



PRESSEMITTEILUNG

Wiesbaden, Mainz im März 2009

DWS wird im Vertrieb als die beste Fondsgesellschaft in Deutschland gesehen, gefolgt von Carmignac Gestion und Dr. Jens Ehrhardt. Die Vertriebserwartungen an die weitere Entwicklung des Anlagevolumens im Publikumsfondsmarkt in Deutschland sind für 2009 leicht rückläufig (-1,9%), auf 3 bis 5 Jahre jedoch wieder steigend (+11,6%).

Dies sind zwei Ergebnisse der großen Investmentfonds-Studie in der Finanzdienstleistungsindustrie der Unternehmensberatung MC4MS und des Lehrstuhls Bankbetriebslehre der Universität Mainz. Im Rahmen der von FONDS professionell als Medienpartner begleiteten Studie wurden 374 Personen aus dem Vertrieb sowie zentrale Verantwortliche im Januar und Februar 2009 umfangreich befragt.

Mit der Investmentfonds-Studie ist es gelungen, empirisch eine **detaillierte Analyse der Anforderungen an Fondsanbieter** hinsichtlich des Vertriebs von Investmentfonds aus Sicht von **Banken & Sparkassen, unabhängigen Finanzdienstleistern, unabhängigen Vermögensverwaltern und Versicherungen** zu erheben. Von den **374 befragten Personen** bezeichnen sich 35% selbst als Hauptentscheider bei der Auswahl von Fondanbietern.

Überraschend ist das **positive Abschneiden von kleineren Fondsgesellschaften**, die sich erfolgreich gegen weitaus größere Wettbewerber positionieren konnten. Während mit der „DWS“ ein großer, etablierter Player von der Mehrzahl der Befragten als der **beste Fondsanbieter** in Deutschland wahrgenommen wird, konnte sich mit „Carmignac Gestion“ ein kleineres Institut den **zweiten Platz** sichern. Unter den Hauptentscheidern bei der Fondsanbieterauswahl kommt „Carmignac Gestion“ sogar auf den ersten Platz.

Marc Ahlers, Managing Director **MC4MS**: „Es ist sehr erfreulich, wie die erst 1989 gegründete, unabhängige französische Carmignac Gestion es geschafft hat, sich auch im deutschen Markt zu etablieren, zeigt es doch, dass durch Produktqualität auch im hartumkämpften und durch Verbände zum Teil gegen Drittanbieter abgeschotteten Markt relativ schnell Erfolge in der Wahrnehmung des Vertriebs erzielt werden können.“

Bei der Auswahl von Fondsgesellschaften setzt man im Vertrieb 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**“.

Prof. Dr. Dietmar Leisen, Inhaber des **Lehrstuhls Bankbetriebslehre** der **Johannes Gutenberg-Universität Mainz**: „Die ausgesprochen hohe Teilnehmerzahl ermöglicht uns eine aussagekräftige Analyse des Fonds-Vertriebs in Deutschland. Für das aus Vertriebsicht wichtigste Erfolgskriterium ‚Produktqualität einer Fondsgesellschaft‘



wurde die Performance der letzten Jahre als das wichtigste Entscheidungskriterium genannt. Überraschenderweise haben ‚Auszeichnungen und Awards‘ hingegen eine deutlich geringere Bedeutung im Drittvertrieb!“

Mehr Informationen zur Investmentfonds-Studie findet man online unter www.investmentfonds-studie.de.

Anlage zu den Studieninhalten:

Was ist das Besondere an der Studie?

Das Besondere an der Studie ist zum einen die inhaltliche Tiefe und zum anderen die auf Grund der sehr hohen Beteiligung möglichen umfangreichen Segmentauswertungen nach Teilnehmertypen. Folgende Themenbereiche wurden in der Investmentfonds-Studie detailliert analysiert:

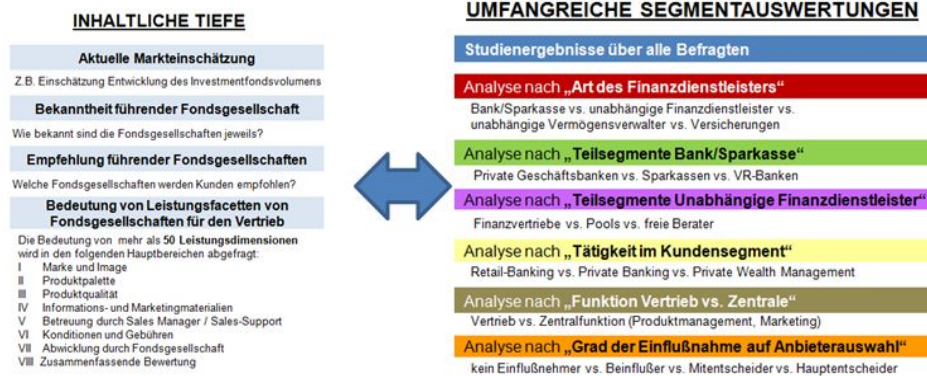
- | | |
|---------------------|--|
| ▪ Markteinschätzung | z.B. Einschätzung zur weiteren Entwicklung des Investmentfondsvolumens / Einstellung zum Drittvertrieb |
| ▪ Bekanntheit: | z.B. wie bekannt sind Fondsgesellschaften? |
| ▪ Kundenempfehlung | z.B. welche Fondsgesellschaften werden empfohlen? |
| ▪ Leistungsfaktoren | z.B. wie wichtig sind jeweils bestimmte Leistungen einer Fondsgesellschaft? |
| ▪ KAG-Bewertung: | z.B. wie werden führende KAG bewertet? |

