

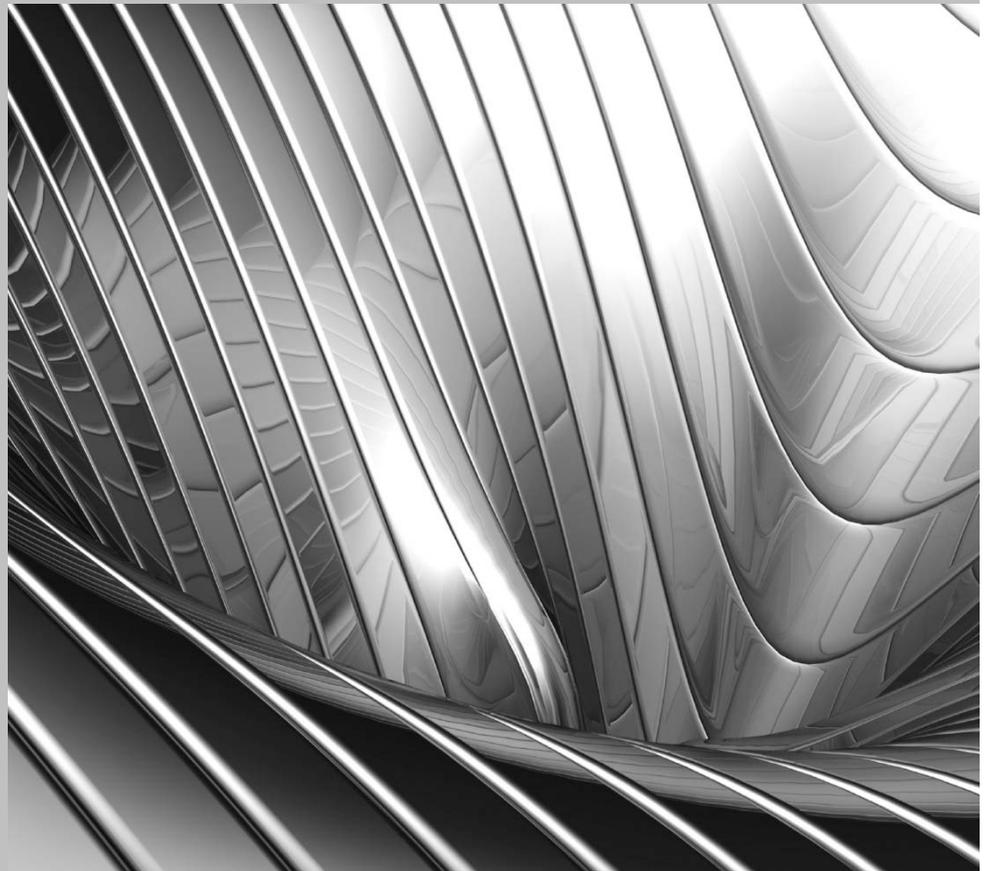


RESEARCH CENTER FOR FINANCIAL SERVICES
STEINBEIS-HOCHSCHULE BERLIN



Trendbarometer Zertifikate 2014

- Studie zum deutschen Zertifikatemarkt -



München, im September 2014

Steinbeis Research Center for Financial Services

▪ Possartstr. 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

Für die Studie wurden 199 Kundenberater bei Banken sowie Vermögensverwalter in Deutschland befragt

Zertifikate machen aktuell 13% an den Kundenportfolios aus

Einführung

Die Studie „Trendbarometer Zertifikate 2014“ ist die achte Untersuchung der DZ Bank und des Research Center for Financial Services der Steinbeis-Hochschule Berlin 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 199 Teilnehmer befragt. Die Befragten waren Kundenberater, Produktverantwortliche und Wertpapier-spezialisten von Banken sowie Vermögensverwalter in Deutschland.

Asset Allocation in den betreuten Kundenportfolios

Investmentfonds machen mit aktuell 39% den größten Anteil an den von Bankberatern und Vermögensverwaltern betreuten Kundenportfolios aus. 13% der von Kunden investierten Gelder sind in Zertifikate angelegt (Abb. 1). Dabei ist der Gesamtanteil der Zertifikate an den Kundenportfolios, im Vergleich zu 2013, leicht gestiegen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Garantiezertifikaten. So waren in 2013 58% der in Zertifikate angelegten Mittel in Garantiezertifikate investiert, aktuell sind dies 63%.

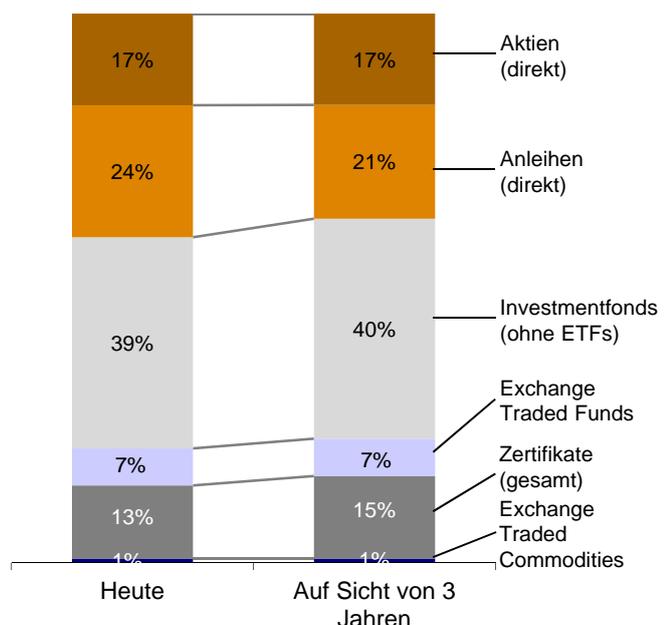


Abb. 1: Anteil unterschiedlicher Kapitalmarktprodukte an den betreuten Portfolios
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin

Auf Sicht von drei Jahren soll der Zertifikateanteil auf 15% steigen

Strukturierten Anleihen wird das größte Absatzpotential zugemessen

Zukünftig wird die Bedeutung von Zertifikaten, nach Ansicht der Befragten, etwas steigen. Auf Sicht von drei Jahren rechnen die Kundenberater und Vermögensverwalter mit einem Anstieg des Zertifikateanteils auf 15%. Bei den Zertifikatetypen wird erwartet, dass der Anteil der Garantiezertifikate wieder leicht zurückgeht, so dass deren Anteil in drei Jahren ca. 60% ausmachen wird.

