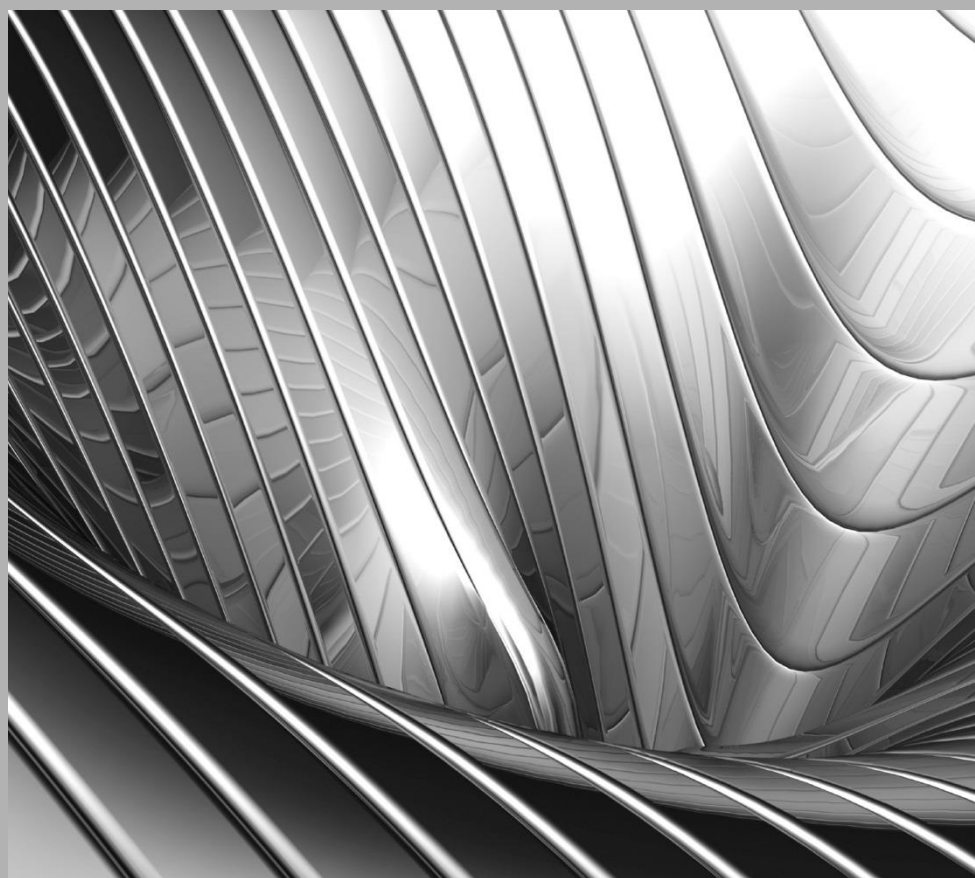


Trendbarometer Zertifikate 2016

- Studie zum deutschen Zertifikatemarkt -



München, im Mai 2016

Research Center for Financial Services

▪ Rumfordstr. 42 ▪ 80469 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

Für die Studie wurden 195 Kundenberater bei Banken sowie Vermögensverwalter in Deutschland befragt

Zertifikate machen aktuell 13% an den Kundenportfolios aus

Einführung

Die Studie „Trendbarometer Zertifikate 2016“ ist die zehnte Untersuchung der DZ BANK und des Research Center for Financial Services zur Erhebung der Trends und Entwicklungen am deutschen Zertifikatemarkt. Zudem werden im Rahmen der Untersuchung mögliche Entwicklungsperspektiven sowie Erfolgsfaktoren dargestellt. Die Studie soll die Transparenz des Marktes erhöhen und helfen, zukünftige Trends frühzeitig zu erkennen, um längerfristige Aussagen ableiten und prognostizieren zu können.

Für die Studie wurden 195 Teilnehmer befragt. Die Befragten waren Kundenberater, Produktverantwortliche und Wertpapier-spezialisten von Banken sowie Vermögensverwalter in Deutschland.

Asset Allocation in den betreuten Kundenportfolios

Den größten Anteil an den von Bankberatern und Vermögensverwaltern betreuten Kundenportfolios machen mit aktuell 46% Investmentfonds aus. Dieser Anteil ist gut 2 Prozentpunkte höher als noch im Vorjahr. Dagegen ist insbesondere die Gewichtung von ETFs und Anleihen in den betreuten Kundenportfolios zurückgegangen. In Zertifikate sind aktuell 13% der von Kunden investierten Gelder angelegt, was dem Niveau des Vorjahres entspricht (Abb. 1).

