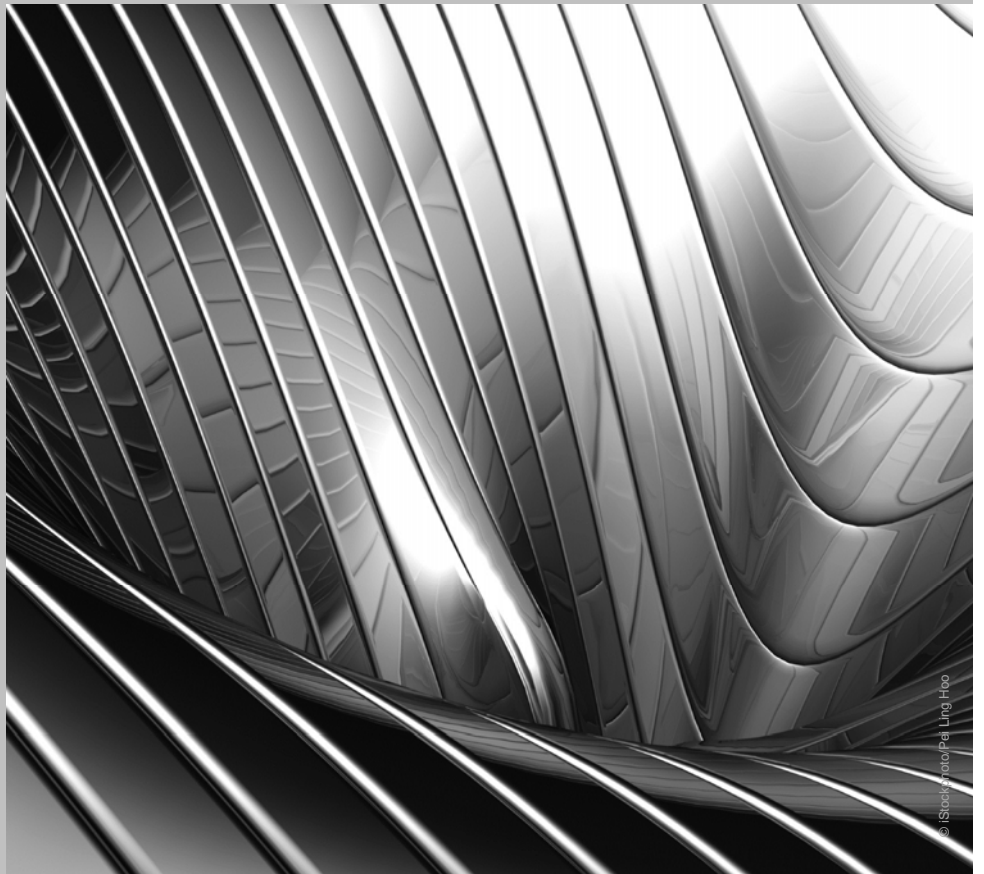




RESEARCH CENTER FOR FINANCIAL SERVICES
STEINBEIS-HOCHSCHULE BERLIN

Veränderungen des Anlageverhaltens seit der Finanzkrise - Analysebericht -



© iStockphoto/Pai Ling Hoo

München, im Juli 2012

Steinbeis Research Center for Financial Services

▪ Possartstraße 9 ▪ 81679 München (Germany) ▪ Fon: +49 (0)89 20 20 84 79-0 ▪ Fax: +49 (0)89 20 20 84 79-11

Direktoren: Prof. Dr. Jens Kleine + Prof. Dr. Markus Venzin

Steinbeis-Hochschule Berlin

▪ Steinbeis-Haus ▪ Gürtelstr. 29A/30 ▪ 10247 Berlin (Germany) ▪ Fon: +49 (0)30 29 33 09-0

Einführung

Die Finanz- und Staatschuldenkrise ist seit einiger Zeit eines der dominierenden Themen in den Medien. Häufig wird unterstellt, dass die in den letzten Jahren aufgetretenen Kursverluste bei einigen Anlagen zu einem Rückgang der Risikobereitschaft der Privatanleger sowie zu allgemeinen Veränderungen im Anlageverhalten geführt haben. Die Studie „Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise“ ist eine Untersuchung des Research Center for Financial Services der Steinbeis-Hochschule Berlin mit freundlicher Unterstützung der DekaBank und analysiert die tatsächlichen Veränderungen im Anlageverhalten von Privatkunden. Ziel ist es, die Entwicklung der Risikobereitschaft sowie der Produktaffinität und anderer geldanlagebezogener Fragestellungen zu untersuchen. Dabei soll insbesondere auf die Unterschiede in der Wahrnehmung der Kundenberater und der Kunden selbst eingegangen werden.

Für die Studie wurden 147 Vertriebssteuerer und Kundenberater sowie 2.016 Privatkunden in Deutschland befragt

Für die Studie wurden 147 Vertriebssteuerer und Kundenberater bei Sparkassen, Genossenschafts- und Privatbanken sowie Vermögensverwaltern befragt. Darüber hinaus wurde eine repräsentative Stichprobe mit 2.016 Privatkunden erhoben.

Entwicklung des Geldvermögens

Das Geldvermögen wächst kontinuierlich, die Struktur verändert sich

Das Geldvermögen der Deutschen ist in den letzten Jahren weiter gewachsen und hat mit knapp 5 Bil. Euro einen neuen Höchststand erreicht. Dabei hat sich auch die Struktur des Vermögens im Laufe der Zeit verändert. Während der Bargeld- und Einlagenbesitz in den letzten fünf Jahren konstant zugenommen hat, ist die Bedeutung von Wertpapieranlagen eher gesunken.

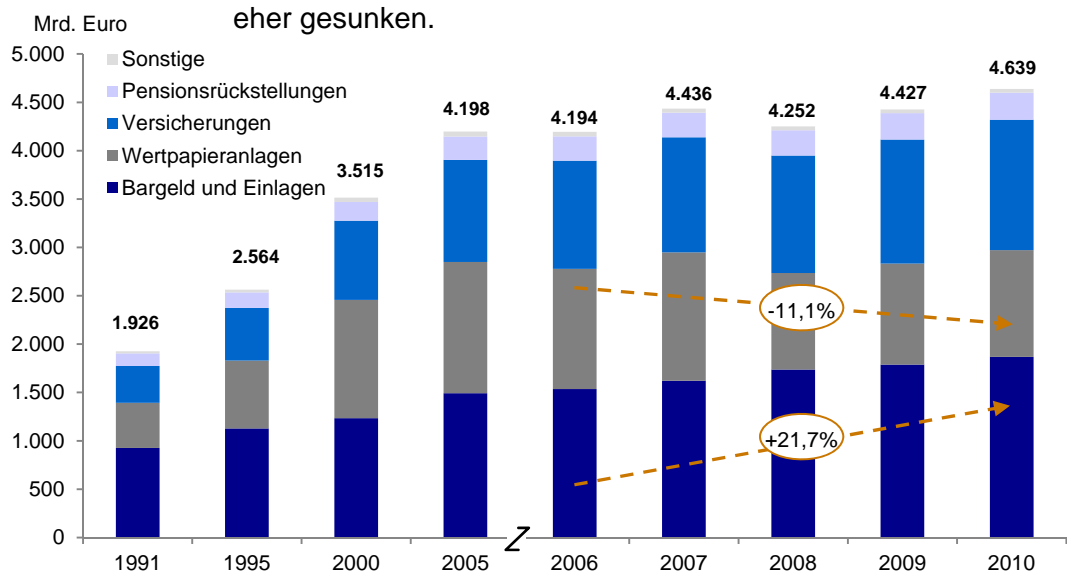


Abbildung 1: Entwicklung des Geldvermögens privater Haushalte von 1991 - 2010

Die Finanzkrise hat zu Veränderungen im Anlageverhalten geführt, viele Kunden und Berater sind verunsichert

Mehr und mehr Investoren haben sich in den letzten Jahren sogar vollkommen von der Börse zurückgezogen.

Veränderungen im Anlageverhalten

Diese Entwicklung wurde durch die Finanzkrise weiter verschärft. 92% der Kundenberater sind der Ansicht, dass die Kunden ihre Anforderungen an Geldanlagen und ihr Anlageverhalten seit der Finanzkrise verändert haben. Die wichtigsten Entwicklungen sind dabei vor allem:

- ▶ Das Interesse der Privatanleger am Thema Geldanlagen ist weiter zurückgegangen
- ▶ Die Kunden, aber auch die Berater, sind durch die volatile Marktentwicklung und die unsicheren Zukunftsaussichten verunsichert
- ▶ Die Sicherheit ist zumeist das dominierende Thema bei der Anlage
- ▶ Das Vertrauen in Aktien und Aktienfondsinvestments ist weiter gesunken
- ▶ Teilweise wird die Geldanlage nicht mehr als Chance, sondern eher als Risiko angesehen

Risikobereitschaft

Die große Relevanz des Themas Sicherheit ist auch in der gesunkenen Risikobereitschaft der Kunden begründet. 84% der Kundenberater und 46 % der Anleger sind der Ansicht, dass die Risikobereitschaft geringer ist als noch vor fünf Jahren. (Abb. 2).

Die Risikobereitschaft ist in den vergangenen fünf Jahren gesunken

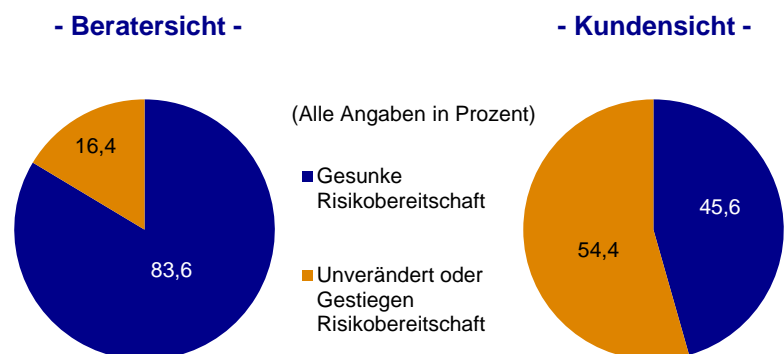


Abbildung 2: Vergleich der Entwicklung der Risikobereitschaft der Kunden in den vergangenen 5 Jahren aus Sicht der Berater und Kunden

Zukünftig wird sowohl auf Seiten der Kunden als auch der Berater von einer teilweise wieder zunehmenden Risikobereitschaft ausgegangen.

Produktpräferenz

Ebenso wie bei der Risikobereitschaft und der Vermögensstruktur kam es auch bei der Einstellung gegenüber unterschiedlichen Anlageprodukten zu Veränderungen. Diese sind auf Kundenseite allerdings weniger ausgeprägt als von den Beratern vielfach angenommen. Über nahezu alle Produktgruppen hinweg hat sich die Meinung von rund der Hälfte der Kunden in den letzten Jahren nicht geändert. Die beliebtesten Produkte der Kunden sind dabei aktuell Spar-/Sicht- und Termineinlagen, Bausparverträge sowie Investmentfonds (Abb. 3).

Sparbuch, Bausparen und Investmentfonds sind aktuell die beliebtesten Produkte der Kunden

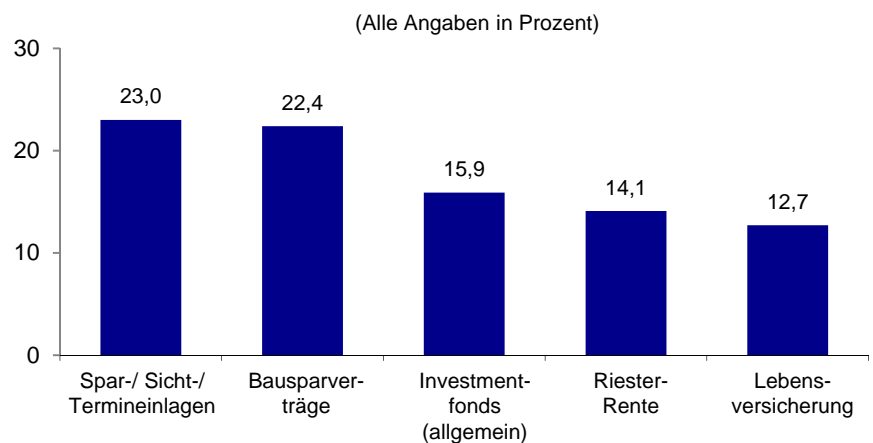


Abbildung 3: Anteil der Kunden mit einer positiveren Einstellung gegenüber unterschiedlichen Produkten im Vergleich zu vor 5 Jahren

Investmentfonds liegen in Bezug auf das Absatzpotential bis 2016 auf Rang 3

Fondsbesitzer bewerten das Potential von Investmentfonds noch positiver

Auch zukünftig kommt es aus Kundensicht nicht zu signifikanten Veränderungen in der Einstellung gegenüber unterschiedlichen Anlageprodukten. So wird die Kaufwahrscheinlichkeit bei Spar-/Sicht- und Termineinlagen als am größten eingeschätzt. Auf den Plätzen zwei und drei rangieren, ebenso wie aktuell, Bausparverträge und Investmentfonds. Bei Personen, die aktuell bereits Investmentfonds besitzen, wird die Situation sogar noch positiver bewertet. In dieser Kundengruppe haben Fonds das zweitgrößte Potential. Rund ein Drittel stuft die Wahrscheinlichkeit in den nächsten Jahren Fonds erneut zu kaufen als hoch ein. Mehr als 60% können sich einen Fondskauf in den nächsten Jahren vorstellen. Einzig die Kaufwahrscheinlichkeit für Spar-/Sicht- und Termineinlagen ist noch höher.

Die Nachvollziehbarkeit und Transparenz einer Geldanlage ist noch stärker in den Fokus gerückt

Anforderungen an die Produkte

Wenngleich sich die Beliebtheit der unterschiedlichen Produkte nur unwesentlich verändert hat, haben sich die Anforderungen an Geldanlagen doch insgesamt gewandelt. So steht für Privatpersonen in erster Linie die Sicherheit einer Anlage im Vordergrund. Daneben ist ein Trend hin zu einfachen und auch nachvollziehbaren Geldanlagen zu beobachten. Speziell auf Investmentfonds bezogen bedeutet dies, dass die Kunden im Vergleich zu 2008 deutlich häufiger nach der Sicherheit der Anlage fragen. (Abb. 4).

- Kundensicht -

(Alle Angaben in Prozent)

Prozentualer Anteil der Antworten mindestens „Wichtig“ und „Sehr wichtig“

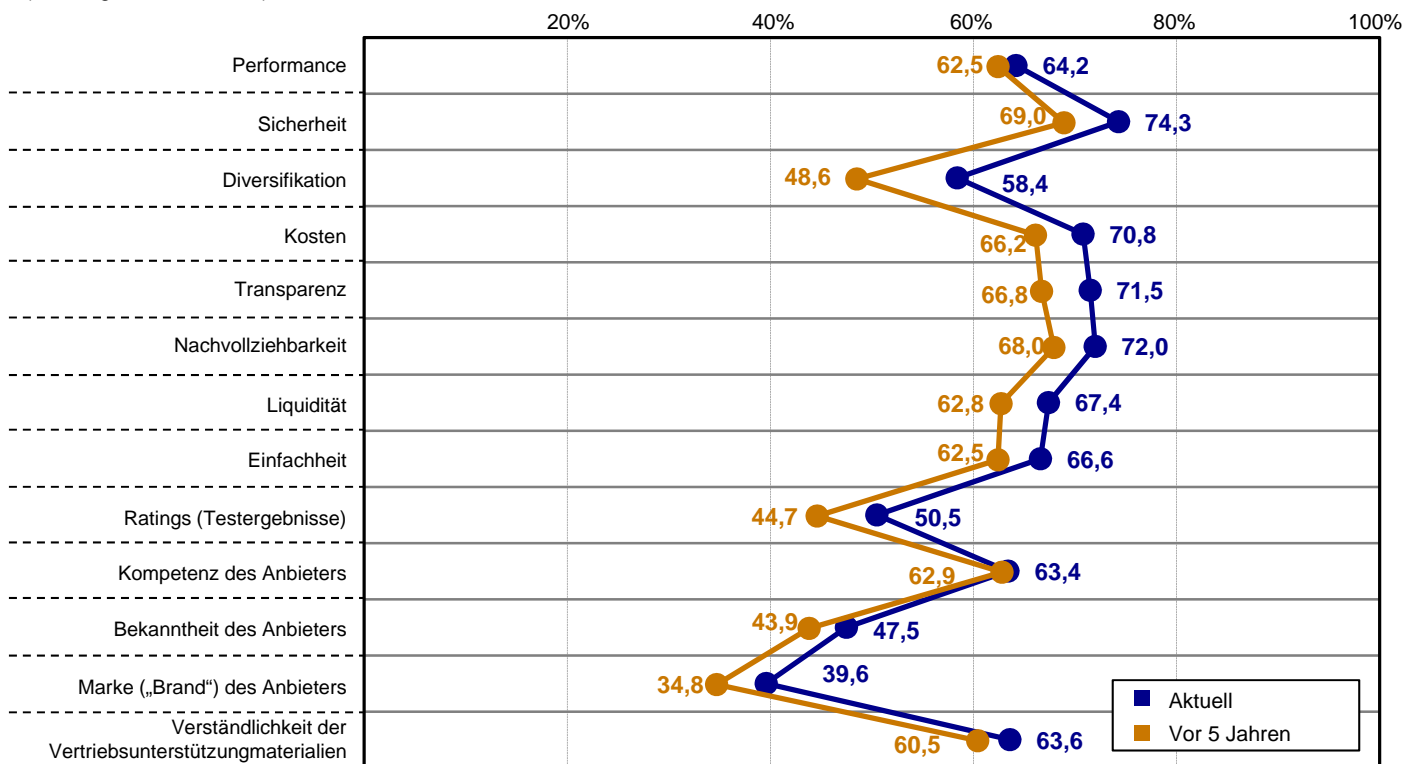


Abbildung 4: Wichtigste Faktoren bei einem Investmentfonds vor 5 Jahren und aktuell

Garantiefonds haben aus Beratersicht ein hohes Potential

Auf Ebene der unterschiedlichen Fondskonstruktionen haben in erster Linie klassische Long-Only-Angebote, speziell im Aktienbereich, an Attraktivität eingebüßt. Eher defensive Produkte, wie Renten- oder Geldmarktfonds, werden dagegen in der Gunst der Anleger zukünftig positiver bewertet. Auch Garantiefonds wird von den Beratern ein hohes Potential beschieden.

Kundenberatung

Neben den veränderten Anforderungen der Kunden an eine Geldanlage, kam es auch in der Praxis der Kundenberatung in den letzten Jahren zu Veränderungen. So hat zum einen ein Teil der Kunden etwas Vertrauen in die Banken und Finanzdienstleister verloren, zum anderen sind sie kritischer geworden und prüfen Angebote genauer. Ein Problem in der Beratung stellt jedoch nach wie vor der geringe Kenntnisstand vieler Privatpersonen in Bezug auf Geldanlagen dar. Zudem gehen die Berater häufig davon aus, dass die Kunden erst nach längeren Kursanstiegen von Anlagen in Kapitalmarktprodukte überzeugt werden können. Viele der befragten Kunden sehen sich dagegen nicht als prozyklische Anleger.

Anleger sind kritischer geworden und prüfen Angebote zur Geldanlage genauer als vor der Krise

Regulierung

Neben dem Wandel im Anlageverhalten, haben sich auch die neuen regulatorischen Vorgaben in der Anlagepraxis niedergeschlagen. So sind zahlreiche Berater durch die regulatorischen Anforderungen verunsichert. Dabei werden vor allem der gestiegene Aufwand in der Beratung und Dokumentation als Problem angesehen. Speziell Investmentfonds sind aus Sicht der Berater besonders negativ von der Regulierung betroffen. So sind 72% der Kundenberater der Ansicht, dass sich Vorgaben wie die MiFID und Beratungsprotokolle negativ auf den Fondsabsatz auswirken. Die Einführung einer Finanztransaktionssteuer würde die Geldanlage in Wertpapiere zusätzlich belasten. Sowohl die Kunden als auch die Berater gehen mehrheitlich davon aus, dass sich diese negativ auf die Attraktivität von Investmentprodukten auswirken würde.

Regulatorische Vorgaben verunsichern Berater und hemmen den Wertpapierproduktvertrieb

Die Einführung einer Finanztransaktionssteuer würde die Wertentwicklung von Fonds zusätzlich belasten

Fazit

Das Anlageverhalten hat sich in Folge der Finanzkrise verändert. Der Rückgang in der Risikobereitschaft der Kunden ist allerdings nicht so ausgeprägt wie viele Berater dies annehmen. Die Kunden sind nach wie vor für eine Reihe unterschiedlicher Anlagen offen, um von den Vorteilen der jeweiligen Instrumente profitieren zu können. So stellen beispielsweise Investmentfonds für eine breite Masse von Kunden nach wie vor eine interessante Anlageform dar. 60% der Kunden können sich vorstellen in diese Produkte zu investieren, wobei eher sicherheitsorientierte Lösungen im Vordergrund stehen.

Kunden sind nach wie vor in teilen risikobereit und für Wertpapiere zu begeistern

**Für 60% der Anleger sind
Fonds nach wie vor ein
attraktives Anlageprodukt**

Damit Kunden mit Investmentfonds auch zukünftig ein attraktives Produkt angeboten werden kann, ist es notwendig, Transparenz über die Produktpalette und –nutzen herzustellen, den Umgang der Berater mit den bestehenden regulatorischen Auflagen zu trainieren, übertriebene regulatorische Auflagen abzubauen bzw. zu verhindern und die Verbesserung des Finanzwissens der Kunden mit zu unterstützen. Eine große Chance für den zukünftigen Absatzerfolg von Investmentfonds liegt in hochwertigen Anlage-Beratungsgesprächen zwischen Beratern und Kunden „auf Augenhöhe“.