Absatzpotentiale unterschiedlicher Zertifikate

Allerdings können nicht alle Zertifikatetypen in gleichem Maße von den positiven Erwartungen profitieren. 58% der Studienteilnehmer weisen Strukturierten Anleihen das höchste Absatzpotential zu (Abb. 2). Diese standen 2013 noch mit 49% an dritter Stelle. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten rechnet außerdem mit ebenfalls zukünftig steigenden Absätzen bei Aktienanleihen und Discount-Zertifikaten. Discount-Zertifikate verzeichneten dabei, im Vergleich zu 2013, den größten Zuwachs. Zukünftig nur geringe Attraktivität wird, wie bereits im letzten Jahr, Outperformance- sowie Sprintzertifikaten beigemessen. Weniger als jeder Zehnte rechnet bei diesen Zertifikatetypen mit einem zukünftig steigendem Absatz.

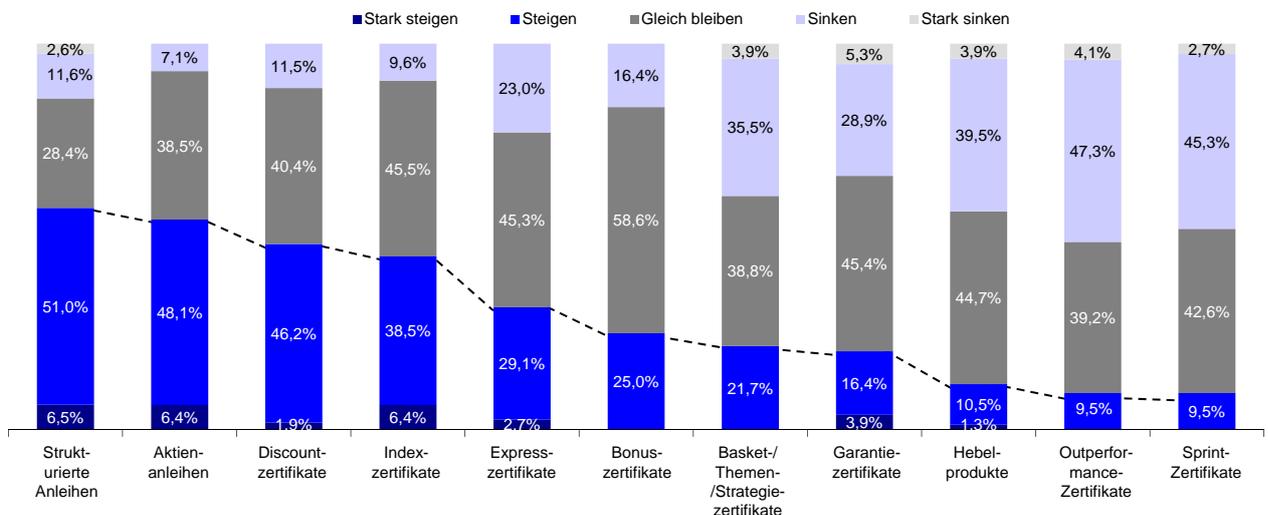


Abb. 2: Entwicklung des Absatzes unterschiedlicher Zertifikate innerhalb der nächsten drei Jahre
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin

Das Niedrigzinsumfeld, Inflation und Nachhaltigkeit sind zukünftig die wichtigsten Themen für Zertifikate

Zukünftige Themen/ Trends bei Zertifikaten

Die Themen Niedrigzinsumfeld, Inflation und Nachhaltigkeit sind die bestimmenden Themen bei Zertifikaten in den kommenden Jahren. Das Thema Energieeffizienz hat hingegen stark an Relevanz eingebüßt. Erachteten 2013 noch rund die Hälfte der Teilnehmer dieses Thema für relevant, sind 2014 nur rund 25% dieser Meinung. Sehr geringe Relevanz hat hingegen das Thema Digitalisierung.

Mehrheitlich wird mit einem jährlichen Wachstum des Zertifikatemarktes in Deutschland zwischen 0 und 5% gerechnet

Wachstumsrate des Zertifikatemarktes in Deutschland

Die Mehrheit der befragten Teilnehmer rechnet innerhalb der nächsten fünf Jahre mit einer jährlichen Wachstumsrate des Zertifikatemarktes zwischen 0 und 5%. Immerhin 35% gehen sogar von einem jährlichen Wachstum zwischen 5 und 15% aus. Dass sich das Volumen des Zertifikatemarktes in Deutschland in den kommenden Jahren negativ entwickeln wird glauben rund 17% (Abb. 3). Damit ist der Anteil der Befragten, die mit einer negativen Wachstumsrate rechnen, im Vergleich zum Vorjahr, etwas gestiegen. 2013 waren noch 15% dieser Meinung.

(Alle Angaben in Prozent)

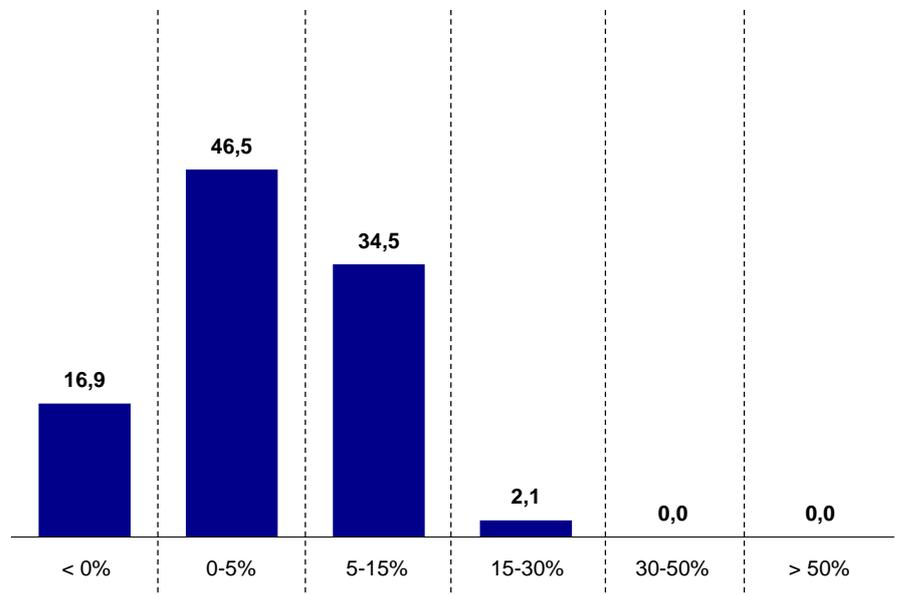


Abb. 3: Geschätzte Wachstumsraten im Zertifikatesgeschäft
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin

Im Zertifikatevertrieb wird seitens der Befragten die Konzeptberatung präferiert

Lösungsansätze im Zertifikatevertrieb

Um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen, existieren entsprechende Lösungsansätze, die von den Studienteilnehmern im Rahmen der Erhebung bewertet wurden. 60% der Befragten sehen dabei die Konzeptberatung für (vermögende) Betreuungskunden als den geeignetsten Lösungsansatz im Zertifikatevertrieb an. An zweiter Stelle wurden mit rund 40% Private Label-Lösungen, in Form von standardisierten Produktlösungen im eigenen Branding, als Lösungsansatz genannt. Das Angebot von standardisierten Produktlösungen („Produktlösungen von der Stange“), welches bei der letzten Erhebung am zweit häufigsten favorisiert wurde, steht mit rund 37% nun an dritter Stelle.