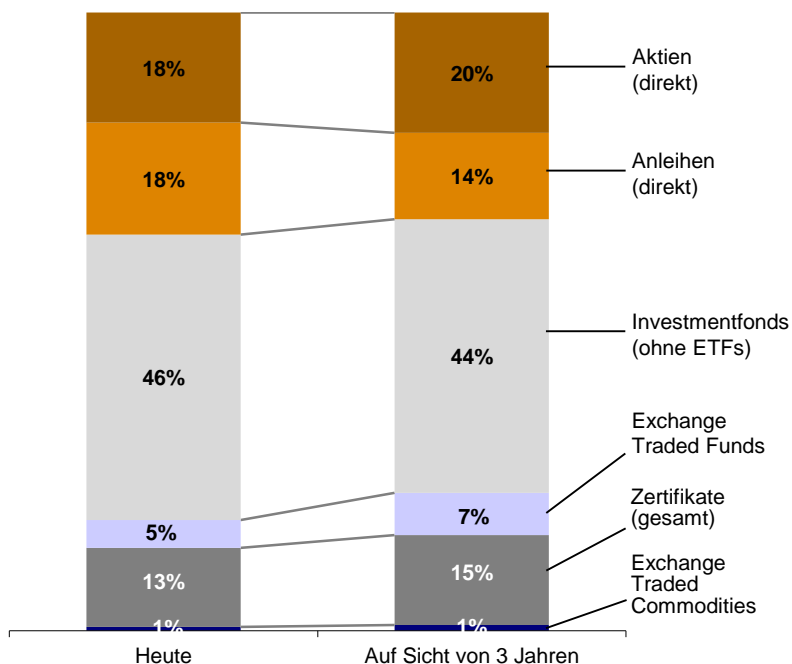


Abb. 1: Anteil unterschiedlicher Kapitalmarktprodukte an den betreuten Portfolios
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin

Auf Sicht von drei Jahren wird ein Anstieg des Zertifikateanteils um zwei Prozentpunkte erwartet

Der Anteil der Garantiezertifikate an den Zertifikaten hat sich von 63% auf 51% reduziert.

Im Hinblick auf die Entwicklung in den nächsten drei Jahren sind die Befragten der Ansicht, dass der Anteil von Zertifikaten in den Kundenportfolios auf 15% steigen wird. Bezüglich des Anteils der Garantiezertifikate am gesamten Zertifikateanteil erwarten die Kundenberater und Vermögensverwalter einen Rückgang zu Gunsten von Teilschutzprodukten auf 39%.

Risiko-Rendite-Profile bei Zertifikaten

Gegenüber 2015 haben sich die Einschätzungen zu den Risiko-Rendite-Profilen unterschiedlicher Zertifikatengruppen dahingehend verändert, dass die Bewertungen positiver ausgefallen sind. Das beste Risiko-Rendite-Verhältnis wird demnach Express- und Discountzertifikaten zugesprochen (Abb. 2).

Express- und Discountzertifikate werden in Bezug auf das Rendite-Risiko-Profil am positivsten gesehen