Kernaussagen der Studie:

Entwicklung des Geldvermögens

- Das Geldvermögen der Deutschen wächst kontinuierlich und hat mit knapp 5 Bil. Euro einen neuen Höchststand erreicht
- Der Anteil der Wertpapieranlagen am Geldvermögen sinkt, dagegen wächst der Anteil der Barmittel und Einlagen konstant an

Anlageverhalten

- Das Interesse der Privatanleger am Thema Geldanlagen ist seit der Finanzmarktkrise weiter zurückgegangen
- Die Kunden, aber auch die Berater und Vertriebssteuerer, sind von der turbulenten Marktentwicklung und den unklaren Zukunftsaussichten verunsichert
- Die Sicherheit ist zumeist das dominierende Thema bei der Anlage
- Teilweise wird die Geldanlage nicht mehr als Chance, sondern eher als Risiko angesehen

Risikobereitschaft

- Die Risikobereitschaft der Kunden ist teilweise gesunken

Produkte

- Die Einstellung der Kunden zu den unterschiedlichen Produkten hat sich, anders als vielfach angenommen, bei vielen kaum verändert
- Spar-, Sicht-, Termineinlagen, Bausparen und Investmentfonds sind aktuell die beliebtesten Produkte der Kunden
- Investmentfonds haben auch zukünftig Potential – Rang 3 beim Absatzpotential auf Sicht von 5 Jahren

Beratung

- Die Kunden haben teilweise Vertrauen in Banken und Finanzdienstleister verloren, dennoch ist der Berater die zentrale Anlaufstelle
- Viele der befragten Kunden sehen sich nicht als prozyklische Anleger

Regulierung

- Regulatorische Vorgaben sorgen aktuell für Verunsicherung bei den Beratern und Vertriebssteuerern und hemmen den Absatz von Wertpapierprodukten

▪ Ziele und Methodik	9
▪ Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise	
– Grundsätzliches Anlageverhalten	11
– Risikobereitschaft	23
– Produkte (Allgemein)	30
– Investmentfonds	39
– Beratung	44
– Regulierung	52
▪ Zusammenfassung	56
 Anhang	 59

Ziele und Methodik:

- Die Studie „Veränderungen des Anlageverhaltens seit der Finanzkrise“ ist eine Untersuchung des Research Center for Financial Services der Steinbeis-Hochschule Berlin mit freundlicher Unterstützung der DekaBank und analysiert die tatsächlichen Veränderungen im Anlageverhalten von Privatkunden
- Ziel ist die Darstellung der Veränderungen im Anlageverhalten sowie der Gründe dieser Veränderungen. Die Studie soll helfen, die Veränderungen im Anlageverhalten nachzuvollziehen und daraus resultierend die Anforderungen an die Asset Manager darzustellen
- Die in der Studie dargestellten Prognosen und Berechnungen basieren auf den derzeitigen Marktbedingungen und -gegebenheiten. Bei nicht vorhersehbaren Veränderungen der Rahmenbedingungen und/ oder Entwicklungen an den Kapitalmärkten müssen die Prognosen neu berechnet werden

Vorgehen:

- Für die Studie wurde sowohl eine Befragung bei Kundenberatern als auch bei Privatkunden durchgeführt. Im Rahmen der Befragung wurden
 - **147 Vertriebssteuerer, Kundenberater, Produktverantwortliche und Wertpapierspezialisten** von Banken sowie **Vermögensverwalter** befragt,
 - die Befragung der **Privatkunden** umfasst eine repräsentative Stichprobe von **2.016 Personen** zwischen **18 und 65 Jahren**.
- Weiterhin stützt sich die Studie auf Veröffentlichungen sowie eigene Berechnungen

Autoren:

- **Prof. Dr. Jens Kleine** ist Inhaber des Lehrstuhls für Unternehmensführung und Finanzdienstleistungen an der Steinbeis-Hochschule Berlin
- **Matthias Krautbauer, Alessandro Munisso** und **Tim Weller** sind wissenschaftliche Mitarbeiter am Research Center for Financial Services der Steinbeis-Hochschule Berlin

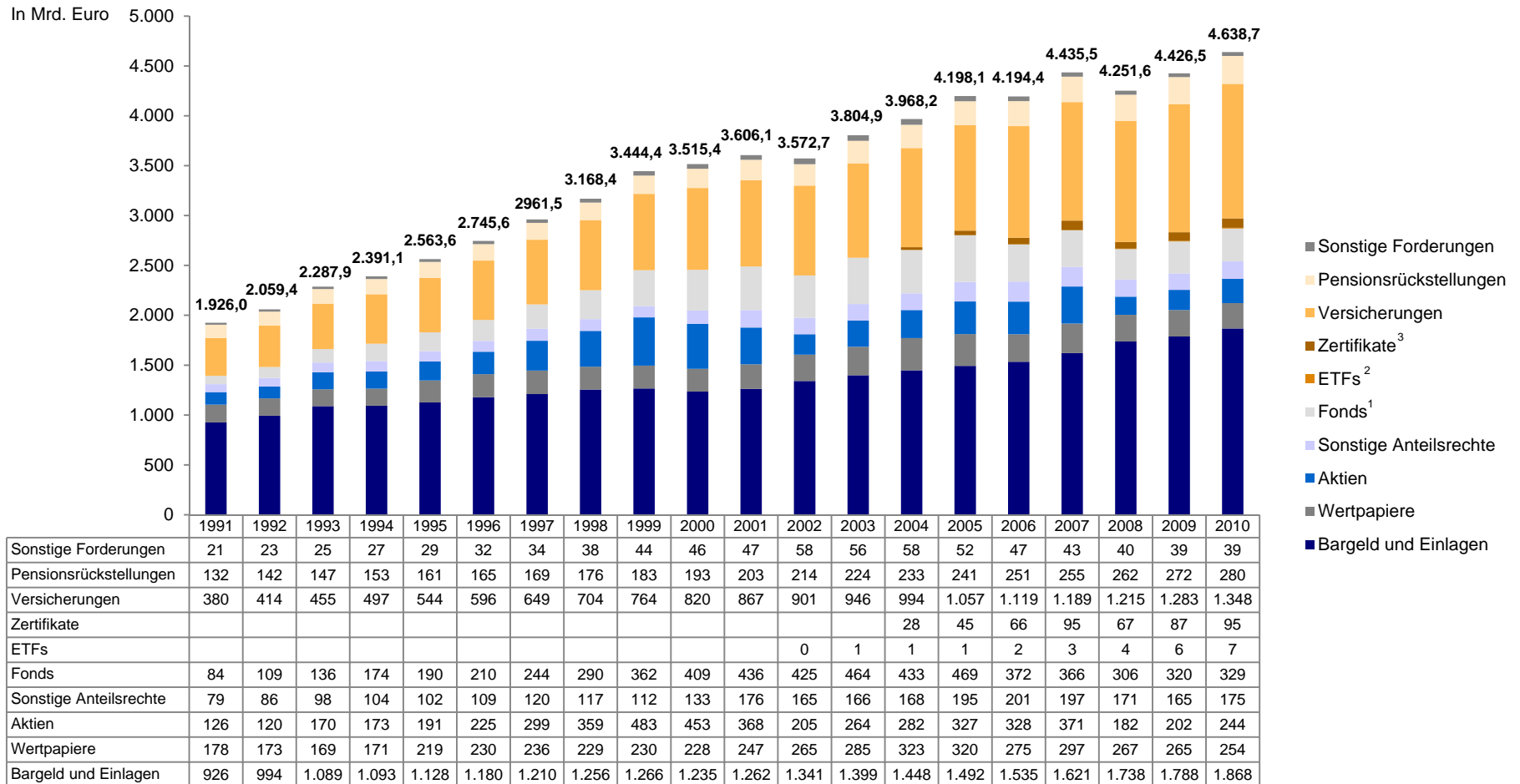
- **Ziele und Methodik**
- **Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise**
 - **Grundsätzliches Anlageverhalten**
 - Risikobereitschaft
 - Produkte (Allgemein)
 - Investmentfonds
 - Beratung
 - Regulierung
- **Zusammenfassung**

Anhang

Ergebnisse der Studie – Grundsätzliches Anlageverhalten

Während der Bargeld- und Einlagenbesitz konstant wächst, stagnieren die in Fonds investierten Mittel seit dem Jahr 2000 mit rückläufiger Tendenz

Entwicklung des Geldvermögens privater Haushalte



Quelle: Deutsche Bundesbank; 1) Bis 2004 wurden alle Investmentzertifikate der Statistik der Deutschen Bundesbank der Kategorie Fonds zugerechnet, ab 2004 werden Investmentzertifikate auf die Kategorien Fonds und Zertifikate entsprechend der Statistik des DDV aufgeteilt; 2) Quelle: Deutscher Derivate Verband; 3) Quelle: Deutsche Börse XTF Facts and Figures, Bloomberg, Lipper; Marktvolumen wurden anhand der Gesamten AuM in ETFs in Europa, gewichtet nach den unterschiedlichen nationalen Börsenplätzen berechnet. Für den deutschen Markt wurde, aufgrund der europaweiten Dominanz des XTF-Segments, ein Abschlag von 15%, der relativ auf die anderen Länder verteilt wurde, zugrundegelegt. Deutsche Investoren haben dadurch einen Anteil von rund 30% der gesamten in Europa in ETFs gebundenen Mittel, der Anteil der Privatanleger wird mit 10% angenommen.

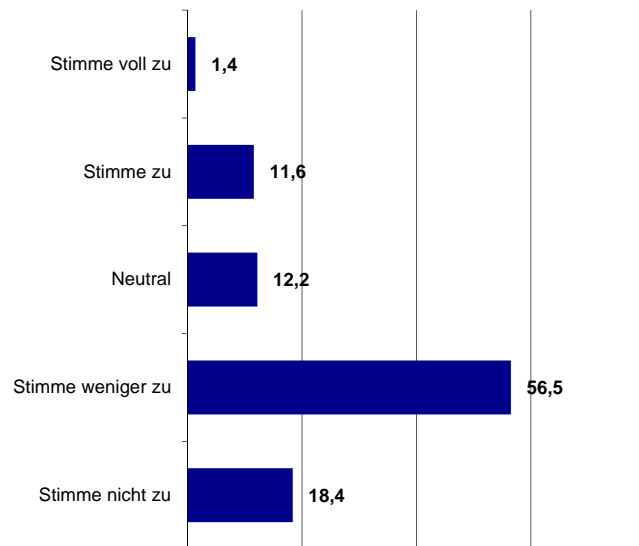
92% der Kundenberater sind der Meinung, dass Kunden ihre Anforderungen an Neuanlagen seit der Finanzkrise verändert haben

Veränderungen im Anlageverhalten durch die Finanzkrise

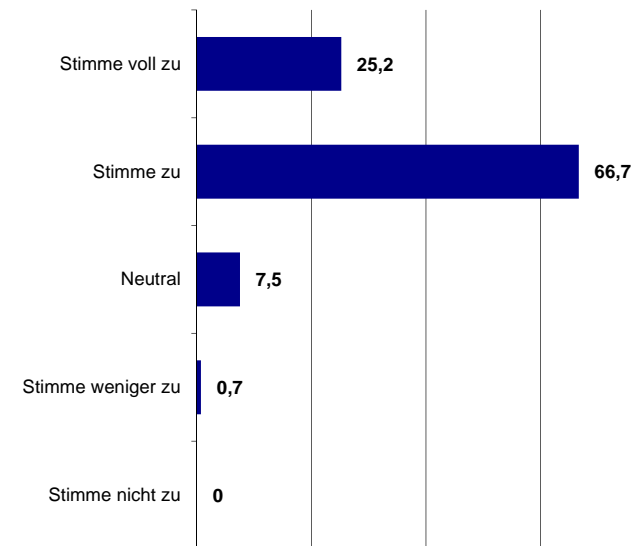
(Alle Angaben in Prozent)

- Vertriebssteuerer und Kundenberater 2011 -

Die Kunden haben die Struktur der bestehenden Geldanlagen in Folge der Finanzkrise nicht verändert



Bei Neuanlagen haben Kunden seit der Finanzkrise Ihre Anforderungen verändert



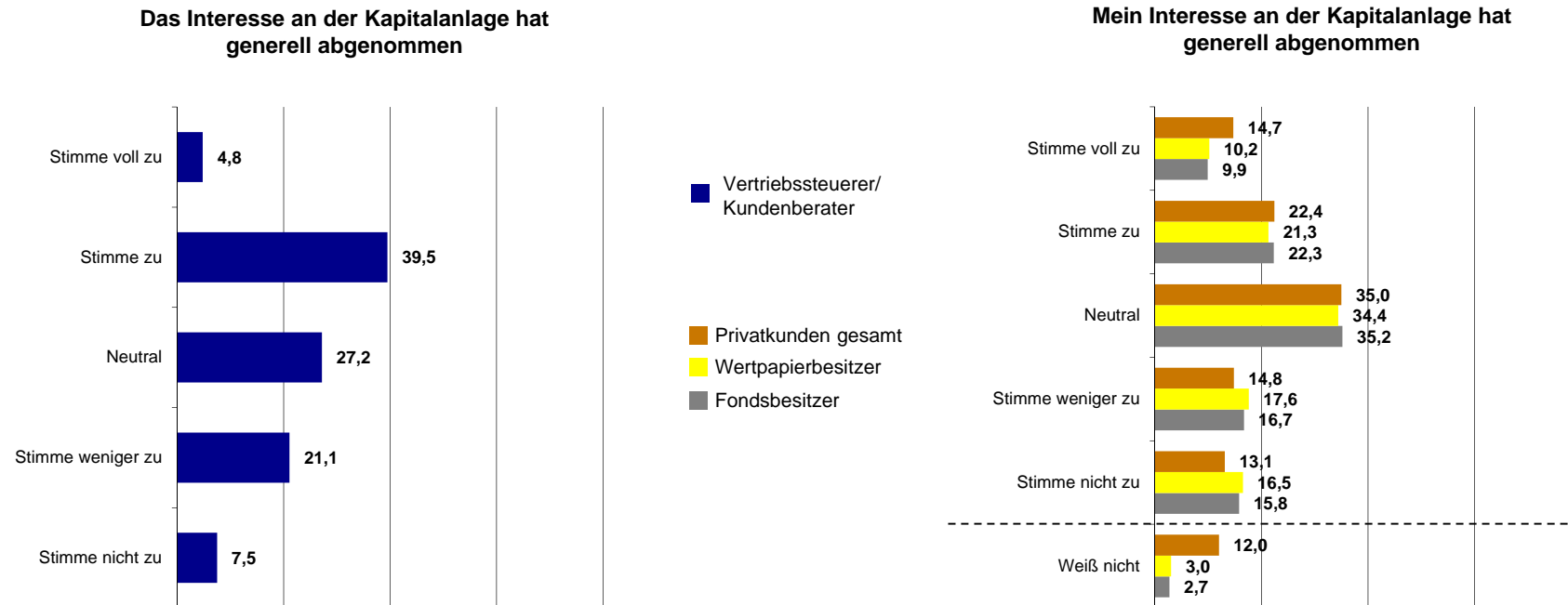
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Anlageverhalten zu?“ n = 147

Das Interesse an der Kapitalanlage hat sowohl aus Kunden- als auch aus Beratersicht abgenommen

Entwicklung des Interesses an der Kapitalanlage

- Vertriebssteuerer und Kundenberater sowie Privatkunden nach Clustern -

(Alle Angaben in Prozent)



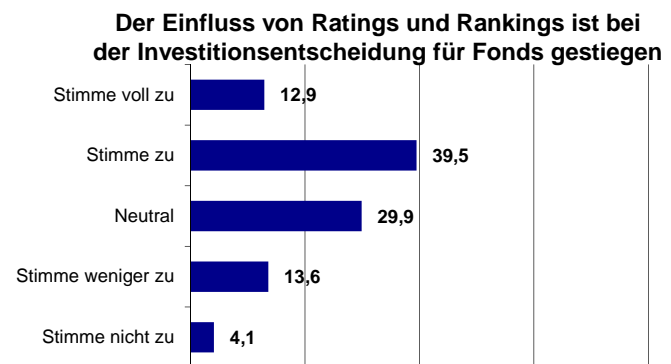
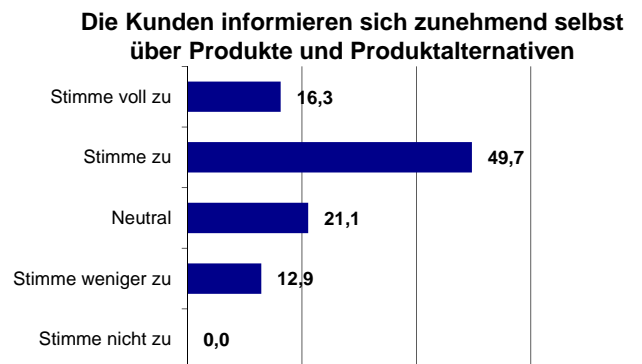
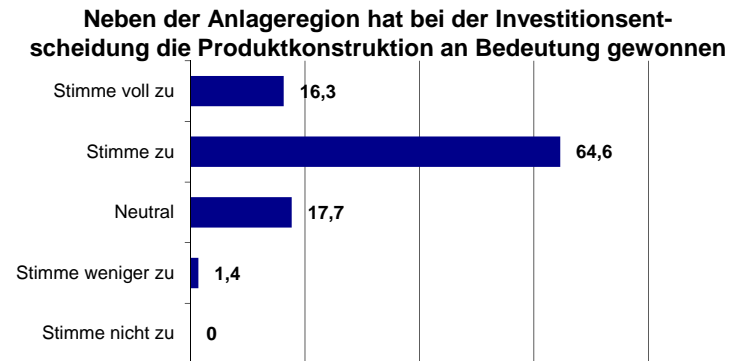
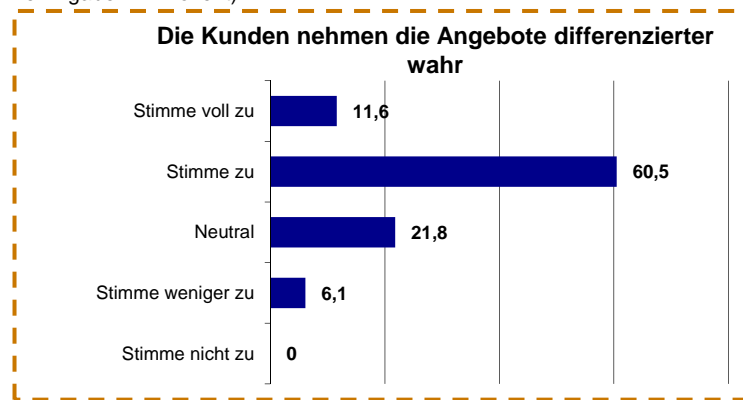
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Anlageverhalten zu?“ n = 147/ Privatkunden: Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; n_{Gesamt} = 2.016; n_{Wertpapierbesitzer} = 890; n_{Fondsbesitzer} = 695

72% der Kundenberater sind der Ansicht, dass die Kunden Angebote differenzierter wahrnehmen

Bewertung der Aussagen zur Produktwahrnehmung

- Vertriebssteuerer und Kundenberater 2011 -

(Alle Angaben in Prozent)

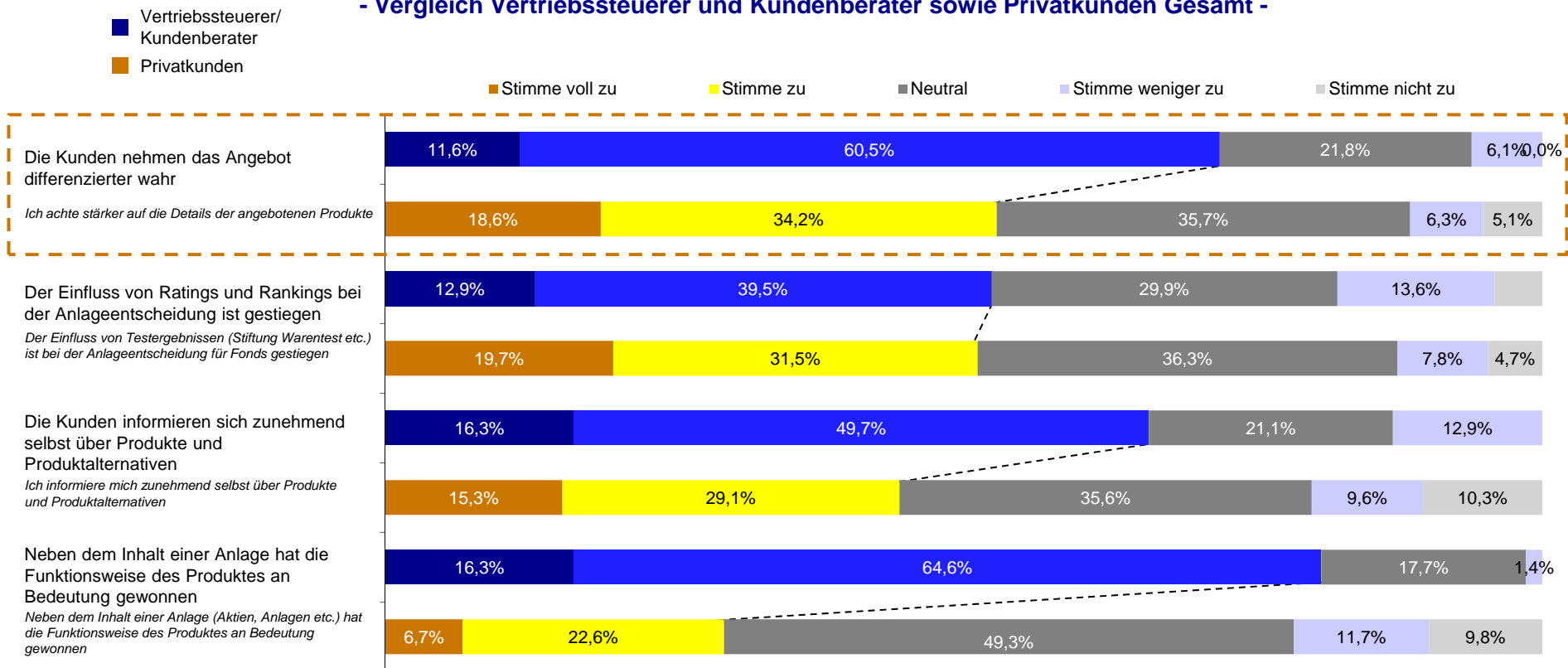


Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ n = 147

Auch die Kunden achten mehrheitlich stärker auf die Details der angebotenen Produkte