Neben den Gesamtergebnissen über alle Befragten konnten zudem auch Teilsegmentanalysen nach „**Art des Finanzdienstleisters**“ (1), „nach Typus innerhalb von **Banken/Sparkasse**“ (2) nach Typ des „**unabhängigen Finanzdienstleisters**“ (3), nach „**Tätigkeit im Kundensegment**“ (4), nach der **Funktion** (5) sowie nach der **Rolle bei der Fondsanbieterauswahl** (6) durchgeführt werden mit folgenden Segmentvergleichen:

- (1) Banken/Sparkassen vs. Unabhängige Finanzdienstleister, Unabhängige Vermögensverwalter vs. Versicherungen
- (2) Private Geschäftsbanken vs. Sparkassen vs. Volksbanken
- (3) Finanzvertriebe vs. Pools vs. freie Berater
- (4) Retail Banking vs. Private Banking vs. Private Wealth Management
- (5) Vertrieb vs. Zentrale (Produktmanagement, Marketing...)
- (6) Personen ohne Einflussnahme vs. Beeinflußer vs. Mitentscheider vs. Hauptentscheider



Graphik 1: Inhaltliche Tiefe der Studie und umfangreiche Segmentauswertungen



Für wen sind die Studienergebnisse relevant?

Für alle Unternehmen, die in der Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Vertrieb von Investmentfonds in Deutschland tätig, bieten die Studienergebnisse einen deutlichen Mehrwert. Einen besonderen Nutzen erbringt die Studie dabei für alle **Fondsgesellschaften, die in Deutschland Investmentfonds vertreiben** oder zukünftig vertreiben wollen, speziell im **third-party-Vertrieb**. Die Wichtigkeit der hierfür ggü. Vertriebspartnern zu erbringenden Leistungen wird sehr detailliert analysiert. Im Rahmen der Studie wurden die **führenden Fondsgesellschaften** hinsichtlich deren **Bekanntheit und Empfehlung an Kunden** bewertet, konkret Allianz Global Investors, AXA Investment Managers, Blackrock, Carmignac Gestion, Cominvest, Deka, Dr. Jens Ehrhardt (DJE), DWS, F&C Investments, Fidelity, Fortis Investments, Frankfurt Trust, ING Investment Manager, Pictet, Nordea, Invesco, Metzler, Franklin Templeton Investments, Pioneer, M&G Investment, J.P. Morgan, Schrodgers, Oppenheim Trust, threadneedle, SEB Investment, Warburg Invest und Union Investment. Die drei großen Player im Drittvertrieb Allianz Global Investors, DWS und Fidelity wurden zudem auch detailliert über alle Leistungsfaktoren bewertet. Für Fondsgesellschaften, die zusätzlich auch explizit in der Studie bewertet werden, ist der Nutzen dementsprechend sogar doppelt.

Graphik 2: Bewertung von Leistungsfaktoren sowie Bewertung führender Fondsanbieter





Informationen zu den Studienautoren:

MC4MS

MC4MS ist eine **Unternehmensberatung für marktorientierte Unternehmensstrategien**. Fokus sind die Beratungsfelder Strategie, Organisation, Marktforschung, Produktmanagement, Marketing und Vertrieb - immer im Hinblick auf eine Verbesserung der Marktposition der Kunden. Wichtigste Kundengruppe sind Unternehmen der **Finanzdienstleistungs- und Versicherungsindustrie**.

Für die **Asset-Management-Industrie** hat MC4MS z.B. spezielle Produkte im Bereich der **Marktforschung** - z.B. "FDL-Sigmafo" als spezielles Befragungstool für den Drittvertrieb. Zuletzt hat MC4MS mit der großen **ETF-Studie** Ende 2008 im Markt für Aufmerksamkeit gesorgt (www.etf-marktstudie.de).

MC4MS führt sowohl **Marktstudien** im exklusiven Kundenauftrag durch, als auch größere Studien - wie die vorliegende Investmentfonds-Studie – die anschließend im Markt veröffentlicht werden.

www.mc4ms.com

Lehrstuhl für Bankbetriebslehre der Universität Mainz

Innerhalb der Johannes Gutenberg-Universität Mainz wurde die Studie vom Lehrstuhl für Bankbetriebslehre (FB 03 Rechts- und Wirtschaftswissenschaften) durchgeführt. Lehrstuhlinhaber und Mentor der Investmentfonds-Studie ist Herr [Prof. Dr. Dietmar Leisen](#).

Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Portfoliomanagement, Risikomanagement, sowie im Bereich Private Equity.

Operativ für die Investmentfonds-Studie verantwortlich ist auf Seiten des Lehrstuhls Frau Yvonne Kreis, wissenschaftliche Mitarbeiterin.

<http://www.finserv.bwl.uni-mainz.de>



Studienkontakt:

<p>MC4MS Dipl.-Kfm. Marc Ahlers Kreidelstraße 2a D-65193 Wiesbaden</p> <p>Tel.: +49 0611-9757500 Fax: +49 0611-17444-83</p> <p>info@mc4ms.de www.mc4ms.de</p>	<p>Universität Mainz, Lehrstuhl Bankbetriebslehre Dipl.-Kffr. Yvonne Kreis Haus Recht und Wirtschaft I, 1. Stock Jakob-Welder-Weg 9 D-55128 Mainz</p> <p>Tel.: +49 06131-39 2 9902 Fax: +49 06131-39 2 9905</p> <p>yvonne.kreis@uni-mainz.de www.finserv.bwl.uni-mainz.de</p>
---	---

Pressekontakt:

Sie möchten über die Studienergebnisse redaktionell berichten? Wir unterstützen Sie gerne. Kontaktieren Sie uns bitte unter

Tel.: 0611-9757500
Email: presse@mc4ms.de