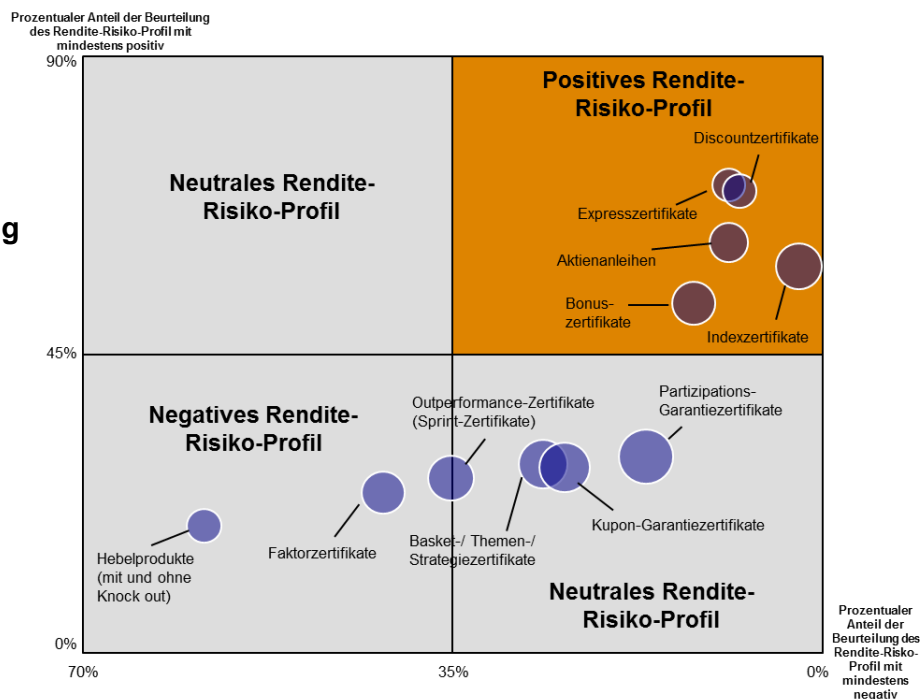


Abb. 2: Einschätzung des Rendite-Risiko-Profiles verschiedener Zertifikatengruppen
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin

Gut 70% der Befragten sehen ein positives Risiko-Rendite-Profil bei Express- und Discountzertifikaten, 62% bei Aktienanleihen und 59% bei Indexzertifikaten. In der Vorjahresbefragung betrug der Anteil derjenigen, die Express- und Discountzertifikaten ein positives Risiko-Rendite-Profil zugesprochen haben, 51% bzw. 56%. Dagegen beurteilen nur 24% Faktorzertifikate und 19% Hebelprodukte (mit und ohne Knock-out) bezogen auf das Rendite-Risiko-Verhältnis als positiv.

Investmentfonds, Aktien und ETFs werden bezüglich des Rendite-Risiko-Profiles am positivsten bewertet

Bei der Betrachtung weiterer Bank- und Kapitalmarktprodukte erzielten Investmentfonds (ohne ETFs) mit 83% (87% in 2015) und Aktien als Direktanlage mit 79% (75% in 2015) die positivsten Bewertungen. Spareinlagen werden dagegen im aktuellen Umfeld sehr kritisch bewertet.

Das größte Absatzpotential wird bei Express- und Indexzertifikaten gesehen

Absatzpotentiale unterschiedlicher Zertifikate

Ebenso wie beim Rendite-Risiko-Profil weisen Express-, Index- und Discountzertifikate sowie Aktienanleihen auch in Bezug auf die Absatzpotentiale die positivsten Bewertungen auf. 65% der Befragten erwarten bei Expresszertifikaten und 61% bei Indexzertifikaten zukünftig steigende Absätze, wobei Expresszertifikate deutlich besser als noch im Vorjahr bewertet werden. In 2015 ging nur die Hälfte der Befragten von einem steigenden Absatz aus. Bei strukturierten Anleihen, in 2015 noch von 43% mit steigendem Absatzpotential bewertet, sind dies aktuell nur noch 29%. Das geringste Absatzpotential weisen Hebelprodukte und Outperformancezertifikate mit 14% bzw. 11% auf (Abb. 3).