Bewertung der Aussagen zur Produktwahrnehmung

- Vergleich Vertriebssteuerer und Kundenberater sowie Privatkunden Gesamt -



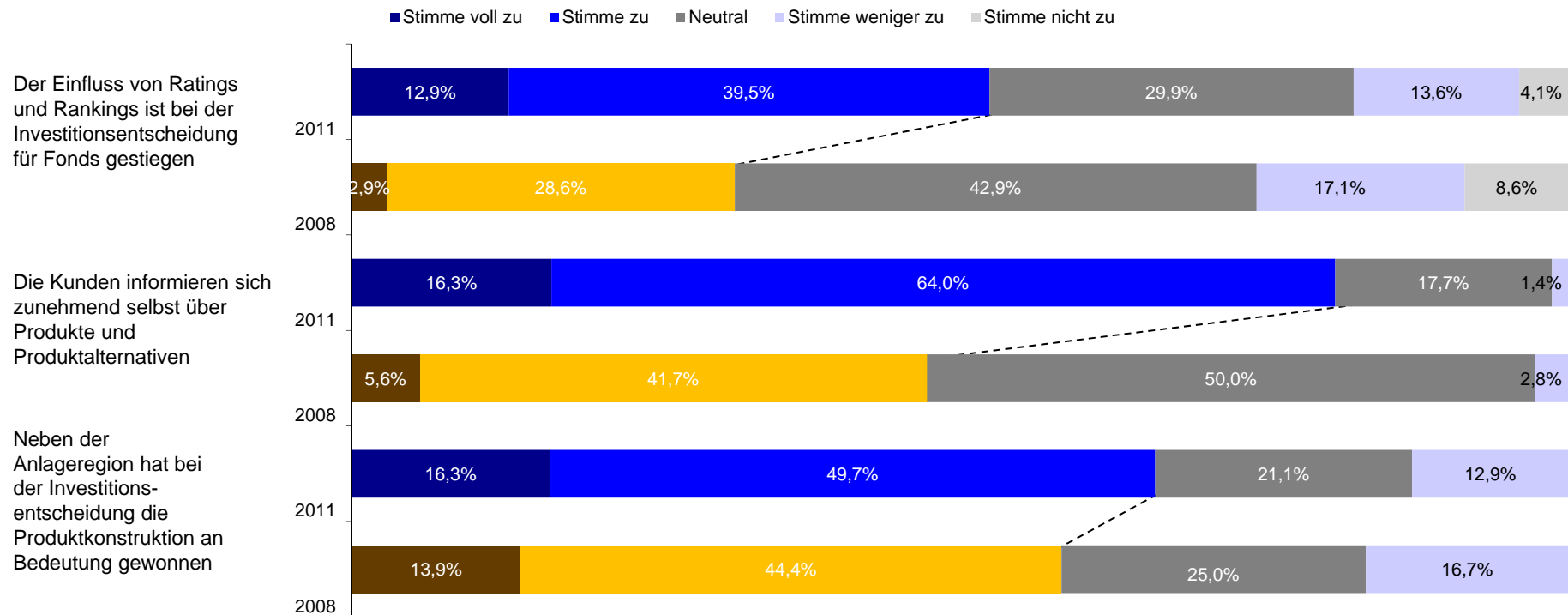
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen bei Privatkunden ohne Antworten „Weiß ich nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ n_{Berater} = 147; n_{Kunden} = 2.016

Ergebnisse der Studie – Grundsätzliches Anlageverhalten

Im Vergleich zu 2008 sind die Berater deutlich häufiger der Ansicht, dass sich Kunden zunehmend selbst informieren, auch die Bedeutung von Ratings und Rankings hat ihrer Meinung nach zugenommen

Bewertung der Aussagen zur Produktwahrnehmung

- Vertriebssteuerer und Kundenberater Vergleich 2011 und 2008 -



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Anlageverhalten zu?“ n²⁰¹¹ = 147; n²⁰⁰⁸ = 72

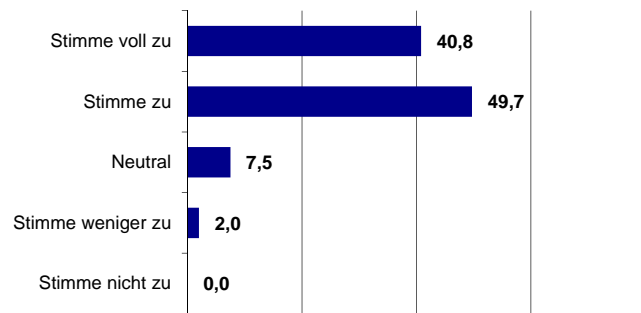
Sowohl Kunden als auch Berater sind der Meinung, dass die New-Economy-Blase und die Finanzkrise zu einem allgemeinen Vertrauensverlust in Aktien und Aktienfonds führte

Bewertung produktbezogener Aussagen zu Aktienfonds

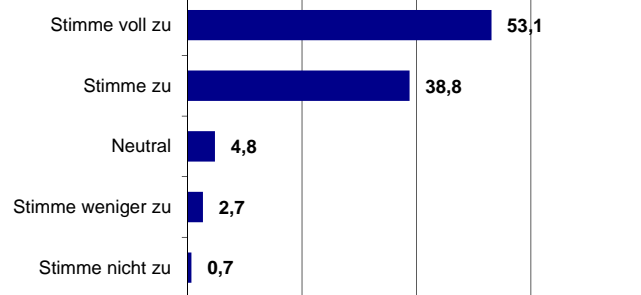
- Vertriebssteuerer und Kundenberater und Privatkunden nach Clustern -

(Alle Angaben in Prozent)

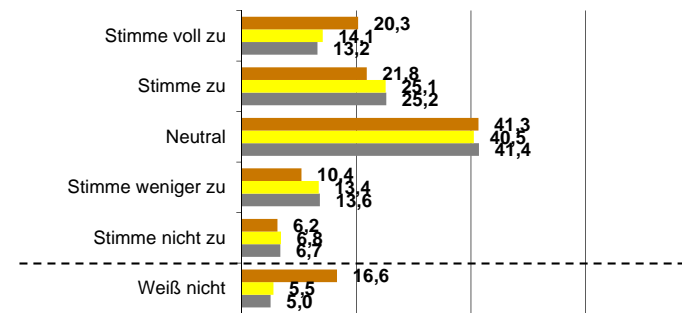
Viele Kunden haben nach dem Platzen der New-Economy-Blase stark an Vertrauen in Aktien- und Aktienfondsinvestments verloren



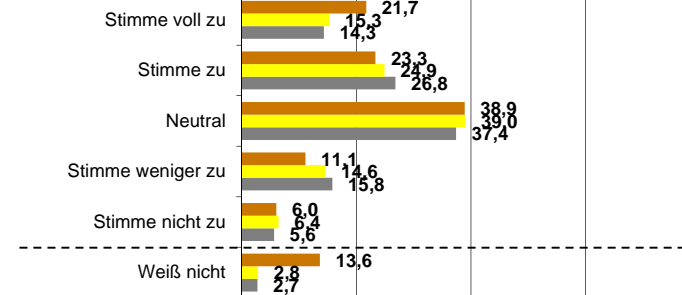
Viele Kunden haben in Folge der Finanzkrise stark an Vertrauen in Aktien- und Aktienfondsinvestments verloren



Ich habe nach dem Platzen der New-Economy-Blase stark an Vertrauen in Aktien- und Aktienfondsinvestments verloren



Ich habe in Folge der Finanzkrise stark an Vertrauen in Aktien- und Aktienfondsinvestments verloren



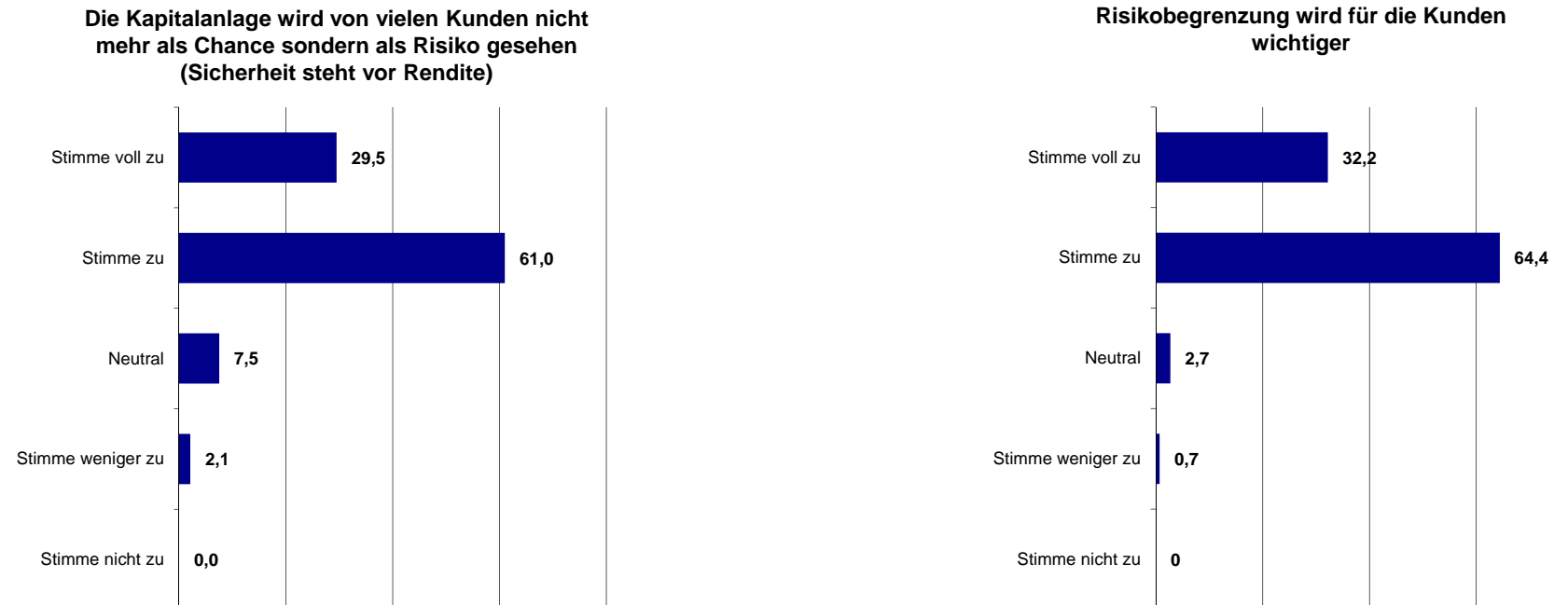
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen bei Privatkunden ohne Antworten „Weiß ich nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ n = 147/ Privatkunden: Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; n^{Gesamt} = 2.016; n^{Wertpapierbesitzer} = 890; n^{Fondsbesitzer} = 695

91% der Kundenberater und Vertriebssteuerer stimmen zu, dass die Geldanlage von Kunden nicht mehr als Chance sondern als Risiko sehen

Bewertung der Aussagen zur Risikobereitschaft der Kunden

- Vertriebssteuerer und Kundenberater 2011 -

(Alle Angaben in Prozent)



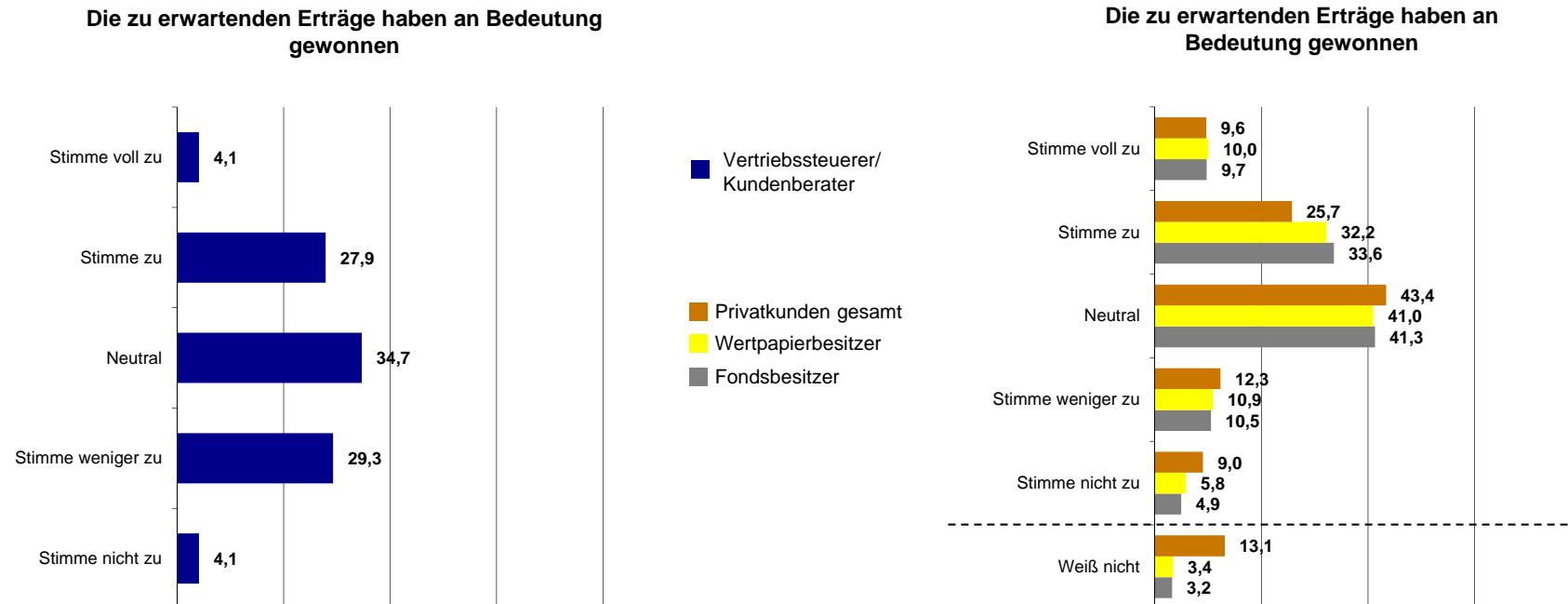
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zur Risikobereitschaft zu?“ n = 147

Die zu erwartenden Erträge haben aus Beratersicht nur für rund ein Drittel der Kunden an Relevanz gewonnen

Einschätzung zur Entwicklung der Bedeutung der Erträge bei der Kapitalanlage

- Vertriebssteuerer und Kundenberater und Privatkunden nach Clustern -

(Alle Angaben in Prozent)



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen bei Privatkunden ohne Antworten „Weiß ich nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zur Risikobereitschaft zu?“ n = 147/ Privatkunden: Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; n^{Gesamt} = 2.016; n^{Wertpapierbesitzer} = 890; n^{Fondsbesitzer} = 695

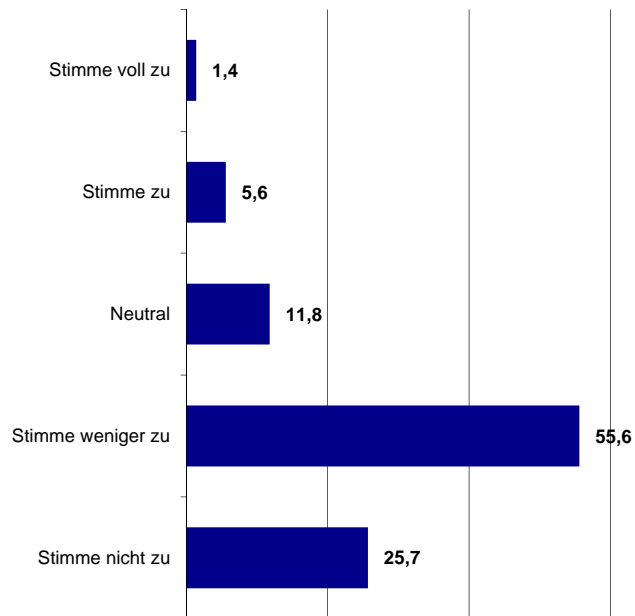
81% der Kundenberater stimmen nicht zu, dass die Kunden mögliche Verluste weniger stark wahrnehmen als noch vor der Finanzkrise

Entwicklung der Verlustwahrnehmung der Kunden seit der Finanzkrise

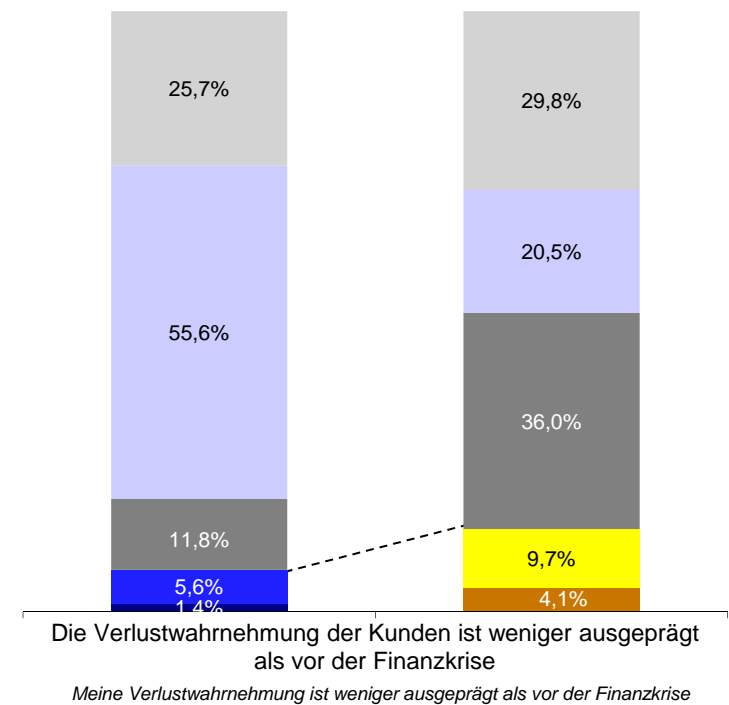
- Vertriebssteuerer und Kundenberater 2011 nach Clustern -

(Alle Angaben in Prozent)

Die Verlustwahrnehmung der Kunden ist weniger ausgeprägt als vor der Finanzkrise



■ Stimme voll zu ■ Stimme zu ■ Neutral ■ Stimme weniger zu ■ Stimme nicht zu



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen bei Privatkunden ohne Antworten „Kenne ich nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zur?“ n = 147/ Privatkunden: Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; n = 2.016

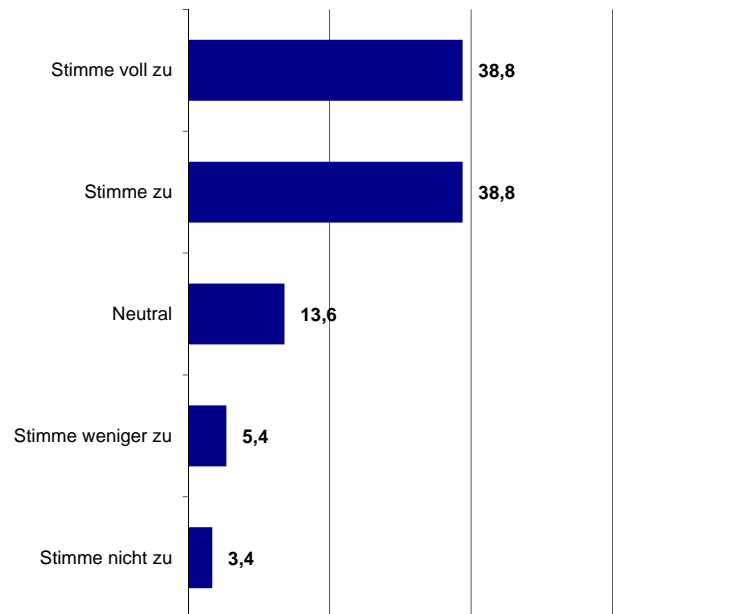
Der Grundsatz, ein Investment zu tätigen und dann über Jahre keine Anpassungen durchzuführen und trotzdem am Ende gute Erträge zu erzielen, hat aus Sicht der Berater ausgedient

Bewertung des Buy-and-Hold-Ansatzes

- Vertriebssteuerer und Kundenberater 2011 -

(Alle Angaben in Prozent)

Der Grundsatz „kaufen, liegen lassen und nach Jahren mit Gewinn verkaufen“ gilt nicht mehr



- ▶ 78% der Kundenberater sind der Meinung, dass der Grundsatz „kaufen, liegen lassen und nach Jahren mit Gewinn verkaufen“ nicht mehr gilt
- ▶ Lediglich 9% der Berater stufen einen Buy-and-Hold-Ansatz nach wie vor als potentialträchtig ein

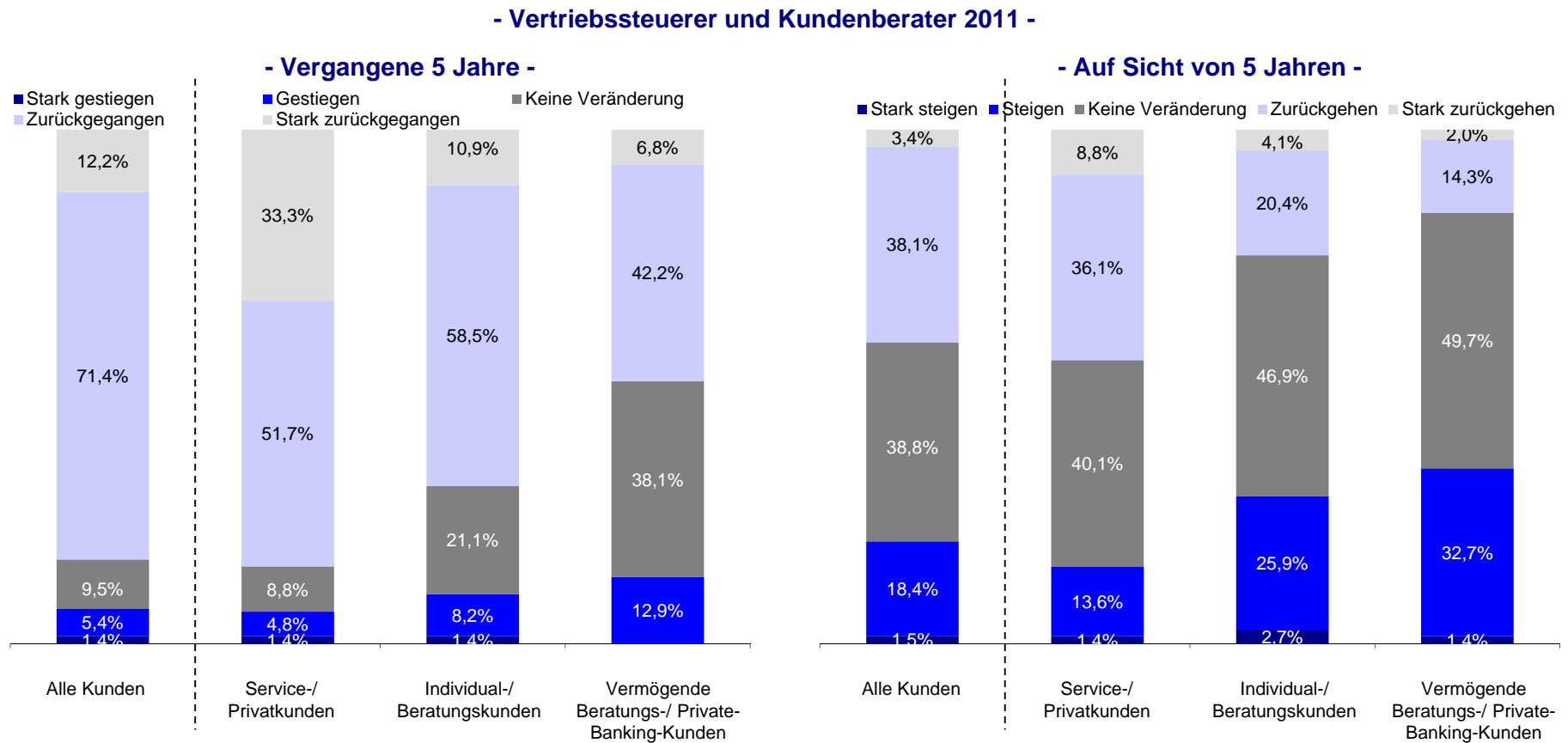
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Anlageverhalten zu?“ n = 147