Eine ausgewogenes Rendite-Risiko-Verhältnis ist laut Studienteilnehmern der wichtigste Faktor, um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen

Kunden fragen ihre Berater bei der Beratung zu Zertifikaten am häufigsten nach den Kosten

Nur 44% gehen von einer positiven Entwicklung des Sekundärmarktes in den nächsten 3 Jahren aus

Wachstumstreibende Faktoren im Zertifikatemarkt

Gemäß der Aussagen der befragten Studienteilnehmer sind die bedeutendsten Faktoren, um das Investitionsvolumen in Zertifikate in Zukunft zu erhöhen ein ausgewogenes Rendite-Risiko-Verhältnis, eine gute Produktqualität sowie ein hoher Grad an Transparenz. Die Emittentenbonität, die im Vorjahr noch der wichtigste Faktor war, steht aktuell an vierter Stelle. Gegenüber dem Vorjahr deutlich an Bedeutung verloren haben dagegen die Einfachheit der Produktstruktur sowie die Verständlichkeit der Produktinformationen.

Fragen der Kunden zu Zertifikaten

Mehr als jeder zweite Kunde fragt seinen Berater nach den Kosten eines Zertifikats. Damit sind die Kosten das von den Kunden am häufigsten angesprochene Thema in einem Beratungsgespräch im Bereich der Zertifikate. Dabei ist der Anteil derjenigen, die nach den Kosten fragen, im Vergleich zum Vorjahr, sogar weiter gestiegen. Daneben sind die Bonität und die Funktionsweise bzw. der Auszahlungsmechanismus eines Zertifikates wesentliche Fragestellungen der Kunden. War das Risikoniveau in 2013 mit rund 55% noch der am häufigsten nachgefragte Themenbereich, steht dieser mit 25% nun an fünfter Stelle.

Zertifikate im Sekundärmarkt

Die Prognosen im Hinblick auf die Bedeutung des Sekundärmarktes haben sich im Vergleich zum Vorjahr verschlechtert. Gaben 2013 noch rund 60% der Befragten an, dass der Sekundärmarkt an Bedeutung gewinnen wird, sind dies in 2014 nur noch 44%. Die Mehrheit geht davon aus, dass sich der Anteil nicht wesentlich verändern wird. Derzeit bestimmt das Zeichnungsgeschäft mit rund 79% den Schwerpunkt der Kundenberatung zum Thema Zertifikate. Dennoch entfallen, trotz des gelegten Schwerpunktes, 48% des Zertifikaterwerbs auf den Sekundärmarkt. Auf Sicht von drei Jahren wird sich laut Einschätzung der Studienteilnehmer dieser Anteil auf 53%, zu Lasten des Primärmarktes, erhöhen.

Filialberatung und Onlinegeschäft im Wertpapiervertrieb

Auch bei den Vertriebswegen werden Veränderungen erwartet. Aktuell hat die persönliche Beratung im Vergleich zum Onlinegeschäft im Wertpapiervertrieb einen Anteil von rund 81%. Laut Meinung der Befragten wird sich dieser in den kommenden 3 Jahren um rund 10 Prozentpunkte verringern (Abb. 4). Dabei wickeln die Kunden schon heute weite Teile des Wertpapiergeschäfts über das Internet ab. Insbesondere Aktien und Optionsscheine werden von den Kunden über diesen Kanal erworben. Allerdings wird das Internet in seiner Rolle als Vertriebskanal aktuell nur von 10% der Befragten als Konkurrenz zur Filiale bzw. persönlichen Beratung gesehen.

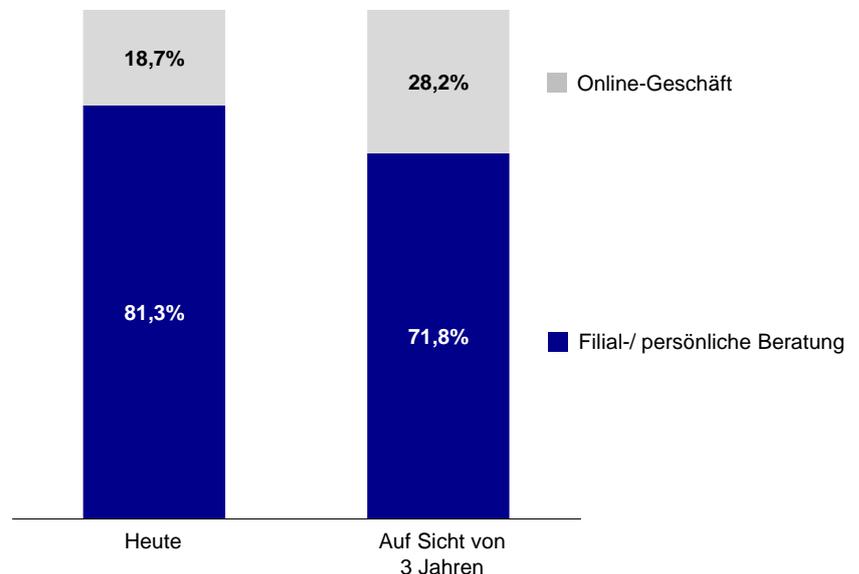


Abb. 4: Anteil Filial- bzw. persönliche Beratung und Online-Geschäft am Wertpapiergeschäft

Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin

Das Internet wird von der Mehrheit nicht als Konkurrenz zur persönlichen Beratung angesehen

Mit einem Anteil von 70% sieht die Mehrheit das Internet als Möglichkeit für Selbstentscheider-Kunden, die keine Beratung in Anspruch nehmen, Execution Only-Geschäfte zu tätigen. 16% sehen das Internet dabei als vollwertige Ergänzung zur persönlichen Beratung. In diesem Zusammenhang erwarten jeweils mehr als 80% der Studienteilnehmer, dass Apps zur reinen Wertpapierinformation bzw. zur Wertpapierinformation und Order an Bedeutung gewinnen. Mehr als jeder dritte Studienteilnehmer plant vor diesem Hintergrund ein eigenes Angebot von entsprechenden Apps aufzubauen.