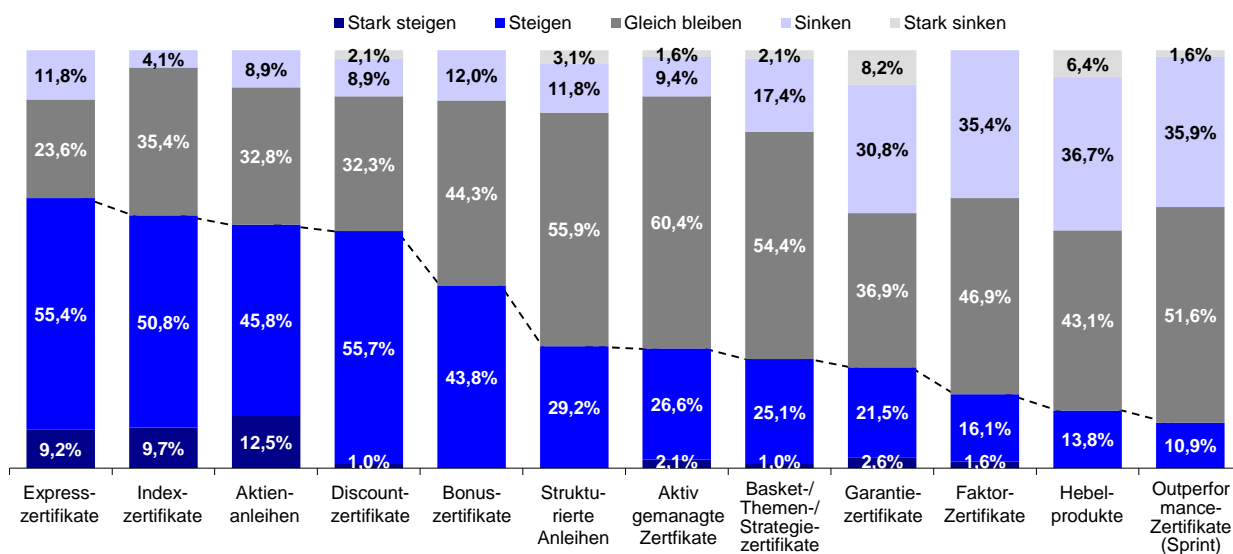


Abb. 3: Entwicklung des Absatzes unterschiedlicher Zertifikate innerhalb der nächsten drei Jahre

Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin

Wachstumsrate des Zertifikatemarktes in Deutschland

Bezogen auf die Gesamtentwicklung des Zertifikatemarktes in Deutschland setzt sich die Stabilisierung weiter fort. Nachdem in 2014 die Erwartung einer negativen Entwicklung des Zertifikatemarktes mit 17% der Befragten den höchsten Wert seit 2009 erreicht hatte, ist dieser Anteil aktuell auf 5% gesunken (Abb. 4).

(Alle Angaben in Prozent)

Über 80% der befragten Teilnehmer rechnen mit einem jährlichen Wachstum des Zertifikatemarktes in Deutschland zwischen 0 und 15%

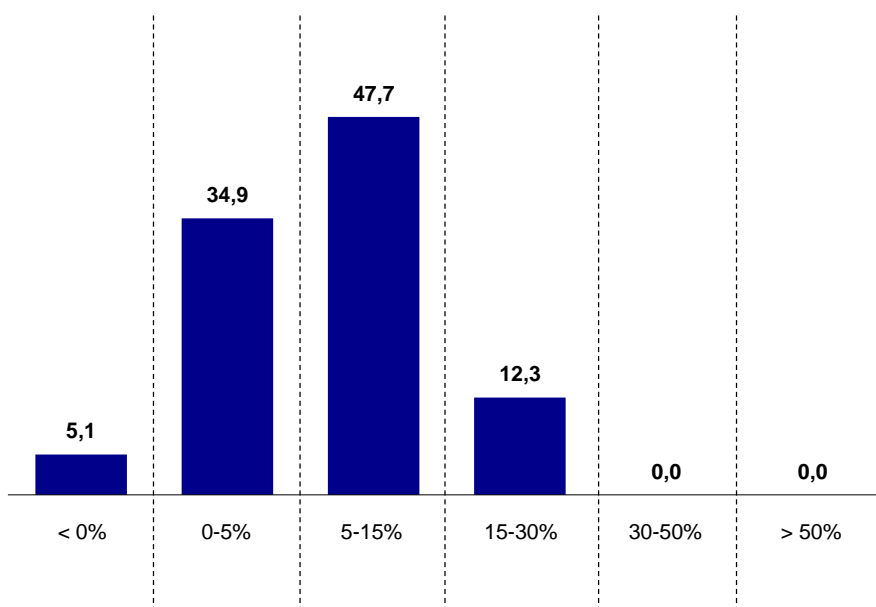


Abb. 4: Geschätzte Wachstumsraten im Zertifikatesgeschäft
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin

Knapp 35% der Studienteilnehmer rechnen mit einer jährlichen Wachstumsrate des Zertifikatemarktes zwischen 0 und 5%, und sogar 48% mit einer Rate zwischen 5 und 15%. Immerhin 12% der Kundenberater und Vermögensverwalter erwarten sogar eine Wachstumsrate von über 15%.