- **Ziele und Methodik**
- **Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise**
 - Grundsätzliches Anlageverhalten
 - **Risikobereitschaft**
 - Produkte (Allgemein)
 - Investmentfonds
 - Beratung
 - Regulierung
- **Zusammenfassung**

Anhang

84% der Kundenberater sind der Meinung, dass die Risikobereitschaft über den gesamten Kundenstamm hinweg gesunken ist

Entwicklung der Risikobereitschaft der Kunden in den vergangenen 5 Jahren und auf Sicht von 5 Jahren



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Wie erwarten Sie, dass sich der Anteil der Kunden, die in Investmentprodukte (Aktien, Anleihen, Fonds etc.) und speziell in Investmentfonds anlegen, in den nächsten 5 Jahren entwickeln wird?“ n= 147

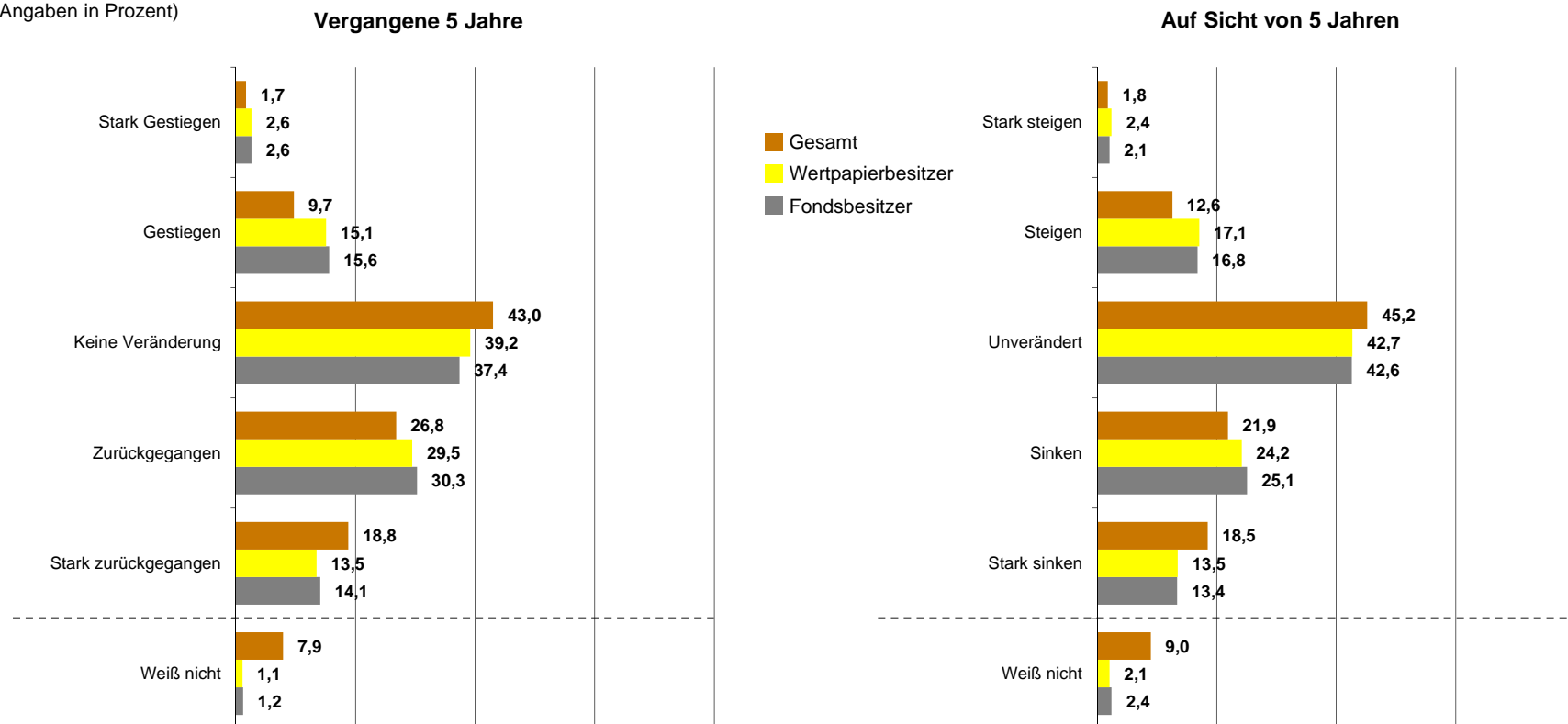
Ergebnisse der Studie – Risikobereitschaft

Die Kunden selbst vertreten ebenfalls häufig den Standpunkt, dass ihre Risikoaffinität zurückgegangen ist, auch zukünftig wird keine Trendumkehr erwartet

Entwicklung der Risikobereitschaft in den vergangenen 5 Jahren und auf Sicht von 5 Jahren

- Privatkunden nach Clustern -

(Alle Angaben in Prozent)

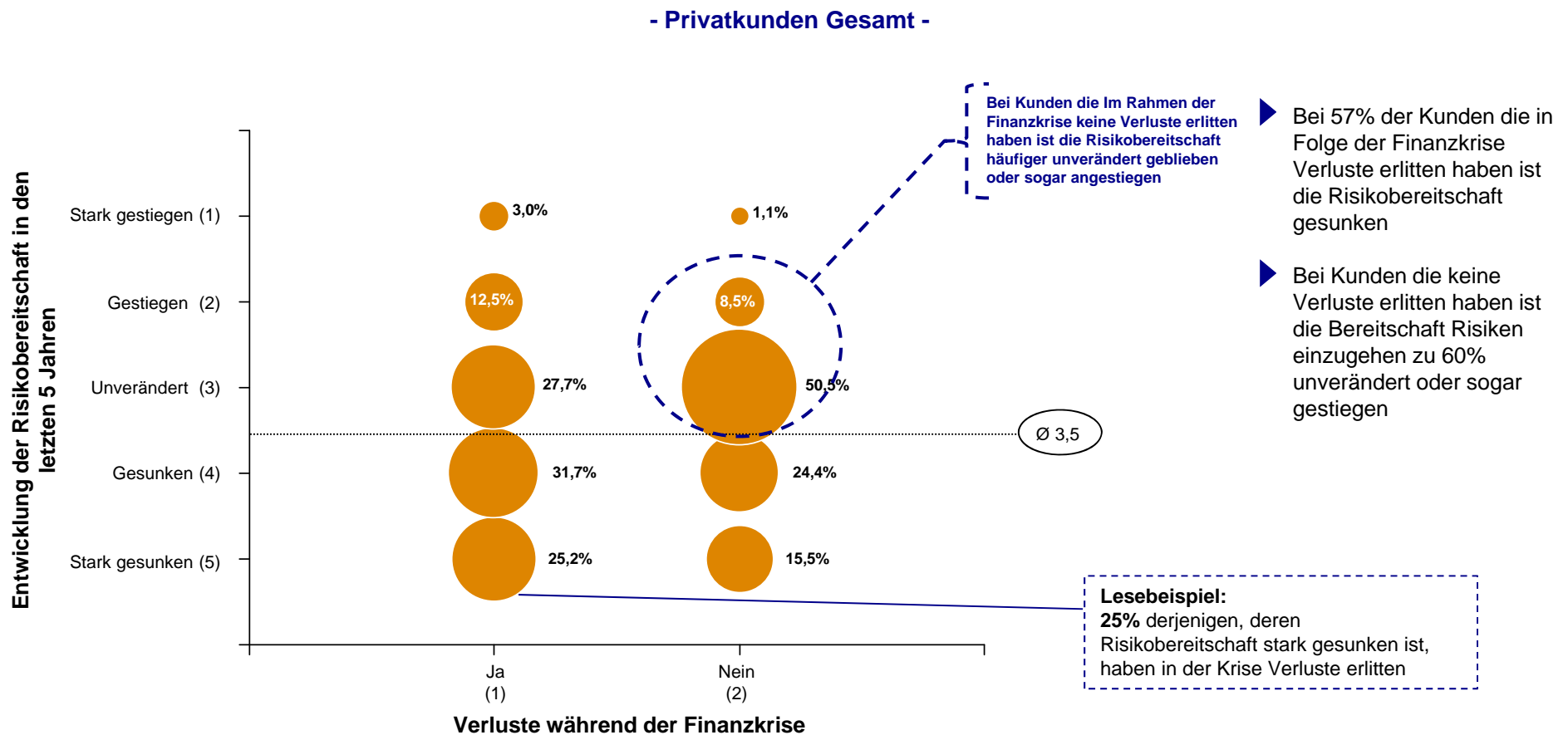


Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Wie beurteilen Sie die Entwicklung Ihrer Risikobereitschaft bei Geldanlagen in den letzten in den letzten 5 Jahren und welche Entwicklung erwarten Sie auf Sicht von 5 Jahren?“ n_{Gesamt} = 2.016; n_{Wertpapierbesitzer} = 890; n_{Fondsbesitzer} = 695

Ergebnisse der Studie – Risikobereitschaft

Bei Kunden, die in Folge der Finanzkrise Verluste erlitten haben, ist die Risikobereitschaft stärker zurückgegangen als bei Kunden, bei denen dies nicht der Fall war

Kombinierte Auswertung der Entwicklung der Risikobereitschaft und Verlusten in der Krise



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Haben Sie in Folge der Finanzkrise Verluste erlitten und Wie beurteilen Sie die Entwicklung Ihrer Risikobereitschaft bei Geldanlagen in den letzten 5 Jahren?“ n= 2,016 (ohne Berücksichtigung der Antworten „Weiß nicht“)

Ergebnisse der Studie – Risikobereitschaft

Die Risikobereitschaft risikoaffiner Kunden wird in den nächsten Jahren tendenziell steigen, bei risikoaversen Anlegern geht diese hingegen weiter zurück

Entwicklung der Risikobereitschaft in den vergangenen 5 Jahren und auf Sicht von 5 Jahren

- Privatkunden nach Clustern -

(Alle Angaben in Prozent)		Die Entwicklung der Risikobereitschaft in den vergangenen 5 Jahren					Die Entwicklung der Risikobereitschaft auf Sicht von 5 Jahren						
		Stark gestiegen	Gestiegen	Keine Veränderung	Zurückgegangen	Stark zurückgegangen	Weiß nicht	Stark steigen	Steigen	Unverändert	Sinken	Stark sinken	Weiß nicht
Gesamt		1,7	9,7	43,0	26,8	18,8	7,9	1,8	12,6	45,2	21,9	18,5	9,0
Wertpapierbesitzer		2,6	15,1	39,2	29,5	13,5	1,1	2,4	17,1	42,7	24,2	13,5	2,1
Fondsbesitzer		2,6	15,6	37,4	30,3	14,1	1,2	2,1	16,8	42,6	25,1	13,4	2,4
Geschlecht	Mann	1,8	12,2	43,6	24,0	18,0	4,9	1,9	14,5	46,7	20,8	16,0	5,5
	Frau	1,5	7,6	42,4	29,3	19,2	10,4	1,7	10,9	43,8	22,8	20,8	11,9
Risikobereitschaft	Konservativ	1,3	3,9	40,5	26,9	27,3	10,2	1,1	5,6	42,7	22,9	27,7	12,0
	Ausgewogen	1,2	13,9	46,6	28,4	9,8	5,8	1,5	18,2	49,3	22,0	9,1	6,0
	Risikobereit	7,8	31,9	40,5	14,7	5,2	0,9	9,5	35,3	39,7	12,1	3,4	0,9

Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Wie beurteilen Sie die Entwicklung Ihrer Risikobereitschaft bei Geldanlagen in den letzten in den letzten 5 Jahren und welche Entwicklung erwarten Sie auf Sicht von 5 Jahren?“ n_{Gesamt} = 2.016; n_{Wertpapierbesitzer} = 890; n_{Fondsbesitzer} = 695; n_{Mann} = 925; n_{Frau} = 1.091; n_{Konservativ} = 1.100; n_{Ausgewogen} = 799; n_{Risikobereit} = 117

Ergebnisse der Studie – Risikobereitschaft

Nur gut 20% der Kunden im Alter zwischen 18 und 39 Jahren erwarten, dass ihre Risikobereitschaft in den nächsten Jahren ansteigt

Entwicklung der Risikobereitschaft in den vergangenen 5 Jahren und auf Sicht von 5 Jahren

- Privatkunden nach Clustern -

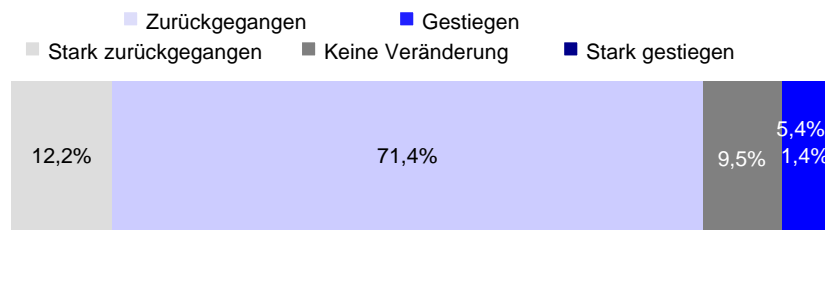
		Die Entwicklung der Risikobereitschaft in den vergangenen 5 Jahren					Die Entwicklung der Risikobereitschaft auf Sicht von 5 Jahren						
(Alle Angaben in Prozent)		Stark gestiegen	Gestiegen	Keine Veränderung	Zurückgegangen	Stark zurückgegangen	Weiß nicht	Stark steigen	Steigen	Unverändert	Sinken	Stark sinken	Weiß nicht
Alter (Jahre)	18-29	2,0	14,4	52,4	20,6	10,7	7,3	2,6	17,9	53,1	17,0	9,4	8,1
	30-39	3,2	10,9	46,5	26,6	12,7	9,0	2,8	15,8	52,8	16,5	12,3	9,5
	40-49	0,7	9,3	43,7	27,6	18,8	7,7	1,4	10,6	45,4	25,0	17,7	9,0
	50-65	1,2	6,8	35,2	29,6	27,1	7,7	1,1	9,3	36,0	25,7	28,0	9,1
Vermögen (in Euro)	< 30.000	0,7	6,1	43,0	27,8	22,3	10,0	1,0	10,4	45,9	22,0	20,7	11,2
	30.000 - 50.000	3,3	15,6	41,1	27,4	12,6	2,9	2,6	16,4	40,7	26,5	13,8	3,6
	50.001 - 70.000	4,8	17,6	45,5	21,8	10,3	4,1	3,7	16,7	47,5	19,8	12,3	5,8
	70.001 - 100.000	1,4	22,9	40,0	25,7	10,0	4,1	4,3	20,0	35,7	25,7	14,3	4,1
	> 100.000	3,2	15,2	44,8	22,4	14,4	3,8	4,0	16,9	50,0	11,3	17,7	4,6

Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Wie beurteilen Sie die Entwicklung Ihrer Risikobereitschaft bei Geldanlagen in den letzten in den letzten 5 Jahren und welche Entwicklung erwarten Sie auf Sicht von 5 Jahren?“ n^{Alter 18-29} = 383; n^{Alter 30-39} = 442; n^{Alter 40-49} = 479; n^{Alter 50-65} = 712; n^{Vermögen < 30.000} = 1.363; n^{Vermögen 30.000-50.000} = 278; n^{Vermögen 50.001-70.000} = 172; n^{Vermögen 70.001-100.000} = 73; n^{Vermögen >100.000} = 130

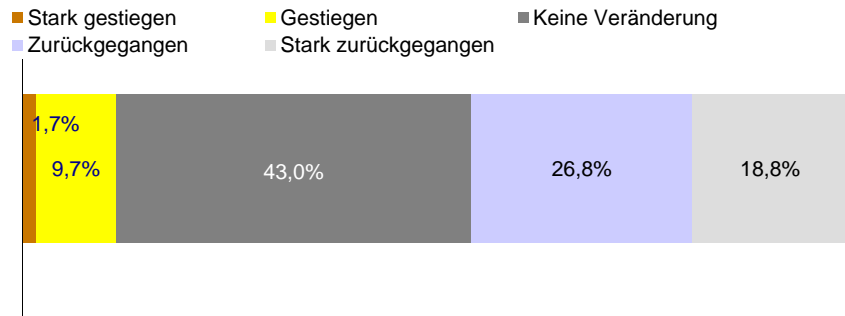
Die Risikobereitschaft der Kunden ist zurückgegangen

Entwicklung der Risikobereitschaft der Kunden in den vergangenen 5 Jahren und auf Sicht von 5 Jahren

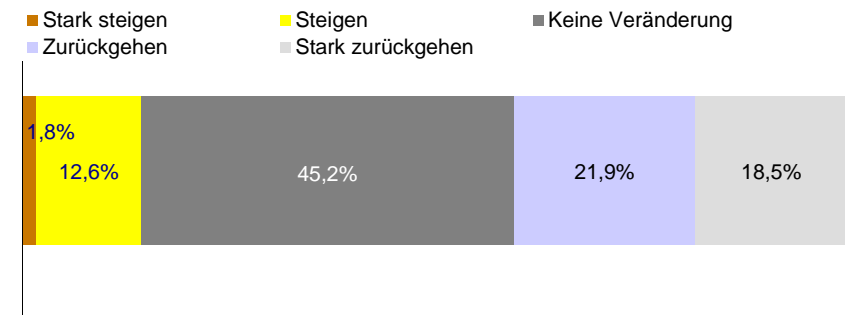
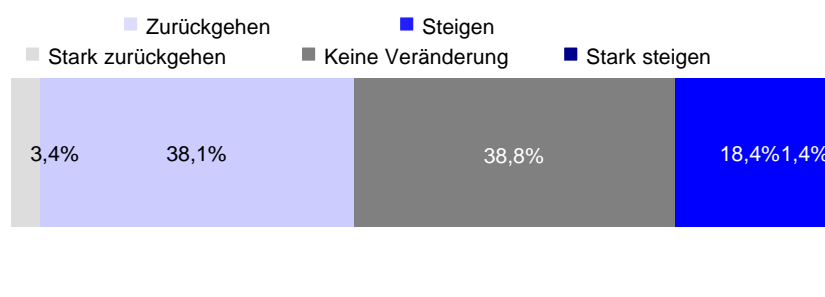
- Vertriebssteuerer und Kundenberater Gesamt -



- Privatkunden Gesamt -



Vor 5 Jahren



Auf Sicht von 5 Jahren

Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Wie beurteilen Sie die Entwicklung der Risikobereitschaft Ihrer Kunden bei Geldanlagen in den letzten 5 Jahren und welche Entwicklungen erwarten Sie in den nächsten 5 Jahren?“ n_{Berater} = 147; n_{Kunden} = 2.016

- **Ziele und Methodik**
- **Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise**
 - Grundsätzliches Anlageverhalten
 - Risikobereitschaft
 - **Produkte (Allgemein)**
 - Investmentfonds
 - Beratung
 - Regulierung
- **Zusammenfassung**

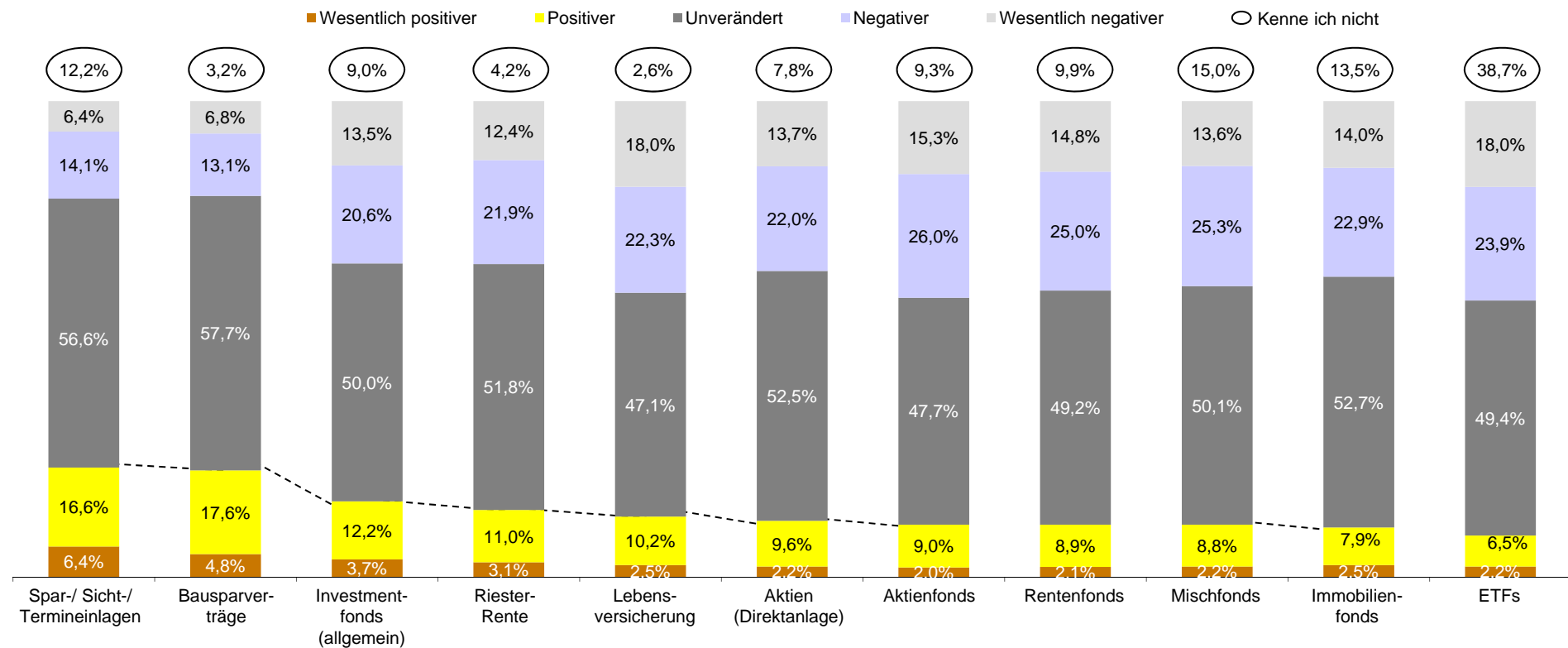
Anhang

Ergebnisse der Studie – Produkte (Allgemein)

