Invest	30,5 %	63,2 %	9,3 %	10,5 %	79,7 %	9,8 %	30,0 %	55,0 %	15,0 %

Erklärung: Grün: Top-3-Werte; Rot: die schlechtesten drei Werte

Positiver Trend bestätigt

Die positive Bewertung der Franzosen bestätigt dabei einen Trend, den auch andere Marktteilnehmer schon beobachtet haben, seit die Gesellschaft ab 2008 ihre Präsenz und ihren Bekanntheitsgrad in Deutschland gezielt ausbaut. Auch mit Blick auf die Empfehlungsbereitschaft unter Beratern konnte Carmignac Gestion punkten: 55,6 Prozent, denen der Name geläufig ist, gaben an, die Produkte auch tatsächlich zu empfehlen – nach BlackRock (59,4%) der zweithöchste Wert unter insgesamt 24 Fondsgesellschaften. Am anderen Ende des Spektrums finden sich hingegen Fortis, Warburg Invest und ING Investment Management wieder, die beide zwar mehr als 70 Prozent der Befragten bekannt sind, aber bei der aktiven Empfehlung im einstelligen Bereich herumtömpeln. Auch Allianz Global Investors (AGI) kommt im Vertrieb offenbar nur mäßig an: Obwohl das Unternehmen beim Kriterium „Marke&Image“ vergleichsweise positiv bewertet wird (Note 2,7), empfehlen nur 26,6 Prozent der Befragten ihren Kunden AGI-Produkte. Ein weiterer Punkt, der in diesem Zusammenhang überraschte, war, dass 19,5 Prozent der Befragten im Banken- und Sparkassensektor nichts mit dem Namen anzufangen wussten – obwohl AGI neben DWS und Fidelity eigentlich zu den großen Drei im Drittvertrieb zählt.

Fonds schlägt Zertifikat?

Insgesamt ist für die gesamte Fondsbranche positiv festzustellen, dass die Einschätzung der Entwicklung von Publikumsfonds gegenüber anderen Anlageklassen für Erstere gut aussieht. Immerhin gehen 80 Prozent der Befragten davon aus, dass diese sich besser schlagen werden als beispielsweise Zertifikate. Knapp die Hälfte der Teilnehmer traut dabei dem ETF-Markt das größere Potenzial zu. FP

Bestellformular Investmentfonds-Studie

Hiermit bestellen wir:

I Basispräsentation

- Basispräsentation inkl. Teilanalysen nach Bank/
Sparkasse vs. unabhängige Finanzdienstleister, vs. 980 EUR
unabhängige VV vs. Versicherungen (102 Charts)

In Kombination mit der Basispräsentation können folgende weiteren Analysen bestellt werden:

II Segmentanalysen

- a) nach Privaten Geschäftsbanken, Sparkassen und 399 EUR
VR-Banken (86 Charts)
- b) nach Mitarbeitern in Finanzvertrieben, in Pools 399 EUR
und freien Beratern (86 Charts)
- c) nach Kundensegmenten: Retail-Banking, Private 399 EUR
Banking, Private Wealth Management (83 Charts)
- d) nach Funktion: Vertrieb vs. Zentrale (55 Charts) 399 EUR
- e) nach Einflußnahme auf Fondsanbieterauswahl 399 EUR
(73 Charts)

III Anbieter-Spezialanalyse: AGI, DWS, Fidelity

- Detaillierte Analyse der Leistungsfaktoren von 799 EUR
AGI, DWS und Fidelity (Auswertung analog Basis-
präsentation inkl. Segment FDL-Typ, 106 Charts)
- Sofern möglich folgende Segmentanalysen zu AGI,
DWS und Fidelity über Teilnehmertypen je 399 EUR
O II a) O II b) O II c) O II d) O II e)

Die Preise verstehen sich zzgl. MwSt. Eine Weitergabe von Ergebnissen außerhalb der o.g. Institution ist ausgeschlossen.

Datum, Unterschrift, Stempel: _____

per Fax an +49(0)611-17444-83

Name: _____

Vorname: _____

Institution: _____

Funktion: _____

Straße: _____

PLZ: _____

Ort: _____

Tel.: _____

Email: _____