In den nächsten 3 Jahren sollen 59% des Zertifikaterwerbs über den Sekundärmarkt abgewickelt werden

Sekundärmarkt für Zertifikate

Die Einschätzungen zur Entwicklung der Bedeutung des Sekundärmarktes sind im Vergleich zum Vorjahr noch einmal leicht gestiegen. Der Schwerpunkt im Zertifikatesgeschäft liegt auch aktuell weiterhin deutlich auf dem Zeichnungsgeschäft. Allerdings sind gegenwärtig bereits etwa 41% der Zertifikate in den Kundenportfolien über den Sekundärmarkt erworben worden.

Zukünftig wird erwartet, dass die Bedeutung des Sekundärmarktes weiter ansteigt. Auf Sicht von drei Jahren wird davon ausgegangen, dass 59% des Volumens über den Sekundärmarkt und 41% im Zeichnungsgeschäft erworben werden.

Für alle Studienteilnehmer bleibt die Produktqualität der wichtigste Erfolgsfaktor

Erfolgstreiber im Zertifikatemarkt

Für den Erfolg von Zertifikaten sind die Produktqualität (100%), das Risiko-Rendite-Verhältnis (96%), eine einfache Produktstruktur (93%) und die Transparenz (90%) die wichtigsten Faktoren. Stark an Bedeutung verloren haben in diesem Zusammenhang Researchimpulse mit rund 42% (65% in 2015).

Ebenso zurückgegangen ist die Relevanz der Emittentenbonität. Diese wird aktuell noch von 77% als wichtig erachtet, im letzten Jahr waren dies noch 82%. Das Thema Sicherheit hat dagegen wieder an Bedeutung gewonnen. Sahen 2015 hierin nur noch 66% einen wichtigen Faktor, sind dies aktuell immerhin wieder 78%.

Die Produktkomplexität stellt für die meisten Studienteilnehmer den wichtigsten Wachstumsbegrenzer dar

Wachstumshemmende Faktoren im Zertifikatemarkt

Wie bereits im Vorjahr, waren die wichtigsten Hemmnisse für das Wachstum des Zertifikatemarktes die Produktkomplexität (73%) und negative Erfahrungen der Kunden mit ähnlichen Produkten (52%), wobei die Bewertung der Produktkomplexität gegenüber 2015 um 11 Prozentpunkte zugelegt hat.

Filiale versus Online im Wertpapiergeschäft

Im Zuge der wachsenden Bedeutung von Onlineangeboten hat sich auch der Anteil der persönlichen Beratung gegenüber dem Onlinegeschäft im Wertpapiervertrieb um sechs Prozentpunkte auf knapp 70% reduziert (Abb. 5).

Das Onlinegeschäft im Wertpapiervertrieb nimmt weiter zu

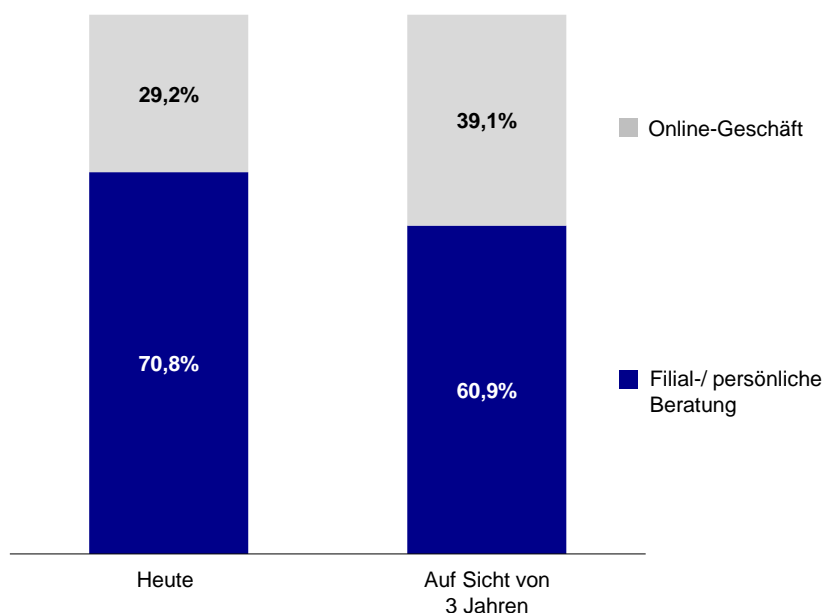


Abb. 5: Anteil Filial- bzw. persönliche Beratung und Online-Geschäft am Wertpapiergeschäft

Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin

Über ein Drittel halten das Internetangebot für eine vollwertige Ergänzung zur persönlichen Beratung

Die Erwartung für die kommenden drei Jahre zeigt eine Fortsetzung dieses Trends. Nach Meinung der Studienteilnehmer könnten dann rund 40% aller Wertpapiergeschäfte online abgewickelt werden.