Die Einstellung der Kunden zu Investmentfonds hat sich in den letzten 5 Jahren nur unwesentlich verändert, die Einstellung der Retailkunden zu ETFs hat sich verschlechtert

Entwicklung der Einstellung gegenüber unterschiedlichen Produkten im Vergleich zu vor 5 Jahren (1/2)

- Privatkunden Gesamt -



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen ohne Antworten „Kenne ich nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Wie hat sich Ihre Einstellung gegenüber den folgenden Produkten im Vergleich zu vor 5 Jahren verändert?“ n= 2.016

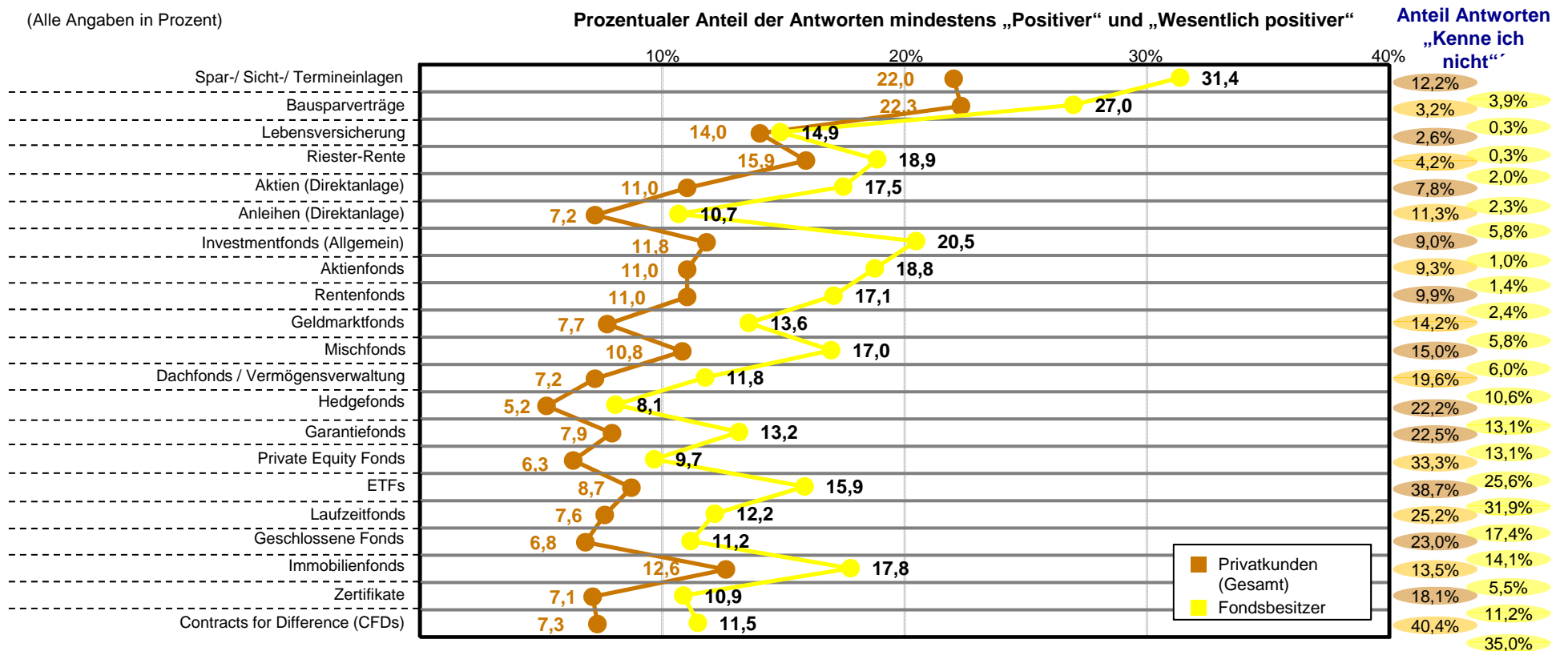
Ergebnisse der Studie – Produkte (Allgemein)

Fondsbesitzer beurteilen die Entwicklung ihrer Einstellung gegenüber Investmentfonds deutlich positiver als Privatkunden insgesamt

Entwicklung der Einstellung gegenüber unterschiedlichen Produkten im Vergleich zu vor 5 Jahren

- Gesamt Privatkunden und Fondsbesitzer -

(Alle Angaben in Prozent)

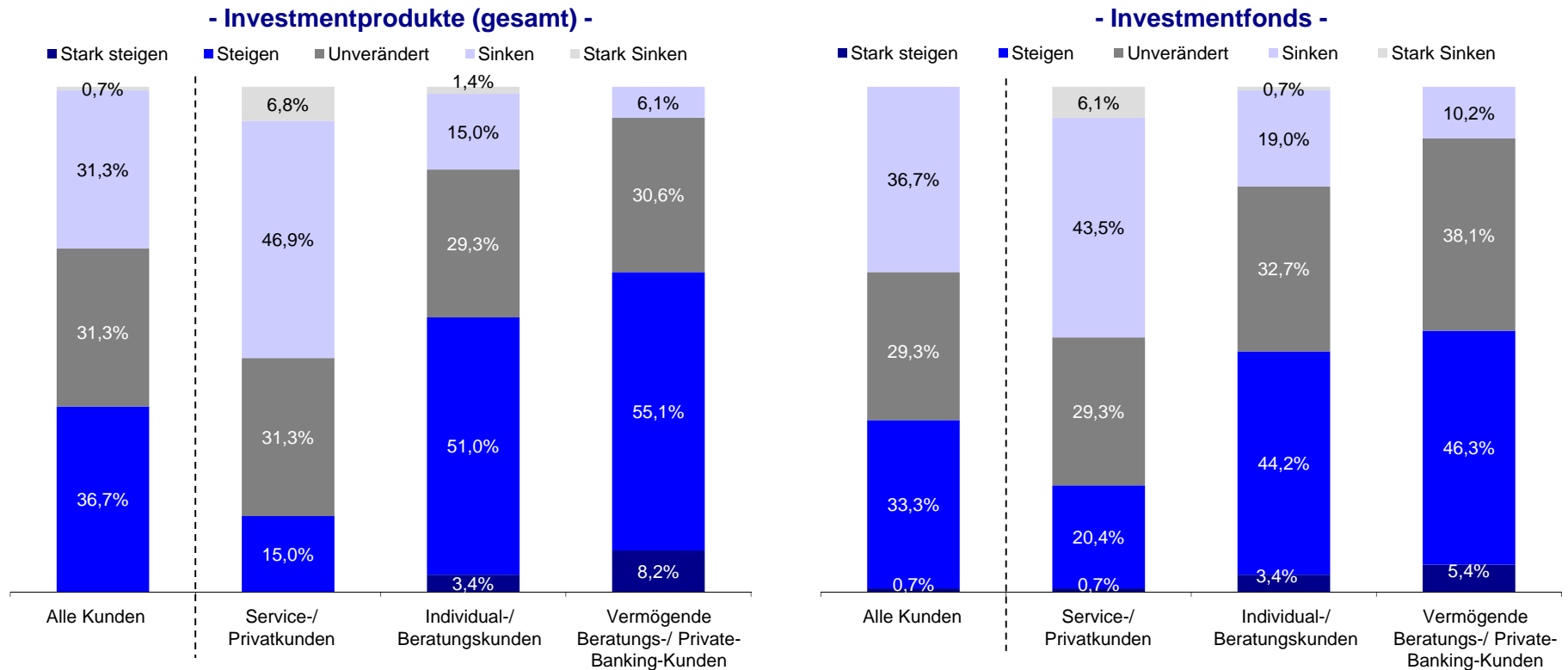


Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen ohne Antworten „Kenne ich nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Wie hat sich Ihre Einstellung gegenüber den folgenden Produkten im Vergleich zu vor 5 Jahren verändert?“ n_{Gesamt} = 2.016; n_{Fondsbesitzer} = 695

Auf Sicht von 5 Jahren erwarten die Berater nur bei vermögenden Kunden wieder vermehrt Investitionen in Investmentprodukte und Investmentfonds

Auf Sicht von 5 Jahren prognostizierte Entwicklung des Anteils der Kunden, die in Investmentprodukte und Investmentfonds anlegen

- Vertriebssteuerer und Kundenberater 2011 -



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Wie erwarten Sie, dass sich der Anteil der Kunden, die in Investmentprodukte (Aktien, Anleihen, Fonds etc.) und speziell in Investmentfonds anlegen, in den nächsten 5 Jahren entwickeln wird?“ n= 147

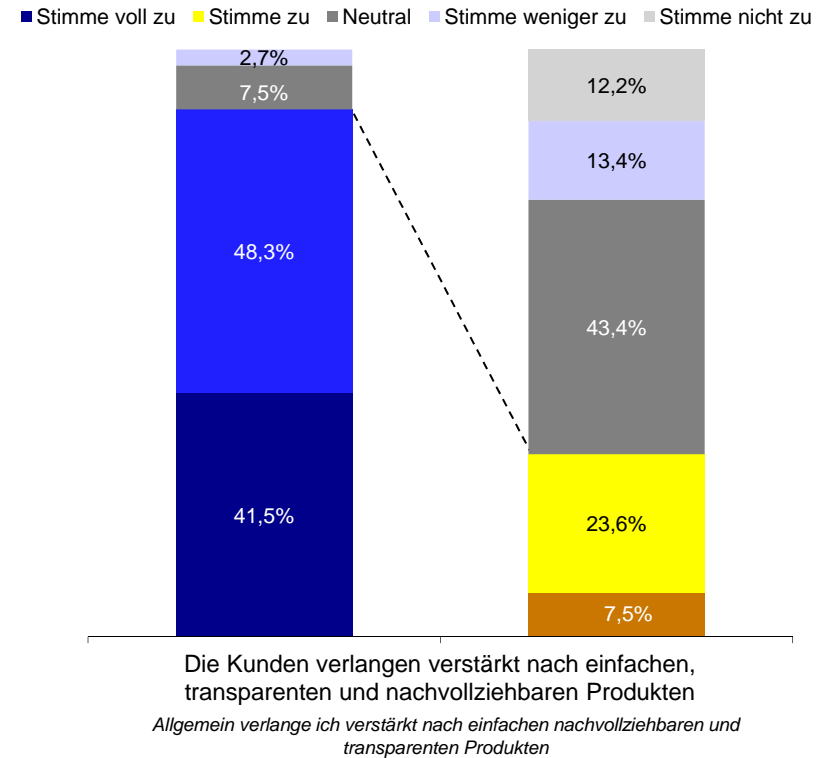
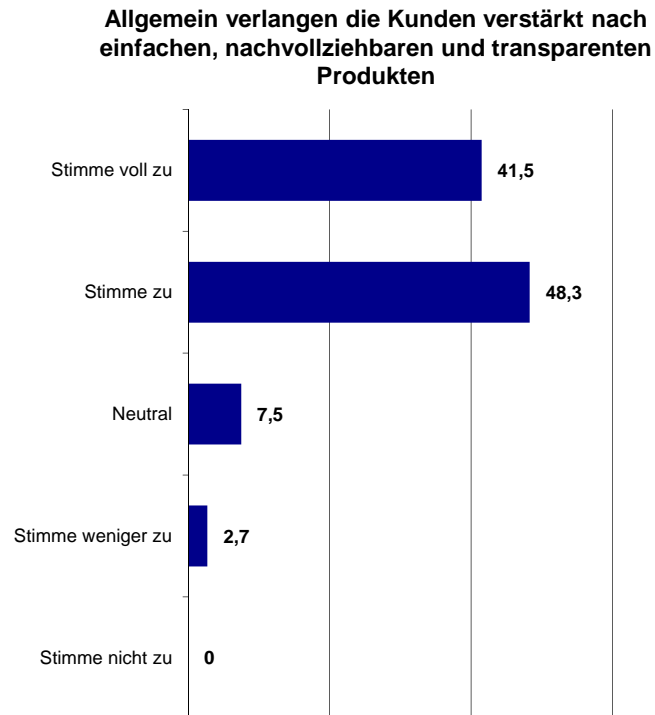
Ergebnisse der Studie – Produkte (Allgemein)

90% der Kundenberater vertreten den Standpunkt, dass Kunden verstärkt nach einfachen, nachvollziehbaren und transparenten Produkten verlangen

Trend zu einfachen, nachvollziehbaren und transparenten Produkten

- Vertriebssteuerer und Kundenberater 2011 -

(Alle Angaben in Prozent)

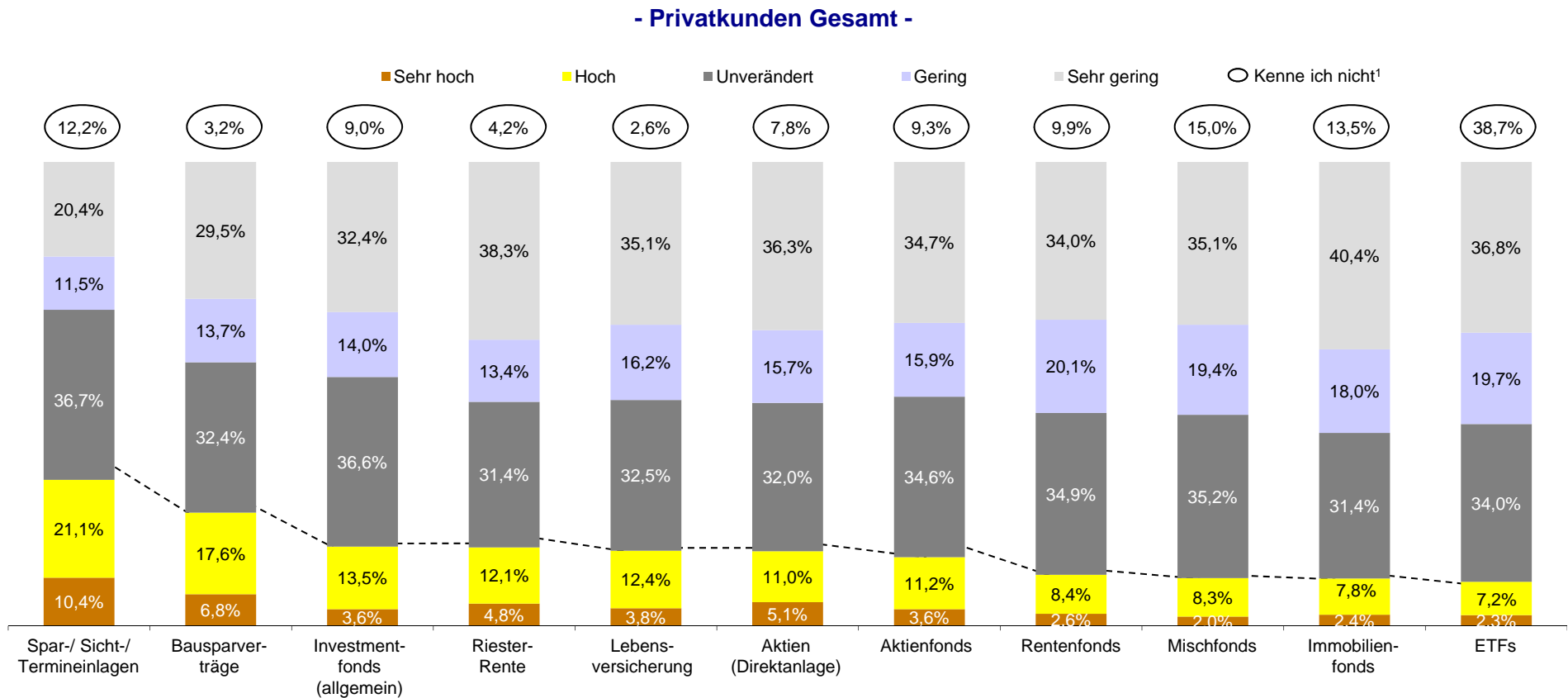


Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen bei Privatkunden ohne Antworten „Kenne ich nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ n = 147/ Privatkunden: Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; n = 2.016

Ergebnisse der Studie – Produkte (Allgemein)

Bezogen auf die Kaufwahrscheinlichkeit in den nächsten drei Jahren sind Investmentfonds, nach Spareinlagen und Bausparverträgen, das beliebteste Produkt der Kunden

Kaufwahrscheinlichkeit in den nächsten 5 Jahren (1/2)



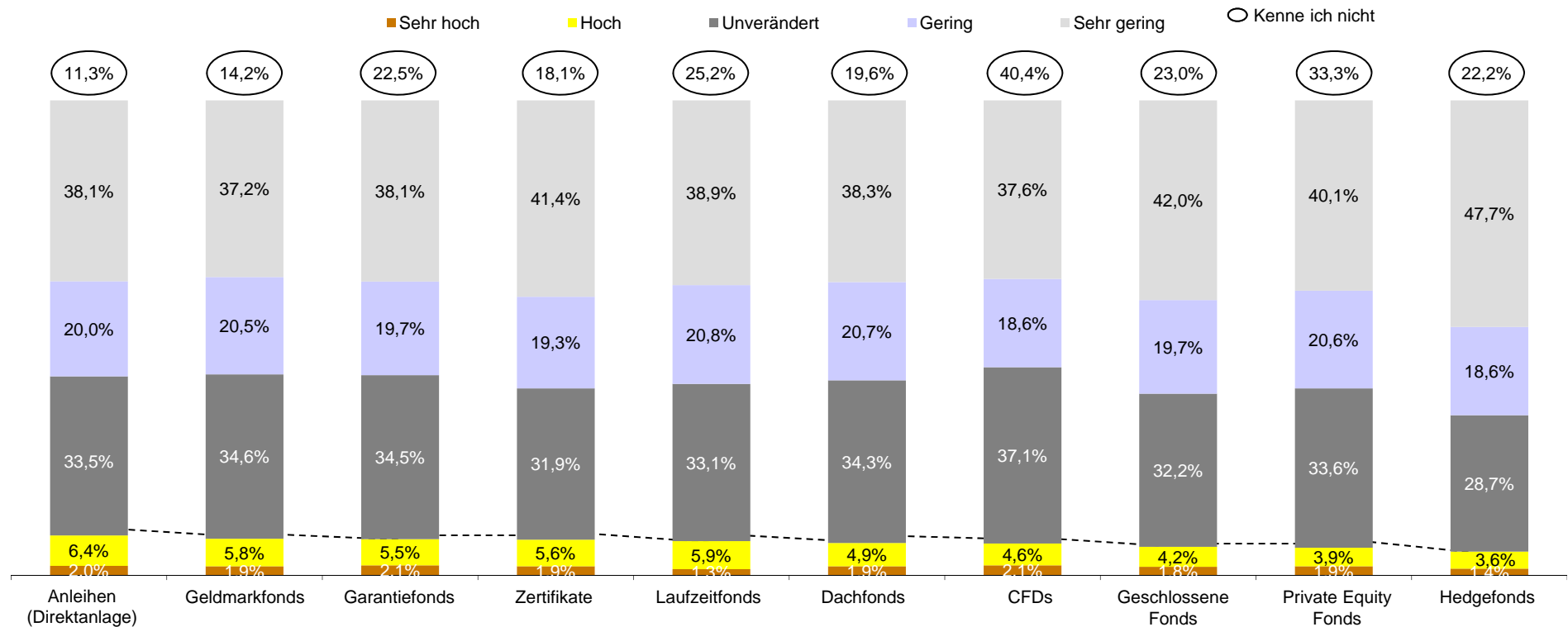
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen ohne Antworten „Kenne ich nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Wie schätzen Sie die Wahrscheinlichkeit ein, das Sie in den nächsten 5 Jahren in eines der folgenden Produkte investieren?“ n = 2.016 1) Anteil der Antworten „Kenne ich nicht“

Ergebnisse der Studie – Produkte (Allgemein)

Anlagen in Hedge- und Private Equity Fonds schließen die Kunden mehrheitlich aus

Kaufwahrscheinlichkeit in den nächsten 5 Jahren (2/2)

- Privatkunden Gesamt -



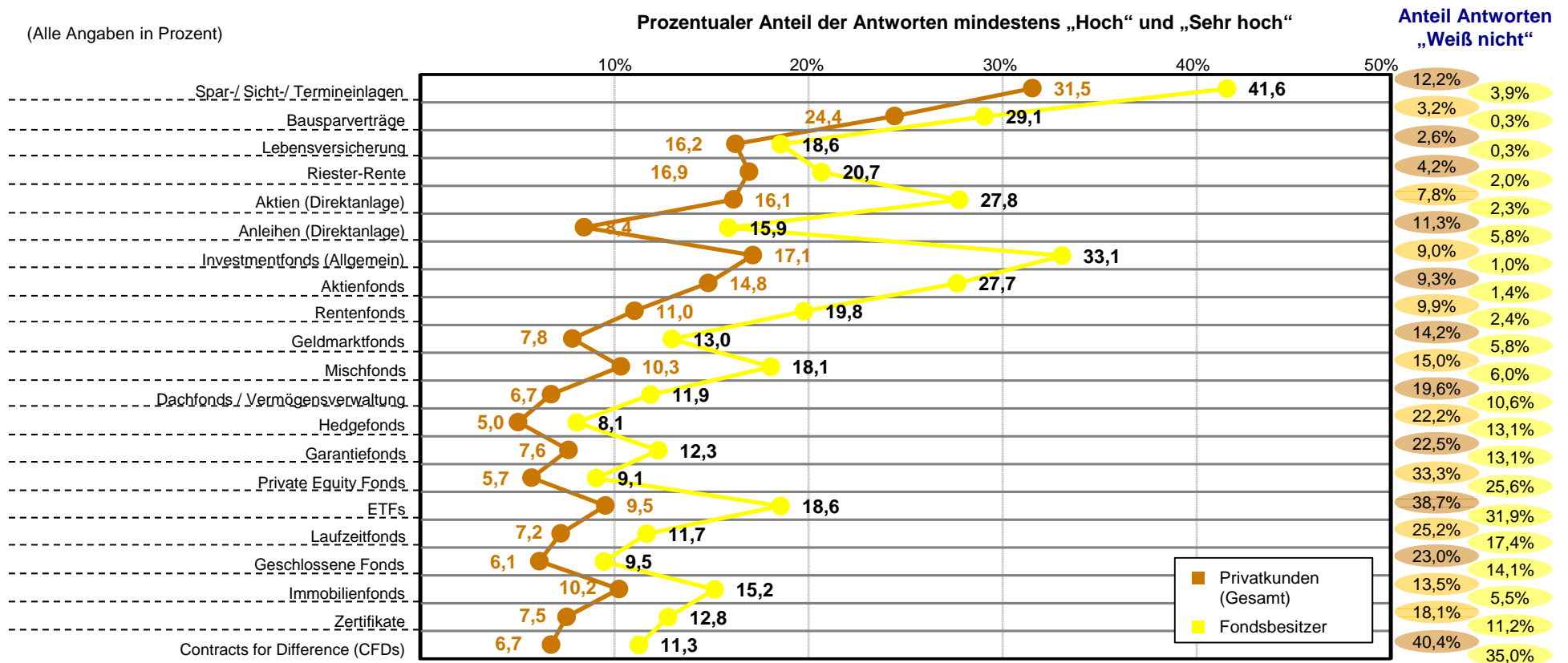
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen ohne Antworten „Kenne ich nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Wie schätzen Sie die Wahrscheinlichkeit ein, das Sie in den nächsten 5 Jahren in eines der folgenden Produkte investieren?“ n= 2.016 1) Anteil der Antworten „Kenne ich nicht“