Detaillierte Ergebnisse der Studie

▪ Ziele und Methodik	7
▪ Zusammenfassung: Key Learnings	10
▪ Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“	
– Kunde	17
– Markt	22
– Zertifikate	35
– Verständnis Berater - Kunde	42
– Rechtliche Rahmenbedingungen	44
– Trends im Wertpapiergeschäft	47
 Anhang	 54

Ziele/ Voraussetzungen:

- Die zum achten mal durchgeführte Studie „Trendbarometer Zertifikate“ ist eine sich jährlich wiederholende Untersuchung der DZ Bank und des Research Center for Financial Services der Steinbeis-Hochschule Berlin zur Erhebung von Trends und Entwicklungen im deutschen Zertifikatemarkt
- Ziel ist die Analyse des deutschen Zertifikatemarktes einschließlich der Darstellung möglicher Entwicklungsperspektiven und Erfolgsfaktoren. Die Studie soll die Transparenz des Marktes erhöhen und helfen, zukünftige Trends frühzeitig zu erkennen. Um längerfristige Aussagen besser ableiten und prognostizieren zu können, wird die Studie jährlich durchgeführt
- Die in der Studie dargestellten Prognosen und Berechnungen basieren auf den derzeitigen Marktbedingungen und -gegebenheiten. Bei nicht vorhersehbaren Veränderungen der Rahmenbedingungen und/ oder der Entwicklungen an den Kapitalmärkten müssen die Prognosen neu berechnet werden

Vorgehen:

- Für die Studie wurden 199 Teilnehmer befragt. Teilnehmer waren Banken (Kundenberater, Produktverantwortliche und Wertpapierspezialisten) sowie Vermögensverwalter
- Die Studie basiert auf den Aussagen und Einstellungen der Befragten

Autoren:

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

Die Untersuchung gliedert sich in 6 Themenbereiche

Themenbereiche des Fragebogens

I. Kunde

- Durchschnittliche Struktur der Portfolios
- Verteilung der in Zertifikate investierten Mittel

II. Markt

- Zukünftige Entwicklung des Absatzes verschiedener Zertifikatetypen
- Zukünftige Themen und Trends bei Zertifikaten
- Bedeutung des Sekundärmarktes
- Lösungsansätze im Zertifikatevertrieb

III. Zertifikate

- Erfolgsfaktoren von Zertifikaten
- Faktoren, die das Wachstum des Zertifikatemarktes erhöhen

IV. Verständnis Berater - Kunde

- Am häufigsten gestellte Fragen seitens der Kunden

V. Rechtliche Rahmenbedingungen

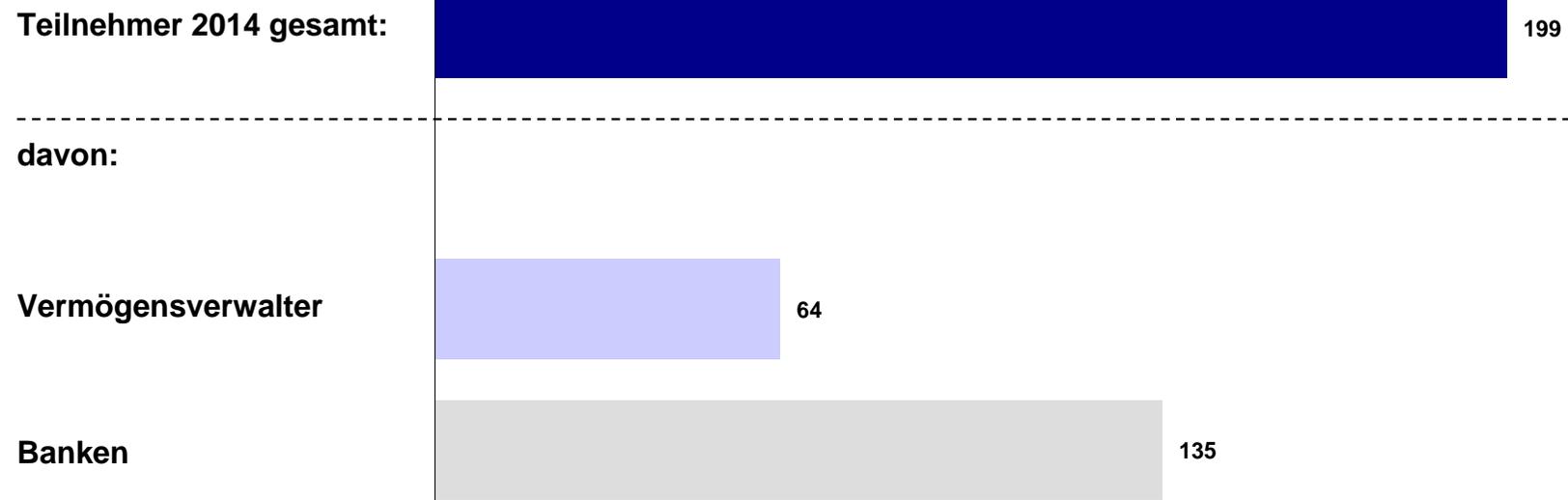
- Auswirkungen der MiFID II auf die Beratungspraxis

VI. Trends im Wertpapiergeschäft

- Entwicklung des Fonds- und Zertifikategeschäfts in den kommenden Jahren
- Auswirkungen des Internets auf den Wertpapierhandel

Im Rahmen der Studie wurden 199 Interviews geführt

Anzahl geführter Befragungen nach Befragungsclustern



- Ziele und Methodik
- **Zusammenfassung: Key Learnings**
- Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“
 - Kunde
 - Markt
 - Zertifikate
 - Verständnis Berater - Kunde
 - Rechtliche Rahmenbedingungen
 - Trends im Wertpapiergeschäft

Anhang

I. Kunde

Aktuelle Allokation

- Der durchschnittliche Zertifikateanteil an den Portfolios beträgt derzeit 13%
- 63% der in Zertifikate angelegten Mittel sind in Garantiezertifikate investiert, 37% sind in Produkte mit Teilschutz gebunden
- Des Weiteren setzen sich die von den Studienteilnehmern betreuten Portfolios überwiegend aus Investmentfonds (39%) und Anleihen (24%) zusammen

Zukünftige Allokation

- Der Zertifikateanteil an den Portfolios wird im Hinblick auf die nächsten drei Jahre auf 15% ansteigen
- Es wird eine Senkung des Anleihenanteils (21%) erwartet, Investmentfonds werden dahingegen einen Anteil von 40% erreichen
- Bei den in Zertifikaten angelegten Mitteln werden Teilschutzzertifikate zunehmend an Relevanz gewinnen, hier rechnen die Studienteilnehmer mit einem Anstieg um 3 Prozentpunkte auf 40%

Mittelverteilung bei Garantiezertifikaten

- 66% der in Garantiezertifikaten angelegten Mittel sind aktuell in Zertifikate mit Kupon investiert, lediglich 34% sind in Partizipationszertifikate gebunden
- Zukünftig rechnen die Studienteilnehmer nicht mit einer Änderung der Mittelverteilung bei Garantiezertifikaten