Dabei sehen immerhin 36% das Internetangebot bereits als vollwertige Ergänzung zur Filiale beziehungsweise zur persönlichen Beratung an.

Hingegen bewertet etwas mehr als die Hälfte (52%) das Internetangebot vor allem als Möglichkeit für Selbstentscheider-Kunden, die keine Beratung in Anspruch nehmen oder Execution Only-Geschäfte erledigen wollen. Diese Werte entsprechen dem Vorjahresniveau.

Bedeutung von mobilen Angeboten/ Apps bei Geldanlagen

Mobile Angebote bei Geldanlagen kommen, davon sind fast alle Befragten überzeugt

Bezogen auf die Entwicklung der Bedeutung mobiler Angebote und Apps bei Geldanlagen sind aktuell 95% der Studienteilnehmer davon überzeugt, dass die Bedeutung weiter zunehmen wird. Ein Drittel der Befragten geht sogar von einer stark steigenden Bedeutung aus.

Digitale Unterstützung des Beratungsprozesses

Digitale Produktinformationen sind aus Berater- wie auch aus Kundensicht die wichtigste digitale Unterstützung

Aus Beratersicht werden vor allem digitale Produktinformationen (96%), Webinare/ Online Workshops (73%) sowie Charts- und Analysetools (72%) für den Beratungsprozess als wichtige Unterstützung erachtet. Als weniger wichtig werden hingegen die Zuschaltung von Experten per Video (29%) und Live-Chats für Rückfragen (26%) empfunden.

Aus Kundensicht sind mit 88% ebenfalls digitale Produktinformationen das wichtigste Mittel zur digitalen Unterstützung des Beratungsprozesses. Als weniger wichtig werden die Bereitstellung von Produktvideos mit 57% sowie Reporting- und Monitoringtools mit 45% erachtet.

Alternativangebote im Bereich der digitalen Geldanlage

Crowdfunding/ -investing wird sich, nach Meinung der meisten Befragten, am stärksten weiterentwickeln (77%), dicht gefolgt vom Social Trading mit 72%. Interessant ist hierbei, dass Robo Advisory und Social Trading etwa 7% der Befragten nicht bekannt sind (Abb. 6).

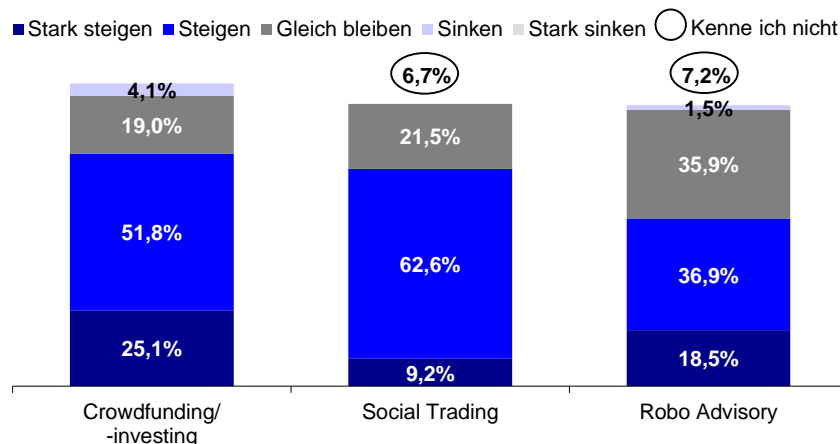


Abb. 6: Entwicklung von Alternativangeboten im Bereich der digitalen Geldanlage
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin

Detaillierte Ergebnisse der Studie

▪ Ziele und Methodik	8
▪ Zusammenfassung: Key Learnings	12
▪ Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“	
– Kunde	21
– Markt	30
– Zertifikate	60
– Emittenten	84
– Medien	87
– Trends im Wertpapiergeschäft	98
Anhang	120