Ergebnisse der Studie – Produkte (Allgemein)

Die Bereitschaft zum Kauf von Fonds ist bei Fondsbesitzern deutlich größer als bei Personen, die aktuell kein Geld in Investmentfonds angelegt haben

Kaufwahrscheinlichkeit auf Sicht von 5 Jahren

- Gesamt Privatkunden und Fondsbesitzer -



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Wie schätzen Sie die Wahrscheinlichkeit ein, das Sie in den nächsten 5 Jahren in eines der folgenden Produkte investieren?“ n_{Gesamt} = 2.016; n_{Fondsbesitzer} = 695

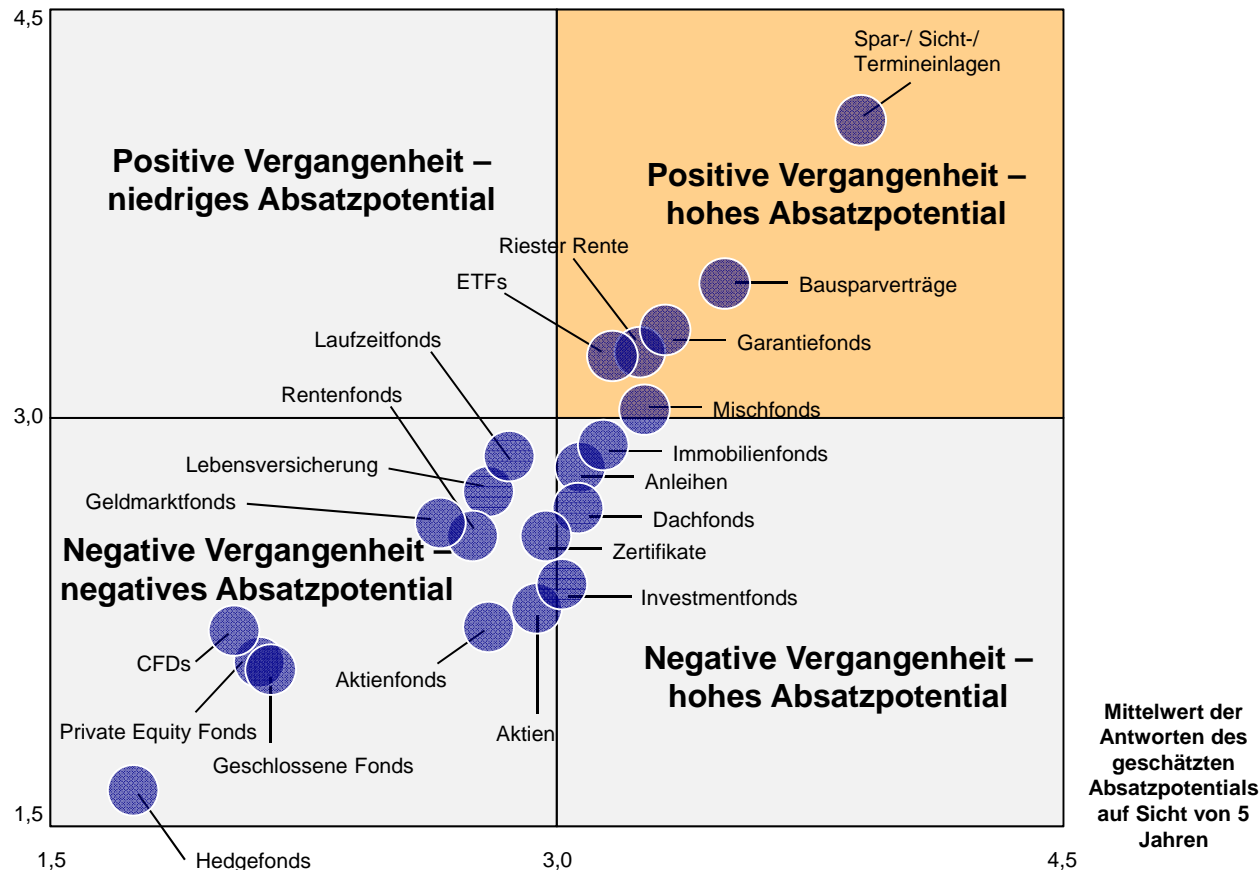
Ergebnisse der Studie – Produkte (Allgemein)

Kundenberater sehen, ebenso wie Kunden, das größte Potential bei Spareinlagen und Bausparverträgen, Investmentfonds werden negativer bewertet

Kombinierte Auswertung Entwicklung der Einstellung im Vergleich zu vor 5 Jahren und Absatzpotential

Mittelwerte der Antworten auf die Entwicklung der Einstellung der Kunden im Vergleich zu vor 5 Jahren

- Vertriebssteuerer und Kundenberater 2011 -



- Neben Spar-/ Sicht- und Termineinlagen wird auch Bausparverträgen, Garantiefonds, der Riester-Rente und ETFs eine positivere Einstellung im Vergleich zu vor fünf Jahren sowie ein hohes zukünftiges Absatzpotential seitens der Berater zugemessen
- Die Einstellung der Kunden gegenüber Hedgefonds, CFDS, Private Equity Fonds sowie geschlossenen Fonds hat sich hingegen, aus Beratersicht, in den letzten Jahren verschlechtert, auch das Absatzpotential wird negativ eingeschätzt

Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Wie hat sich Ihre Einstellung gegenüber den folgenden Produkten im Vergleich zu vor 5 Jahren verändert und wie stufen Sie das Absatzpotential bzw. die Kaufwahrscheinlichkeit auf Sicht von 5 Jahren ein?“ n^{Gesamt} = 147

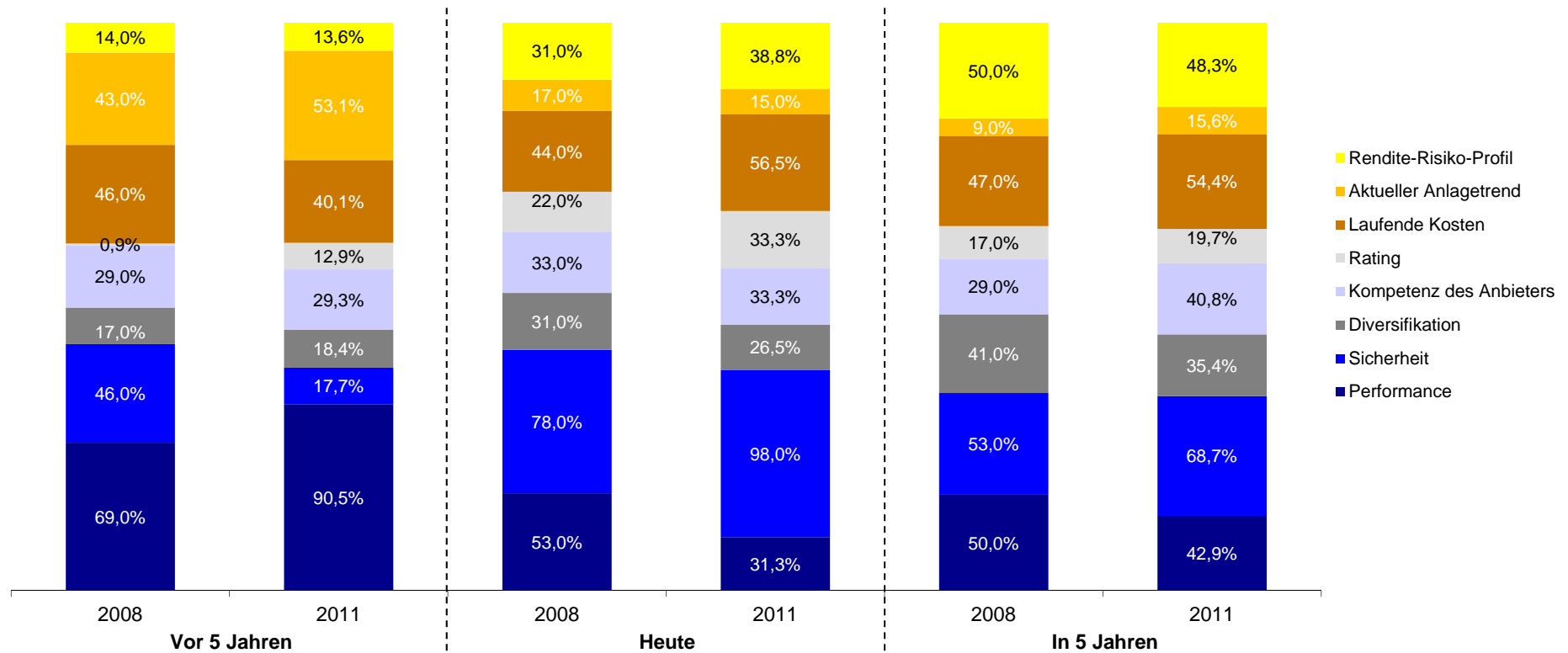
- **Ziele und Methodik**
- **Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise**
 - Grundsätzliches Anlageverhalten
 - Risikobereitschaft
 - Produkte (Allgemein)
 - **Investmentfonds**
 - Beratung
 - Regulierung
- **Zusammenfassung**

Anhang

Im Vergleich zu 2008 fragen die Kunden bei Investmentfonds aktuell verstärkt nach der Sicherheit

Von den Kunden am häufigsten gestellte Fragen im Zusammenhang mit Asset-Management-Produkten vor 5 Jahren, heute und in 5 Jahren

- Gesamt Vertriebssteuerer und Kundenberater Vergleich 2008 und 2011 -

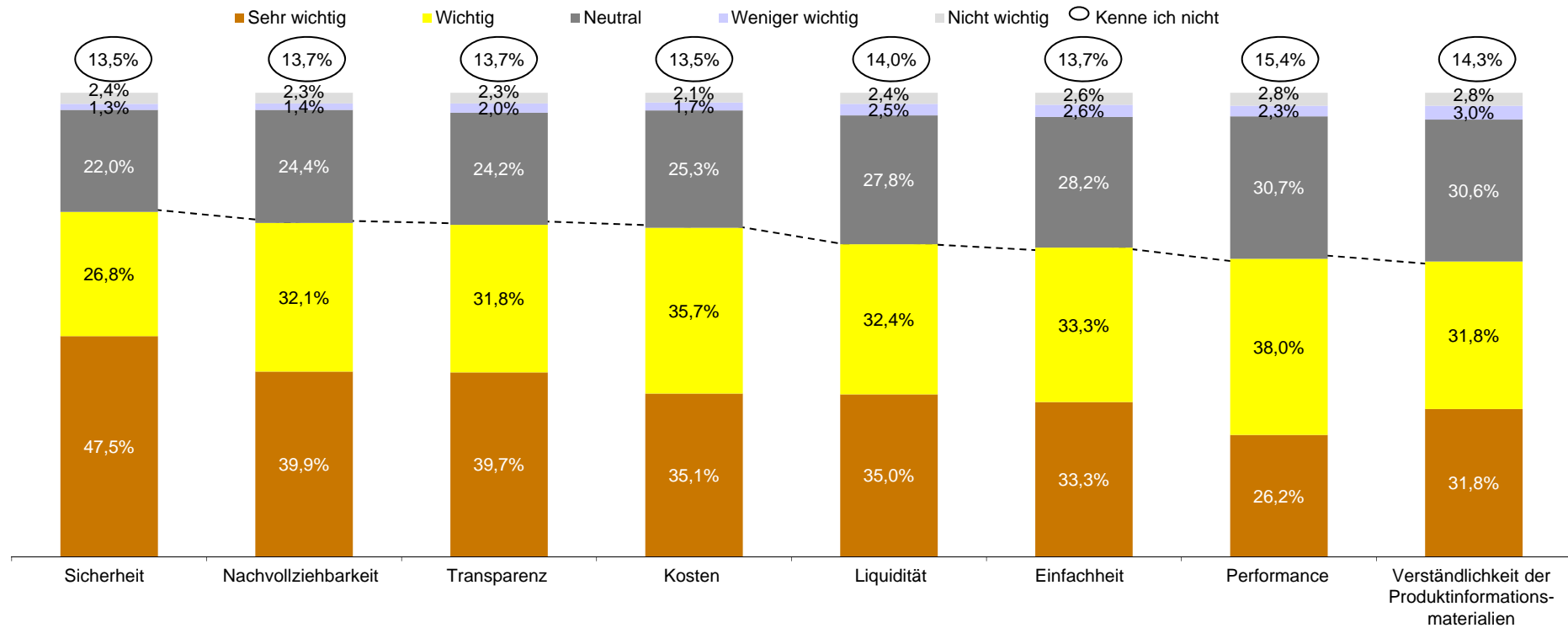


Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Was sind aus Ihrer Sicht die drei am häufigsten gestellten Fragen Ihrer Kunden im Zusammenhang mit Asset-Management-Produkten, vor 5 Jahren/ heute/ in 5 Jahren?“ n²⁰¹¹ = 147; n²⁰⁰⁸ = 72

Für Kunden stehen bei einer Anlage in Investmentfonds die Sicherheit, Nachvollziehbarkeit und Transparenz im Vordergrund, daneben kommt den Kosten eine wichtige Rolle zu

Aktuell wichtigste Faktoren eines Asset-Management-Produktes bei der Anlageentscheidung

- Privatkunden Gesamt -



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Wie wichtig sind für Sie die folgenden Faktoren für eine Anlage in Fonds heute?“ n= 2.016

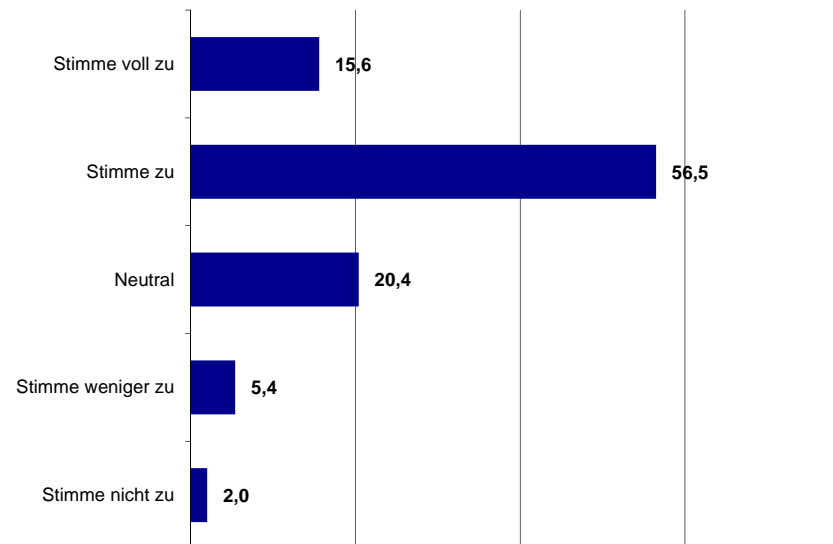
Klassische Long-Only-Angebote haben für 72% der Berater an Attraktivität verloren

Bewertung der Aussage, dass klassische Long-Only-Angebote im Vgl. zu Wertsicherungskonzepten und Portfoliolösungen an Attraktivität verloren haben

- Vertriebssteuerer und Kundenberater 2011 -

(Alle Angaben in Prozent)

Klassische Long-Only-Angebote verlieren an Attraktivität, die Kunden wünschen vermehrt Wertsicherungskonzepte und Portfoliolösungen



- ▶ 72% der Kundenberater vertreten den Standpunkt, dass klassische Long-Only-Angebote an Attraktivität verloren haben, da die Kunden vermehrt Wertsicherungskonzepte und Portfoliolösungen bevorzugen
- ▶ Lediglich 7% stimmen dieser These nicht zu

Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ n = 147

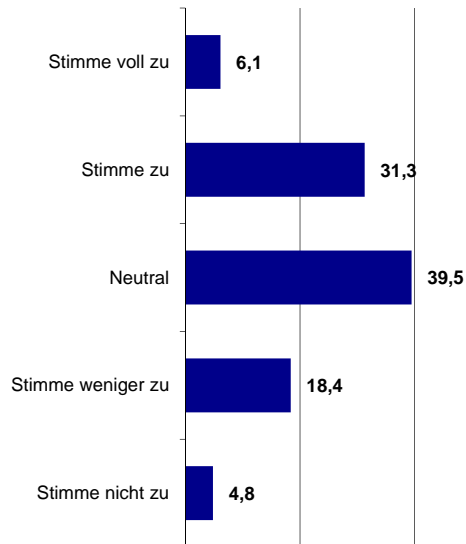
37% der Berater und 33% der Kunden sind der Ansicht, dass bei Fonds zukünftig eher defensive Produkte, wie Geldmarkt- oder Rentenanlagen bevorzugt werden

Bewertung der Aussage, dass zukünftig eher defensive Produkte wie Geldmarkt- oder Rentenanlagen nachgefragt werden

- Vertriebssteuerer und Kundenberater und Privatkunden nach Clustern -

(Alle Angaben in Prozent)

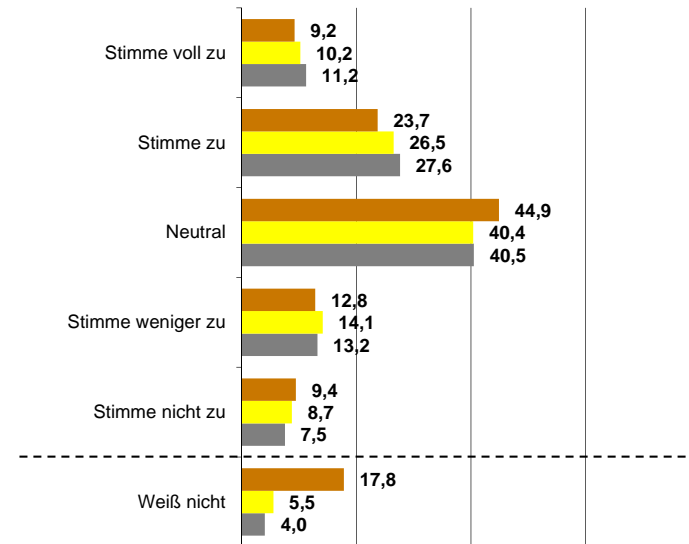
Zukünftig werden eher defensive Geldmarkt- oder Rentenfonds (statt Aktienfonds) nachgefragt



■ Vertriebssteuerer/
Kundenberater

■ Privatkunden gesamt
■ Wertpapierbesitzer
■ Fondsbesitzer

Bei Fonds bevorzuge ich zukünftig eher sichere Produkte, wie Geldmarkt- oder Rentenfonds



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen bei Privatkunden ohne Antworten „Weiß ich nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ n = 147/ Privatkunden: Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; n^{Gesamt} = 2.016; n^{Wertpapierbesitzer} = 890; n^{Fondsbesitzer} = 695

- **Ziele und Methodik**
- **Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise**
 - Grundsätzliches Anlageverhalten
 - Risikobereitschaft
 - Produkte (Allgemein)
 - Investmentfonds
 - **Beratung**
 - Regulierung
- **Zusammenfassung**

Anhang

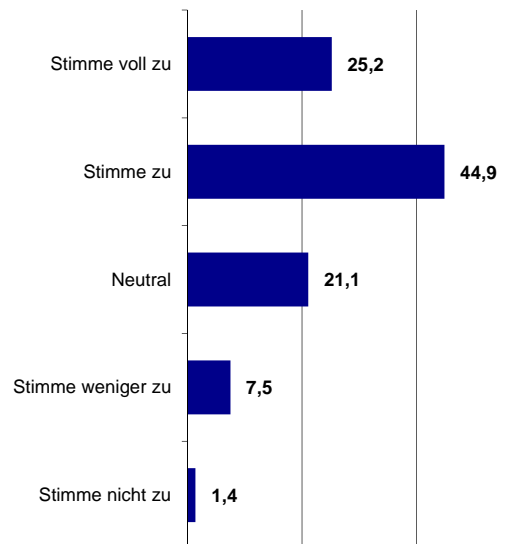
70% der Kundenberater halten das volatile Marktumfeld für ein Hemmnis für den Absatz von Investmentfonds

Einschätzung inwiefern das volatile Marktumfeld ein Hemmnis für den Absatz von Investmentfonds darstellt

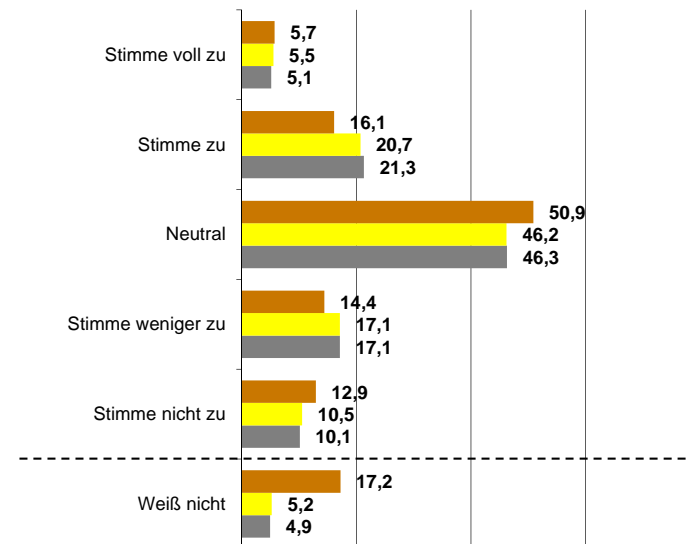
- Vertriebssteuerer und Kundenberater und Privatkunden nach Clustern -