II. Markt

Zukünftiges Absatzpotential

- Die Studienteilnehmer erwarten überwiegend einen Anstieg des Absatzpotentials von strukturierten Anleihen (58%) und Aktienanleihen (55%)
- Spekultativen Zertifikatetypen wird ein sehr niedriges Absatzpotential zugeschrieben, lediglich 10% der Befragten rechnen mit einem steigenden Absatz von Sprint- oder Outperformancezertifikaten

Zukünftige Themen/ Trends

- 69% der Befragten gehen von einer steigenden Bedeutung des Niedrigzinsumfeldes aus, des Weiteren wird den Themen Inflation (58%) und Nachhaltigkeit (53%) eine hohe Relevanz zugeschrieben
- Das Thema Digitalisierung (8%) wird zukünftig eher von untergeordneter Bedeutung sein

Zukünftiges Marktwachstum

- 47% der Befragten gehen künftig von einem Wachstum des Zertifikatemarktes zwischen 0% und 5% aus, immerhin 17% rechnen mit einem negativen Wachstum

Sekundärmarkt für Zertifikate

- Die Hälfte der Studienteilnehmer geht in den kommenden Jahren von einer gleichbleibenden Bedeutung des Sekundärmarktes aus, immerhin 44% erwarten einen Bedeutungsanstieg
- Der Schwerpunkt der Kundenberatung liegt sehr deutlich auf dem Zeichnungsgeschäft (80%)

Lösungsansätze im Zertifikatevertrieb

- Rund 60% der Befragten erwarten eine steigende Bedeutung von Konzepten für vermögende Betreuungskunden, Tailormade-Lösungen (30%) werden dahingegen zukünftig weniger relevant sein

III. Zertifikate

Erfolgsfaktoren von Zertifikaten

- Vor allem das Risiko-Rendite-Verhältnis (98%), die Produktqualität (94%) und die Transparenz (92%) spielen für den Erfolg von Zertifikaten eine große Rolle
- Eine innovative Produktstruktur (28%), ein Angebot von Trendthemen (29%) und regelmäßige Vertriebsimpulse im Sinne eines Musterportfolios (32%) sind für den Erfolg von Zertifikaten von eher untergeordneter Bedeutung

Faktoren, um das Wachstum des Zertifikatemarktes zu erhöhen

- 27% der Studienteilnehmer sehen eine gute Emittentenbonität als wichtigste Voraussetzung, um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen
- Eine Erhöhung der Anzahl der aufgelegten Zertifikate (2,5%) ist keine geeignete Maßnahme zur Steigerung des Investitionsvolumens

IV. Verständnis Berater - Kunde

Am häufigsten gestellte Fragen

- Die Kunden der Studienteilnehmer interessieren sich überwiegend für die Kosten (40%) und den Auszahlungsmechanismus (30%)
- Die Marge der Bank (1%) und die vergangene Wertentwicklung von vergleichbaren Produkten (2%) spielen für die Kunden nur eine eher untergeordnete Rolle

V. Rechtliche Rahmenbedingungen

Unabhängige und abhängige Beratung im Rahmen von MiFID II

- 38% der Studienteilnehmer tendieren im Falle der Umsetzung der Richtlinie zum Angebot einer abhängigen Beratung, 25% würden eine unabhängige Beratung anbieten

Beratungsvertrag mit laufender Beurteilung der Anlage

- 7% der Studienteilnehmer zeigen eine sehr hohe Bereitschaft, mit dem Kunden einen Beratungsvertrag mit laufender Beurteilung der Eignung der Anlage abzuschließen
- 26% der Befragten haben eine geringe bis sehr geringe Bereitschaft zum Abschluss eines solchen Vertrags aufweisen

VI. Trends im Wertpapiergeschäft

- 63% der Studienteilnehmer erwarten eine steigende Bedeutung des Wertpapiergeschäfts in ihrem Haus, keiner der Teilnehmer rechnet mit einer rückläufigen Bedeutung
- Des Weiteren sehen die Befragten mehrheitlich (47%) eine gleichbleibende Bedeutung von Fonds und Zertifikaten
- Derzeit macht die persönliche Beratung 81% des Wertpapiergeschäfts aus, zukünftig wird erwartet, dass dieser Anteil auf 72% sinkt
- Kunden nutzen das Internet in erster Linie zum Erwerb von Aktien (56%), des Weiteren besteht eine hohe Nachfrage nach Optionsscheinen (20%)
- 88% der Studienteilnehmer erwarten eine steigende Bedeutung von mobilen Angeboten, welchen lediglich eine reine Informationsfunktion zukommt, ein Viertel der Teilnehmer plant dabei die Erstellung eines eigenen mobilen Angebots
- Die Befragten sehen das Internet mehrheitlich (69%) als Möglichkeit für Selbstentscheider, Execution-Only-Geschäfte zu tätigen

Veränderungen im Vergleich zu 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 und 2014

Kunde	<p>Aktueller Zertifikateanteil</p> <ul style="list-style-type: none"> Der aktuelle Zertifikateanteil liegt derzeit 2 Prozentpunkte über dem Niveau der Vorjahre Zertifikate mit Teilschutz machen nur noch 37% vom Gesamtanteil der Zertifikate aus, dies entspricht einem Rückgang von 6 Prozentpunkten zu 2013 	Markt	<p>Zukünftige Themen/ Trends</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Bedeutung des Themas Erneuerbare Energien ist in den letzten Jahren deutlich gesunken. Während 2007 90% die Relevanz als steigend beurteilten, waren dies in 2012 59% und aktuell nur noch 27% Die Bedeutung des Themas Energieeffizienz ist kontinuierlich gesunken, während diesen in 2011 noch 71% der Studienteilnehmer eine steigende Relevanz beigemessen haben, sind dies aktuell nur noch 26% Ebenso gesunken ist die Relevanz des Themas Infrastruktur, diesem Thema messen aktuell 31% eine steigende Bedeutung zu, in 2012 waren dies noch 40%, in 2007 sogar 71% Inflation wird derzeit nur noch von 58% der Studienteilnehmer als relevant eingestuft, 2012 waren dies noch 67%, 2011 sogar 79% Dem Thema Volatilität wird von 38% der Studienteilnehmer eine steigende Bedeutung in den nächsten Jahren beigemessen, im Vorjahr waren dies noch 26%
	<p>Zukünftiger Zertifikateanteil</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studienteilnehmer rechnen mit einer Steigerung des Zertifikateanteils um 2 Prozentpunkte, diese Prognose ist deutlich optimistischer als noch in den Vorjahren 		<p>Einschätzung des Marktwachstums</p> <ul style="list-style-type: none"> Derzeit erwarten 17% der Studienteilnehmer, dass die jährlichen Wachstumsraten des Zertifikatemarktes innerhalb der nächsten fünf Jahre negativ sein werden, dies ist der höchste Wert seit 2009 2013 waren 37% der Befragten der Meinung, dass sich das Marktwachstum in den kommenden fünf Jahren zwischen 5% und 15% bewegen wird, aktuell sind dies nur noch 35%
Markt	<p>Absatzpotential unterschiedlicher Zertifikatetypen</p> <ul style="list-style-type: none"> Das Absatzpotential von Garantiezertifikaten ist im Vergleich zu den Vorjahren deutlich gesunken, wurden diese in 2011 von 55% als steigend angesehen, sind dies aktuell nur noch 20% Expresszertifikaten wird ein etwas negativeres Absatzpotential zugemessen, 2012 lag dies bei 24%, nach einem Anstieg in 2013 auf 35% sind dies nun wieder 32% Während das Absatzpotential von Aktienanleihen in 2012 noch von 64% der Studienteilnehmer als positiv bewertet wurde, sind dies aktuell nur noch 55% 		