(Alle Angaben in Prozent)

Die Kunden investieren prozyklisch und legen erst nach Kursgewinnen in Investmentprodukte an



Ich lege erst in Investmentprodukte (Aktien, Fonds, Zertifikate etc.) an, nachdem ich eine gewisse Zeit Kursgewinne an der Börse sehe



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen bei Privatkunden ohne Antworten „Weiß ich nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ n¹ = 147/ Privatkunden: Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; n^{Gesamt} = 2.016; n^{Wertpapierbesitzer} = 890; n^{Fondsbesitzer} = 695

Kunden stufen ihr Anlageverhalten als wenig prozyklisch ein

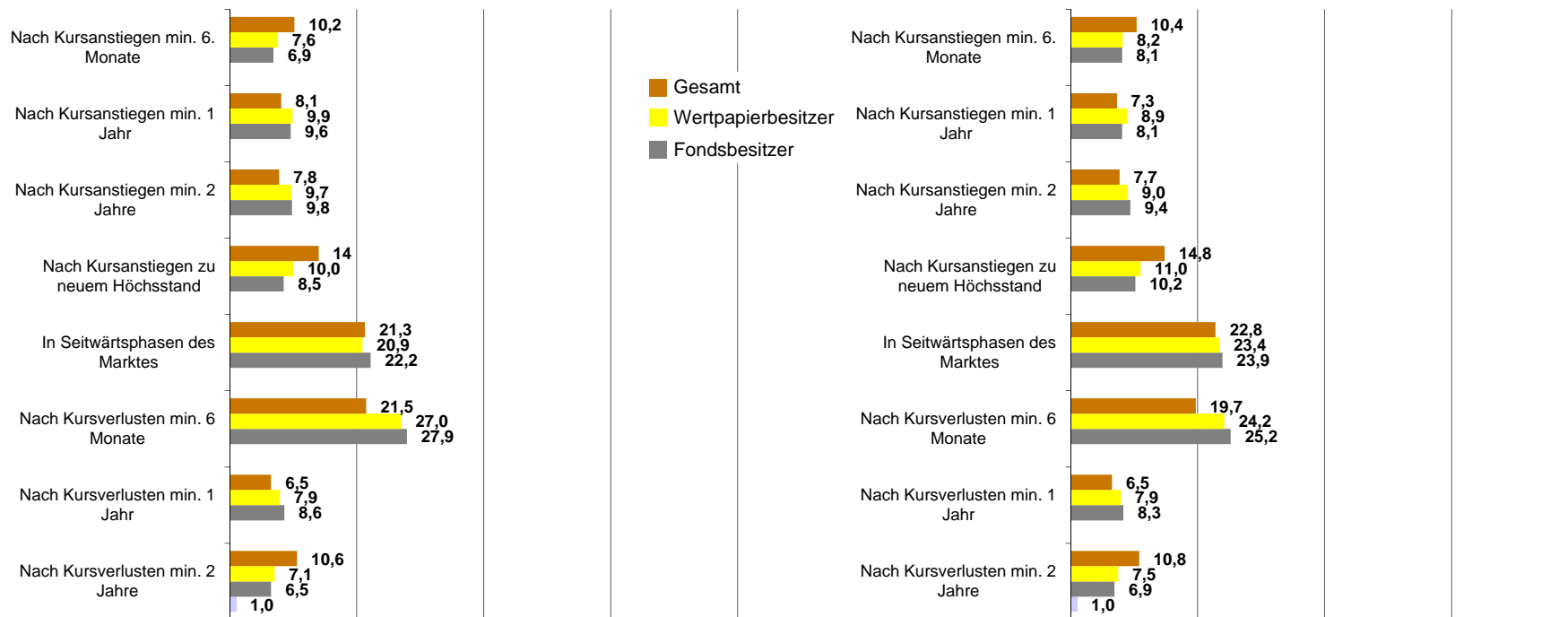
Höchste Abschlussbereitschaft in Bezug auf Investmentprodukte und Investmentfonds

- Privatkunden nach Clustern -

(Alle Angaben in Prozent)

- Investmentprodukte -

- Investmentfonds -



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Wann ist aus Ihrer Sicht der beste Zeitpunkt um in Investmentprodukte (Aktien, Anleihen, Fonds etc.) und speziell in Fonds anzulegen?“ n^{Gesamt} = 2.016; n^{Wertpapierbesitzer} = 890; n^{Fondsbesitzer} = 695

Viele Kunden halten Phasen nach Kursrückgängen für gute Investitionszeitpunkte

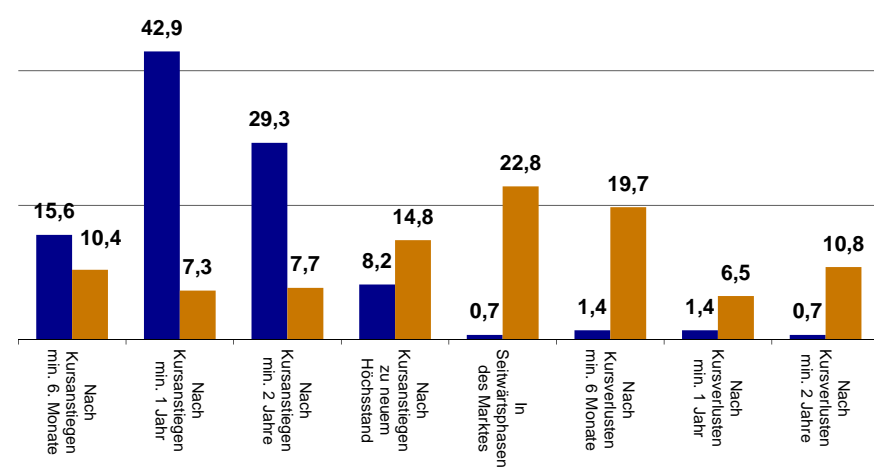
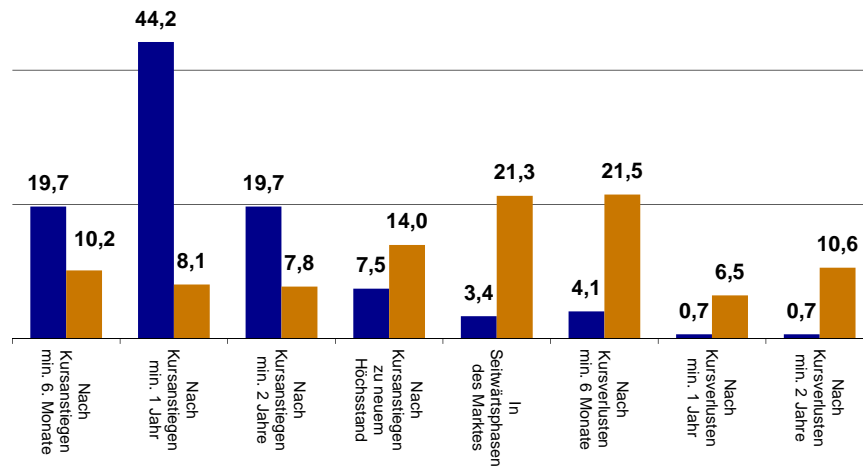
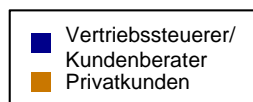
Höchste Abschlussbereitschaft in Bezug auf Investmentprodukte und Investmentfonds

- Gesamt Vertriebssteuerer und Kundenberater und Privatkunden -

(Alle Angaben in Prozent)

- Investmentprodukte -

- Investmentfonds -



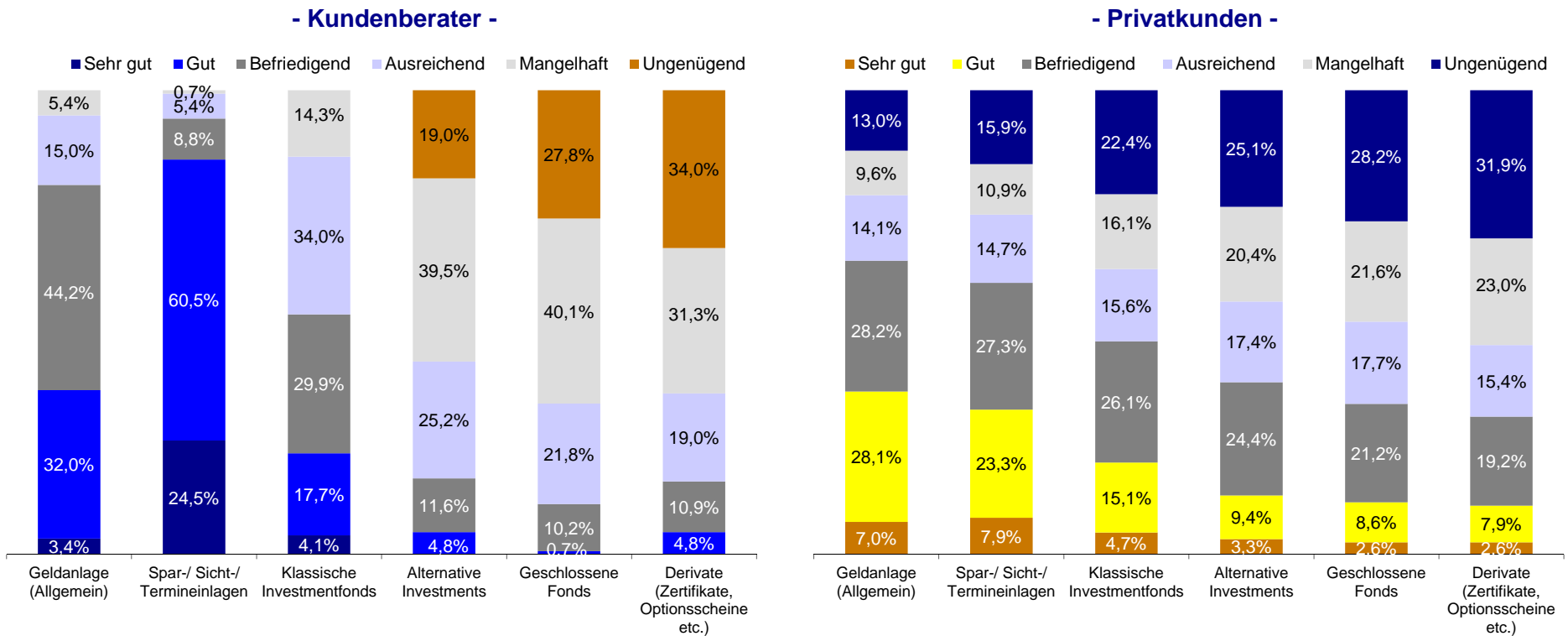
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Wann ist aus Ihrer Sicht der beste Zeitpunkt um in Investmentprodukte (Aktien, Anleihen, Fonds etc.) und speziell in Fonds anzulegen?“ n^{Berater} = 147; n^{Kunden} = 2.016

Die Kunden stufen ihren Kenntnisstand in Bezug auf Geldanlagen als gering ein, einzig bei Spareinlagen besteht ein gutes Verständnis

Kenntnisstand der Kunden aus Beratersicht und laut eigener Einschätzung

- Vertriebssteuerer und Kundenberater und Privatkunden Gesamt -

(Alle Angaben in Prozent)



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; „Wie gut kennen Sie (bzw. Ihre Kunden) sich in den folgenden Punkten aus?“ n_{Berater} = 147; n_{Kunden} = 2.016

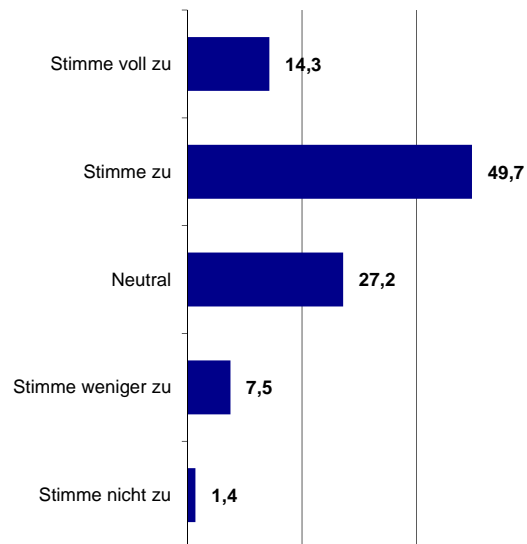
64% der Kundenberater halten den geringen Kenntnisstand der Kunden für ein Problem bei der Beratung zu Investmentfonds

Bewertung der Verständlichkeit einer Beratung zu Investmentfonds für den Kunden und möglicher Auswirkungen auf den Vertriebsserfolg

- Vertriebssteuerer und Kundenberater und Privatkunden nach Clustern -

(Alle Angaben in Prozent)

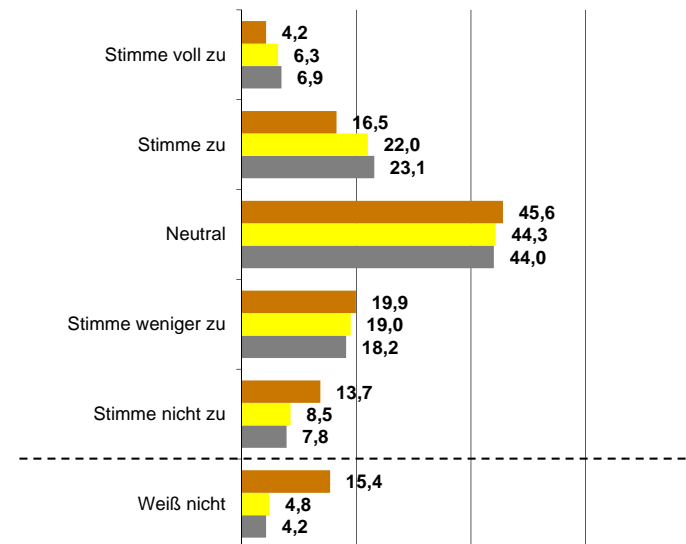
Die Beratung zu Investmentfonds ist bei Kunden mit einem geringen Kenntnisstand bzgl. Asset-Management-Produkten schwierig



■ Vertriebssteuerer/
Kundenberater

■ Privatkunden gesamt
■ Wertpapierbesitzer
■ Fondsbesitzer

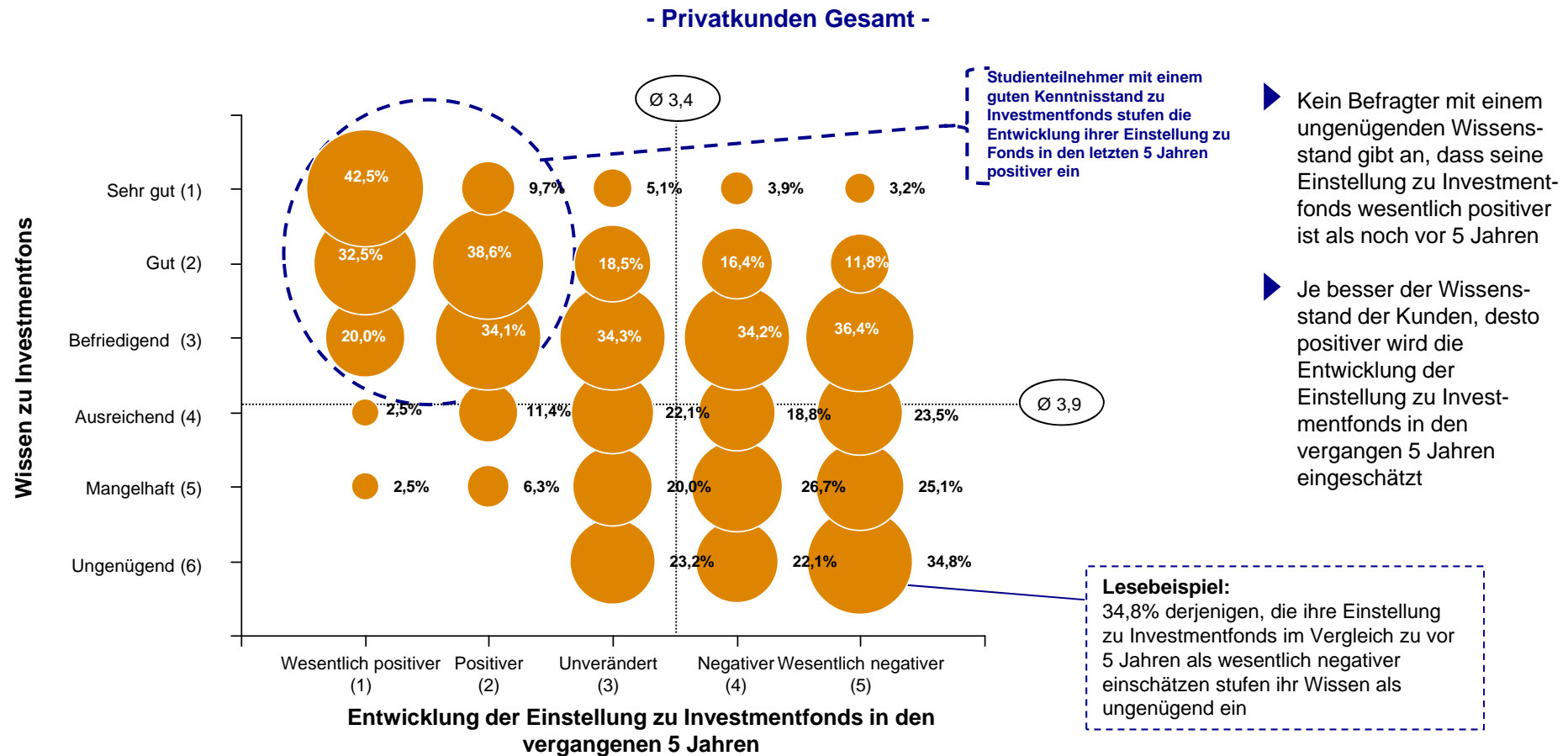
Eine Beratung zu Fonds ist für mich verständlich und problemlos



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen bei Privatkunden ohne Antworten „Weiß ich nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ n = 147/ Privatkunden: Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; n^{Gesamt} = 2.016; n^{Wertpapierbesitzer} = 890; n^{Fondsbesitzer} = 695

Je mehr Wissen die Privatkunden zu Fonds haben, desto eher hat sich ihre Einstellung zu Fonds in den letzten Jahren verbessert

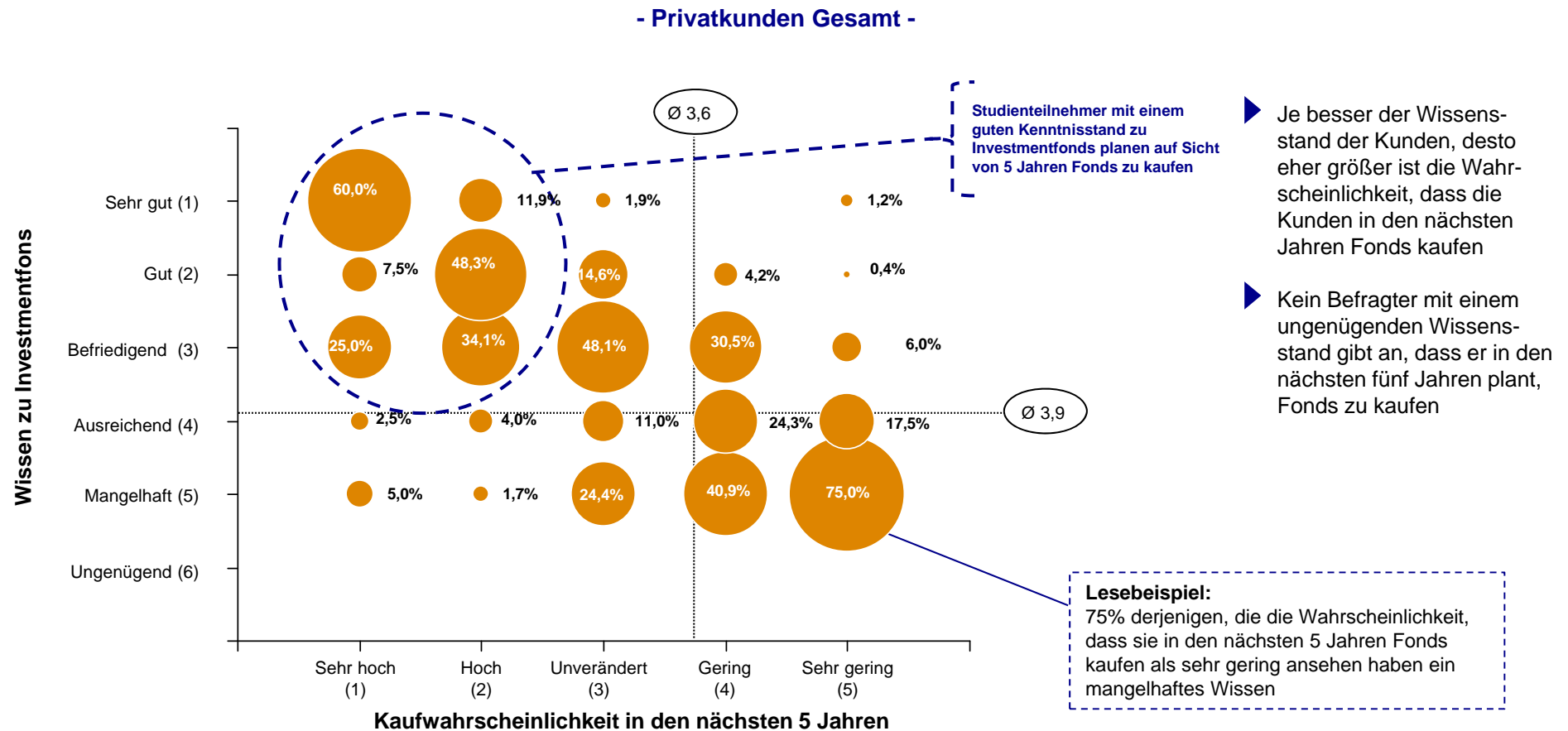
Kombinierte Auswertung Entwicklung der Einstellung im Vergleich zu vor 5 Jahren und Kenntnisstand



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Wie hat sich Ihre Einstellung gegenüber den folgenden Produkten im Vergleich zu vor 5 Jahren verändert und wie stufen Sie Ihr Wissen zu Investmentfonds ein?“ n= 2.016 (ohne Berücksichtigung der Antworten „Weiß nicht“)

Die Wahrscheinlichkeit eines Fondskaufs in den nächsten 5 Jahren steigt mit zunehmendem Wissensstand an

Kombinierte Auswertung Kaufwahrscheinlichkeit in den nächsten 5 Jahren und Kenntnisstand



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Wie schätzen Sie die Wahrscheinlichkeit ein, das Sie in den nächsten 5 Jahren in eines der folgenden Produkte investieren und wie stufen Sie Ihr Wissen zu Investmentfonds ein?“ n= 2.016 (ohne Berücksichtigung der Antworten „Weiß nicht“)

- **Ziele und Methodik**
- **Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise**
 - Grundsätzliches Anlageverhalten
 - Risikobereitschaft
 - Produkte (Allgemein)
 - Investmentfonds
 - Beratung
 - **Regulierung**
- **Zusammenfassung**

Anhang

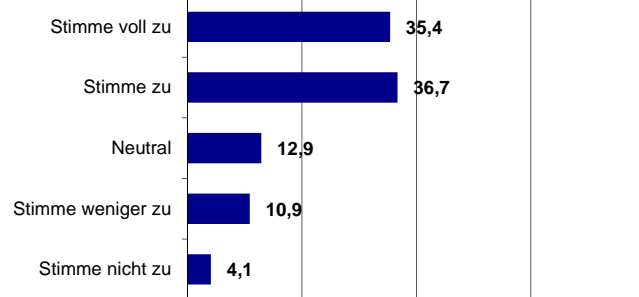
72% der Berater sehen in den regulatorischen Vorgaben wie der MiFID ein Hemmnis für den Vertrieb von Investmentfonds

Bewertung unterschiedlicher Aussagen zur Auswirkung der Regulierung

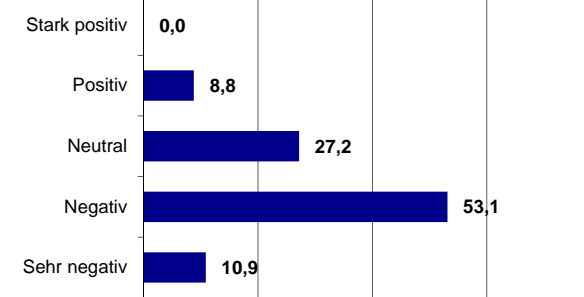
- Vertriebssteuerer und Kundenberater 2011 -

(Alle Angaben in Prozent)

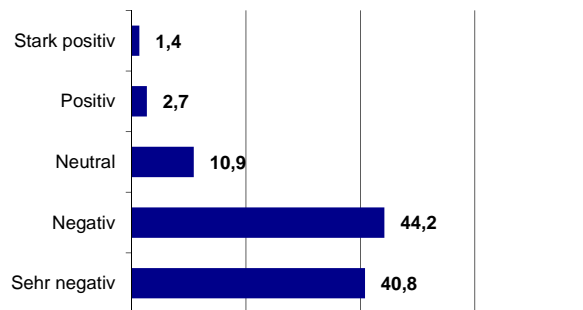
Regulatorische Vorgaben, wie die MiFID, Beratungsprotokolle etc., stellen ein Hemmnis für den Vertrieb von Investmentfonds dar



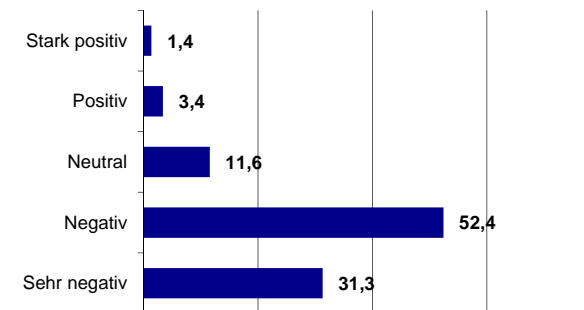
Auswirkungen regulatorischer Anforderungen auf den Vertriebs Erfolg allgemein



Auswirkungen regulatorischer Anforderungen auf den Aufwand der Dokumentation



Auswirkungen regulatorischer Anforderungen auf den Aufwand der Beratung



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Wie beurteilen Sie die Entwicklung der Risikobereitschaft Ihrer Kunden bei Geldanlagen in den letzten 5 Jahren?“ n = 147

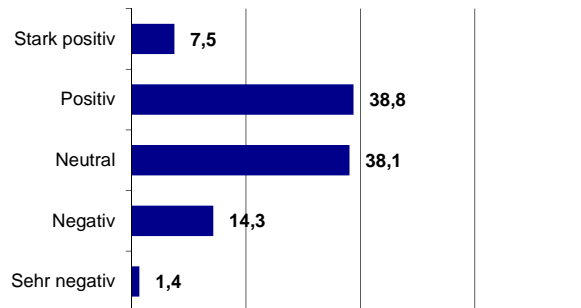
Die Mehrheit der Berater ist der Meinung, dass die regulatorischen Vorgaben die Sicherheit der Kunden bei der Beratung erhöhen, die Berater jedoch verunsichern

Bewertung unterschiedlicher Aussagen zur Auswirkung der Regulierung auf die Sicherheit und das Vertrauen

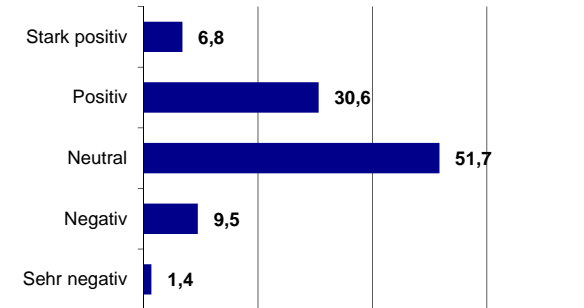
- Vertriebssteuerer und Kundenberater 2011 -

(Alle Angaben in Prozent)

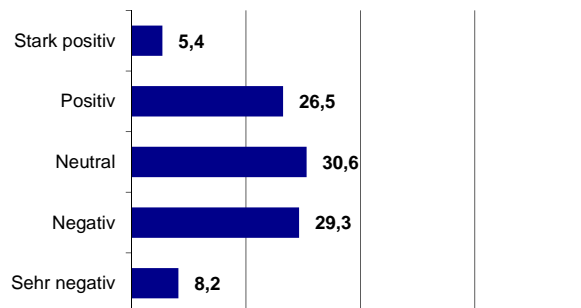
Sicherheit des Kunden bei der Beratung



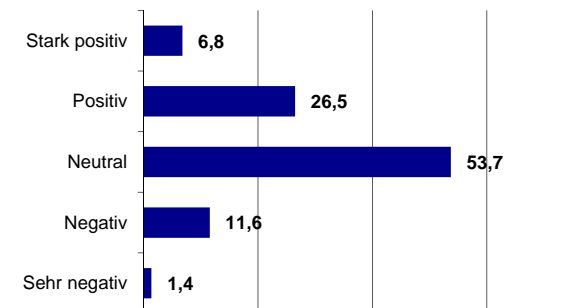
Vertrauen des Kunden in die Beratung



Sicherheit der Berater bei der Beratung



Vertrauensverhältnis zwischen Kunde und Berater



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Frage: „Wie beurteilen Sie die Entwicklung der Risikobereitschaft Ihrer Kunden bei Geldanlagen in den letzten 5 Jahren?“ n = 147

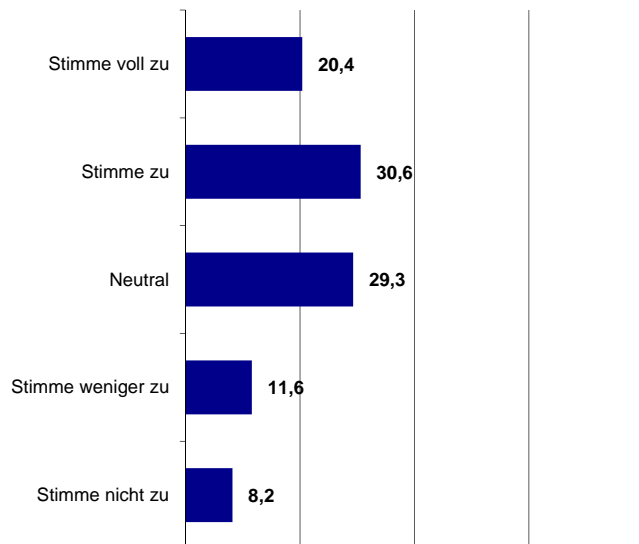
Der Aussage, dass die Einführung einer Finanztransaktionssteuer die Attraktivität von Investmentprodukten weiter reduzieren würde, stimmen 51% der Berater zu

Auswirkung der Einführung einer Finanztransaktionssteuer auf die Attraktivität von Investmentprodukten

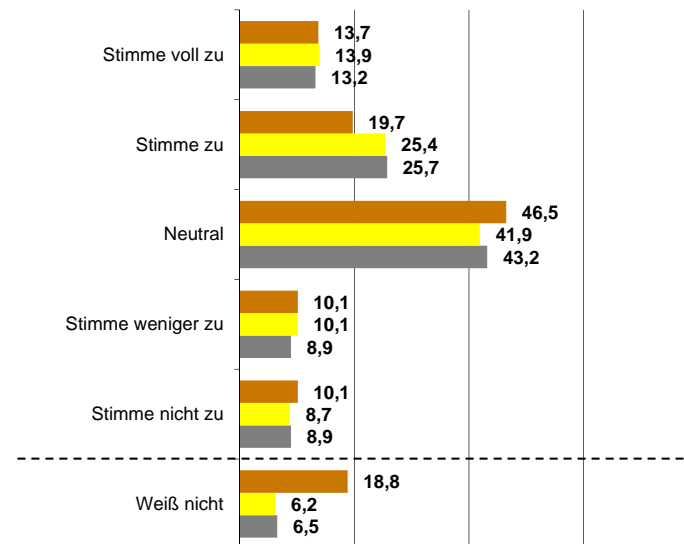
- Vertriebssteuerer und Kundenberater und Privatkunden nach Clustern -

(Alle Angaben in Prozent)

Die Einführung einer Finanztransaktionssteuer würde die Attraktivität von Investmentprodukten aus Kunden- und Beratersicht reduzieren



Die Einführung einer Finanztransaktionssteuer würde die Attraktivität von Investmentprodukten (Aktien, Fonds, Zertifikate etc.) reduzieren



Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin, Studie Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise; Fragen bei Privatkunden ohne Antworten „Weiß ich nicht“ auf 100% berechnet; Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ n = 147/ Privatkunden: Fragen ohne Antworten „Weiß nicht“ auf 100% berechnet; n^{Gesamt} = 2.016; n^{Wertpapierbesitzer} = 890; n^{Fondsbesitzer} = 695

- **Ziele und Methodik**
- **Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise**
 - Grundsätzliches Anlageverhalten
 - Risikobereitschaft
 - Produkte (Allgemein)
 - Investmentfonds
 - Beratung
 - Regulierung
- **Zusammenfassung**

Anhang

Zusammenfassung

Anlageverhalten

- ▶ Während das Vermögen in Barmitteln und Einlagen konstant wächst, stagnieren die in Fonds investierten Mittel seit dem Jahr 2000
- ▶ 39% der Kunden sind der Ansicht, dass sich ihr Anlageverhalten durch die Finanzkrise grundsätzlich verändert hat
- ▶ Bei 37% der Privatkunden hat das Interesse an der Kapitalanlage abgenommen
- ▶ Produktdetails und Eigeninformation sind für Privatkunden wichtige Faktoren bei der Kapitalanlage, die Einschätzung über die Bedeutung dieser Faktoren aus Kundenberater- und Vertriebssteuerersicht ist deutlich stärker ausgeprägt

Risiko- bereitschaft

- ▶ In den vergangenen 5 Jahren ist aus Sicht von 84% der Kundenberater und Vertriebssteuerer die Risikobereitschaft der Kunden zurückgegangen, 46% der Privatkunden teilen diese Ansicht
- ▶ Der Rückgang der Risikobereitschaft ist bei Privatkunden, die in Folge der Finanzkrise Verluste erlitten haben, stärker zurückgegangen als bei Kunden bei denen diese nicht der Fall war

Produkte

- ▶ Lediglich Spar-/ Sicht- und Termineinlagen sowie Bausparverträge werden im Vergleich zu vor 5 Jahren leicht positiver gesehen
- ▶ Die Einstellung zu den verschiedenen Produkten ist im Vergleich zu vor 5 Jahren größtenteils unverändert geblieben
- ▶ 37% der Kundenberater und Vertriebssteuerer erwarten in den nächsten 5 Jahren einen steigenden Anteil von Kunden, die in Investmentprodukte investieren werden, bei Investmentfonds sind es 34%
- ▶ 31% der Privatkunden sehen einen Trend hin zu einfachen, transparenten und nachvollziehbaren Produkten
- ▶ Spar-/ Sicht- und Termineinlagen (32%) weisen das höchste Absatzpotential in den nächsten 5 Jahren auf, gefolgt von Bausparverträgen (24%) und Investmentfonds (17%)

Investment- fonds

- ▶ Während sich die Kundenfragen vor 5 Jahren meist auf die Performance einer Anlage bezogen haben, steht nun die Sicherheit im Vordergrund
- ▶ Die wichtigsten Faktoren bei einer Anlageentscheidung sind aus Kundensicht die Sicherheit (79%), die Nachvollziehbarkeit (72%), die Transparenz (72%) sowie die Kosten (71%)

Beratung

- ▶ 35% der Berater und Vertriebssteuerer stufen den Kenntnisstand der Kunden als sehr gut oder gut ein, nur 5% als mangelhaft und keiner als ungenügend
- ▶ 64% der Kundenberater und Vertriebssteuerer geben an, dass die Beratung zu Asset-Management-Produkten bei Kunden mit einem geringen Kenntnisstand schwierig ist
- ▶ Die Höhe des Kenntnisstands der Kunden wirkt sich positiv auf die Entwicklung der Einstellung zu Fonds aus

Regulierung

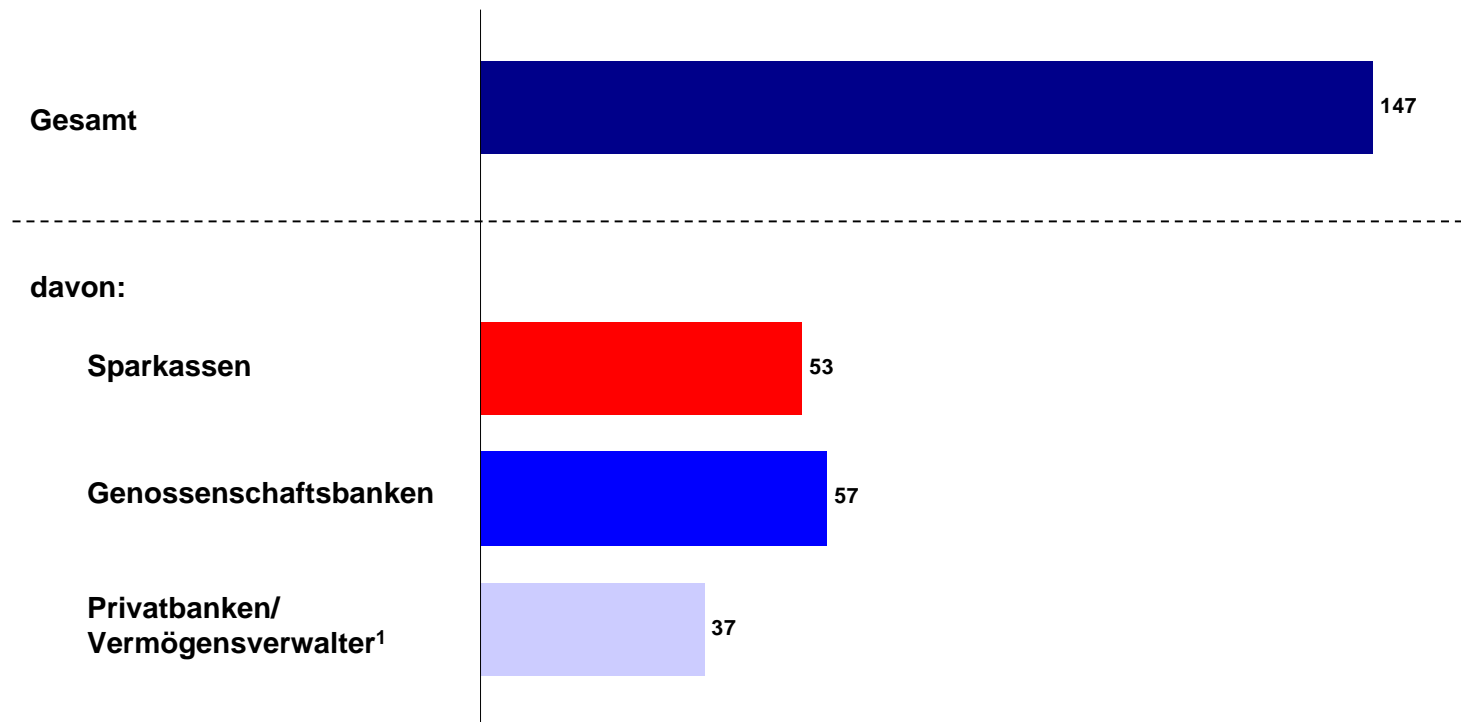
- ▶ Die regulatorischen Anforderungen wirken sich nach Meinung der Kundenberater und Vertriebssteuerer negativ auf den Beratungsaufwand sowie auf den Vertriebs Erfolg aus
- ▶ Die Attraktivität von Investmentprodukten würde durch die Einführung einer Finanztransaktionssteuer aus Sicht von 51% der Berater und Vertriebssteuerer sinken

- **Ziele und Methodik**
- **Veränderungen im Anlageverhalten seit der Finanzkrise**
 - Grundsätzliches Anlageverhalten
 - Risikobereitschaft
 - Produkte (Allgemein)
 - Investmentfonds
 - Beratung
 - Regulierung
- **Zusammenfassung**

Anhang

Im Rahmen der Studie wurden 147 Interviews mit Vertriebssteuerern und Kundenberatern geführt

Anzahl geführter Befragungen nach Befragungsclustern

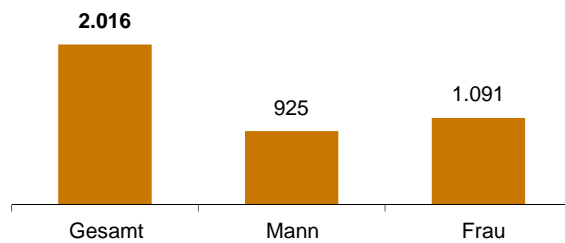


Es wurden nur vollständig bearbeitete Fragebögen zur Auswertung herangezogen 1) 21 Privatbanken und 16 Vermögensverwalter

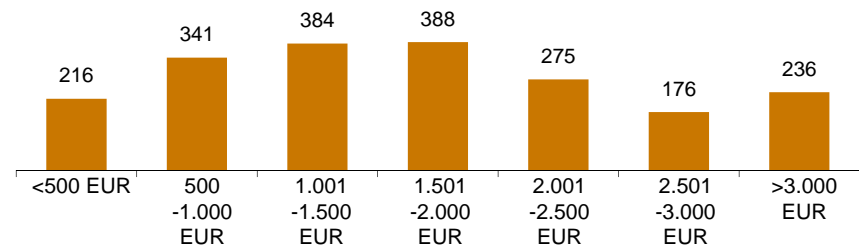
Für die Untersuchung des Anlageverhaltens der Privatkunden wurden 2.016 deutsche Bürger zwischen 18 und 65 Jahren befragt

Statistische Angaben zur Grundgesamtheit der Studienteilnehmer der Befragung bei Privatkunden

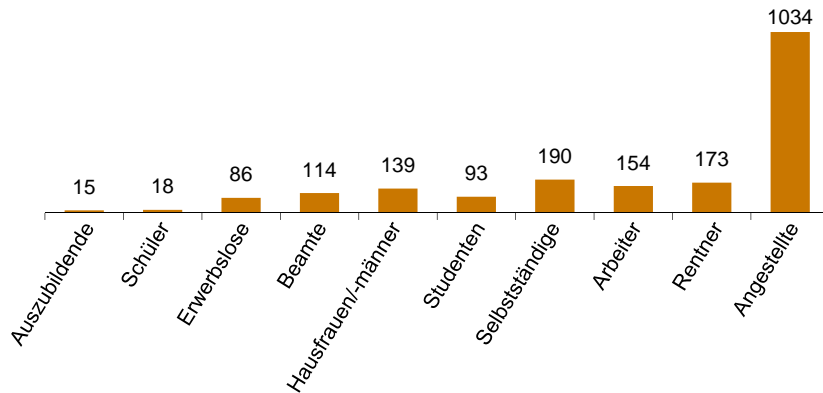
- Teilnehmer nach Geschlecht -



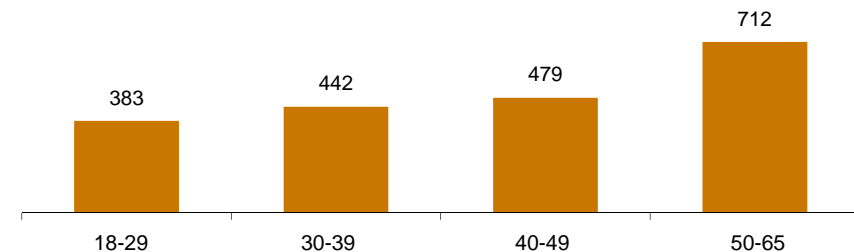
- Teilnehmer nach (netto) Einkommensklasse -



- Teilnehmer nach Berufsgruppe -



- Teilnehmer nach Altersklasse -



In der Stichprobe sind 890 Personen mit Wertpapierbesitz und 695 Fondsbesitzer enthalten



**RESEARCH CENTER FOR FINANCIAL SERVICES
STEINBEIS HOCHSCHULE BERLIN**

Prof. Dr. Jens Kleine und Matthias Krautbauer

STEINBEIS RESEARCH CENTER FOR FINANCIAL SERVICES
Possartstraße 9 ■ 81679 München (Germany)
Fon: +49 (0)89 20 20 84 79- 0 ■ Fax: +49 (0)89 20 20 84 79-11
E-Mail: jens.kleine@steinbeis-research.de
E-Mail: matthias.krautbauer@steinbeis-research.de

STEINBEIS-HOCHSCHULE BERLIN
Gürtelstr. 29A/30 ■ 10247 Berlin (Germany)
Fon: +49 (0)30 29 33 09-0

„DekaBank

Jürgen Fischer
Externe Kommunikation

DekaBank
Mainzer Landstraße 16 ■ 60325 Frankfurt am Main
Fon: +49 (0)69 / 7147 – 12 35 ■ Fax: +49 (0)69 / 7147 – 15 41
E-Mail: presse@deka.de