Veränderungen im Vergleich zu 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 und 2014

Zertifikate	<p>Erfolgsfaktoren von Zertifikaten</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Bedeutung der Emittentenbonität stieg im Zuge der Krise, verliert nun aber wieder leicht an Bedeutung, derzeit erachten 91% diesen Faktor als relevant Die Relevanz der Handelbarkeit ist in den letzten Jahren kontinuierlich gesunken, während diesen in 2007 noch 76% der Befragten eine hohe Bedeutung beigemessen haben, sind dies aktuell nur noch 61% Das Risiko-Rendite-Verhältnisses ist weiterhin mit der wichtigste Faktor für den Erfolg von Zertifikaten, seit der ersten Erhebung wird dieses konstant von mehr als 90% für wichtig erachtet, in diesem Jahr sind dies sogar 98% 	Verständnis Berater - Kunde	<p>Häufigste von den Kunden gestellte Fragen</p> <ul style="list-style-type: none"> In 2013 gaben 42% der Studienteilnehmer an, dass ihre Kunden nach den Vorteilen von Zertifikaten gegenüber anderen Produkten fragen, in diesem Jahr sind dies nur noch 17% Des Weiteren ist das Kundeninteresse am Risikoniveau deutlich zurückgegangen, während 2007 78% der Kunden danach gefragt haben, sind es in diesem Jahr nur noch 25% Nur 1 % der Kunden interessiert sich aktuell für die Marge der Bank, im Vorjahr waren dies immerhin 5%
	<p>Faktoren, die das Investitionsvolumen in Zertifikate erhöhen</p> <ul style="list-style-type: none"> Wie schon seit Beginn der Erhebung in 2007 ist eine gute Emittentenbonität das entscheidende Kriterium, um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen (27%) Das Auflegen von Produkten zu besonderen Themen wird zunehmend als ungeeignete Maßnahme gesehen, um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen (2008 38%, 2013 10% und 2014 7%) 		Rechtliche Rahmenbedingungen

- Ziele und Methodik
- Zusammenfassung: Key Learnings
- Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“

- **Kunde**

- Markt
- Zertifikate
- Verständnis Berater - Kunde
- Rechtliche Rahmenbedingungen
- Trends im Wertpapiergeschäft

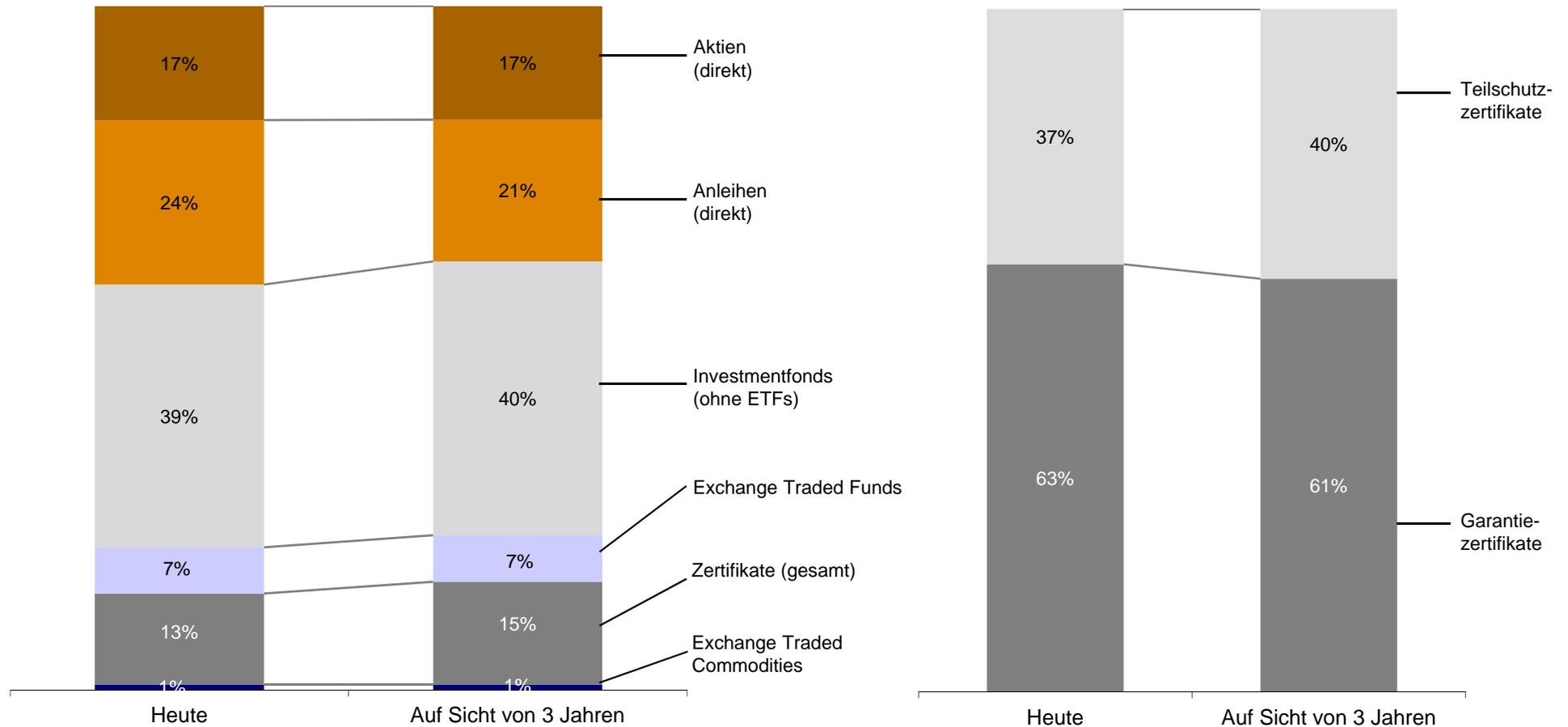
Anhang

Die Studienteilnehmer erwarten einen Anstieg des Zertifikateanteils auf 15%

Anteil unterschiedlicher Kapitalmarktprodukte an den betreuten Portfolios

2014

Davon Zertifikate mit:

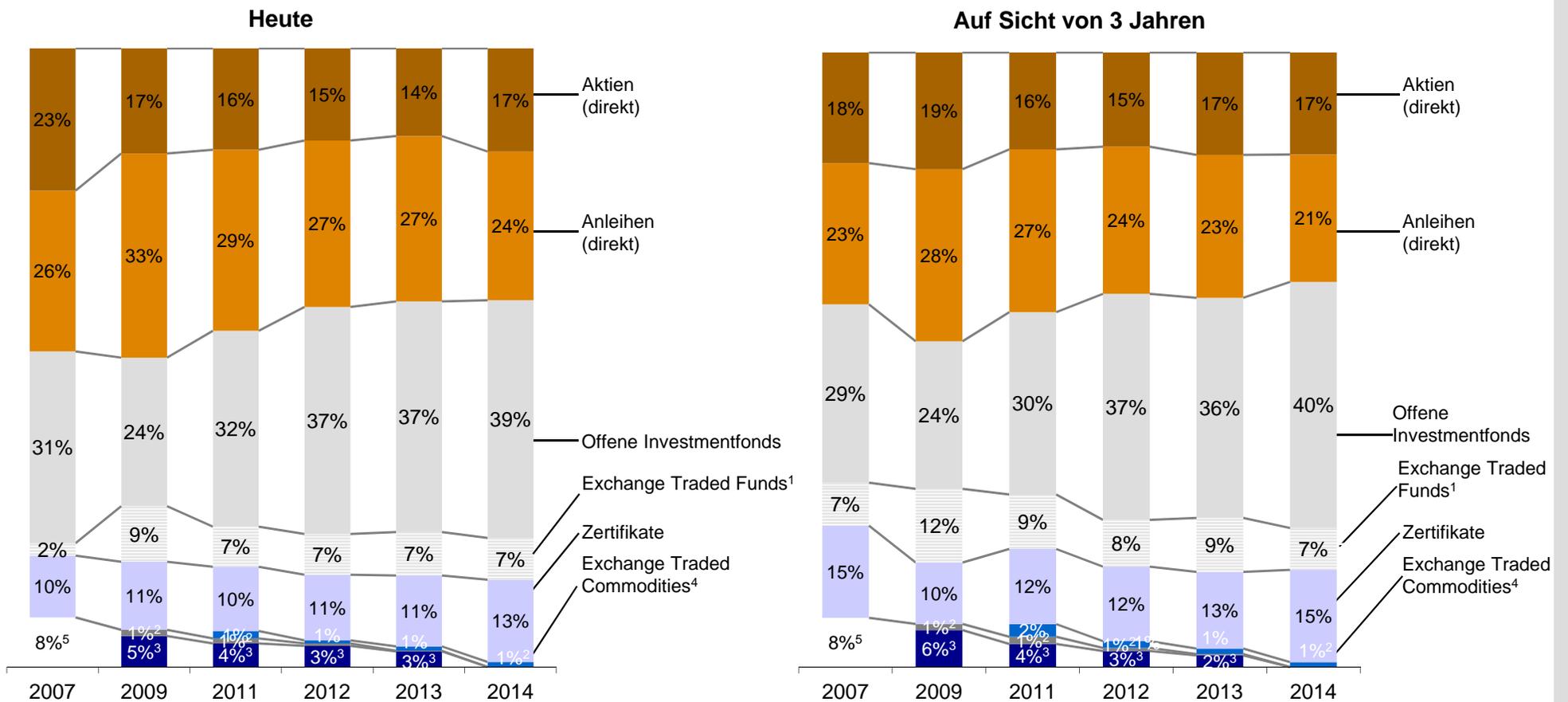


Werte auf 100 Prozent normiert; Frage: Wie viel Prozent machen nachfolgend aufgeführte Kapitalanlageprodukte durchschnittlich in etwa an den von Ihnen betreuten Portfolios aus?

Die Bedeutung von Zertifikaten ist im Vergleich zu den Vorjahren angestiegen, der durchschnittliche Zertifikateanteil an den Portfolios beträgt derzeit 13%

Anteil unterschiedlicher Kapitalmarktprodukte an den betreuten Portfolios

Vergleich 2007, 2009, 2011, 2012, 2013 und 2014

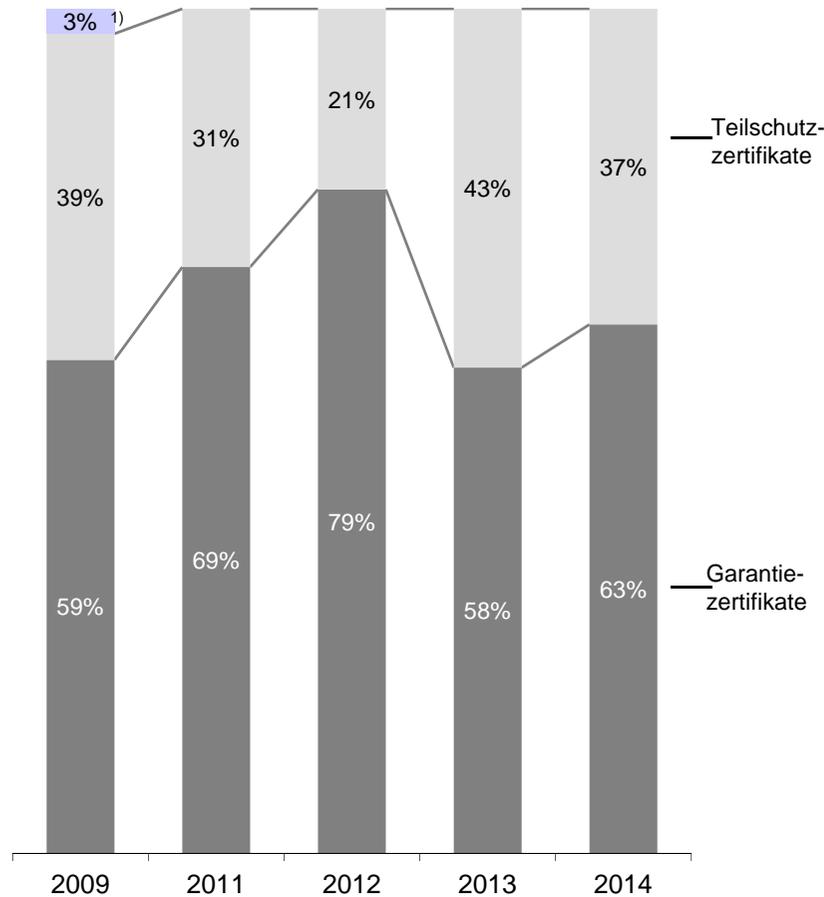


Werte auf 100 Prozent normiert; Durchführungszeiträume der Studien waren März und April 2007, 2009, 2011, 2012, 2013 und 2014 1) 2007, 2011 und 2012 wurden ausschließlich ETFs (passiv) abgefragt, in den Jahren 2009 und 2010 passive Fonds allg. (leichter Rückgang vermutlich durch Umstellung der Frage) Im Unterschied zur Studie in 2013 wurden Geschlossene Fonds und Hedgefonds nicht abgefragt, was per se Verschiebungen in den Anteilen der Anlagen verursacht. Frage: Wie viel Prozent machen nachfolgend aufgeführte Kapitalanlageprodukte durchschnittlich in etwa an den von Ihnen betreuten Portfolios aus?

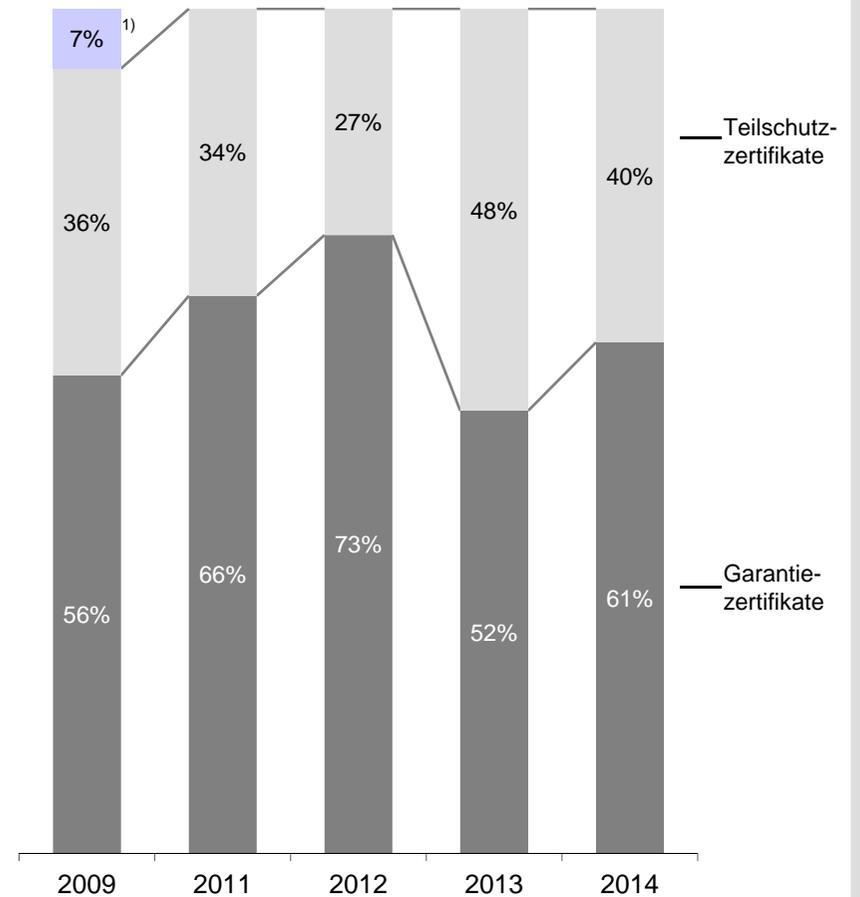
Der Anteil von Garantiezertifikaten ist auf 63% gestiegen, auf Sicht von drei Jahren wird hier jedoch eine rückläufige Entwicklung erwartet

Anteil der Garantie- und Teilschutzzertifikate am Gesamtanteil der Zertifikate am Portfolio

Heute
(Befragung 2009, 2011, 2012, 2013 und 2014)



Auf Sicht von 3 Jahren
(Befragung 2009, 2011, 2012, 2013 und 2014)



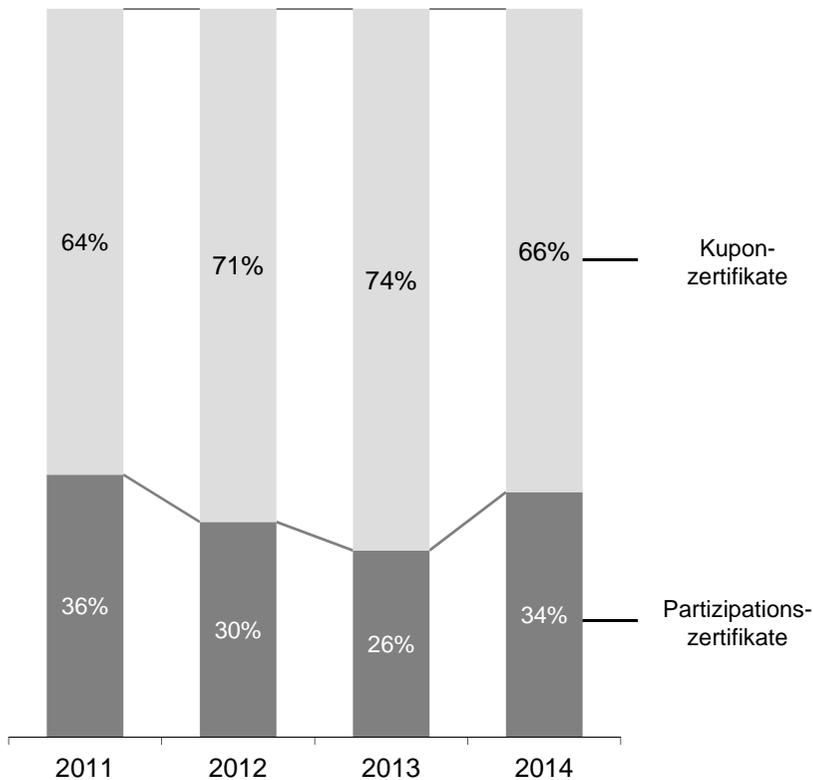
1) Nachhaltige Themen bis 2010 abgefragt; Frage: Wie viel Prozent machen die nachfolgend aufgeführten Zertifikatentypen an den gesamten in Zertifikate investierten Mitteln aus?

Auf Sicht von drei Jahren erwarten die Studienteilnehmer keine Änderung bei den angelegten Mitteln im Bereich der Garantiezertifikate

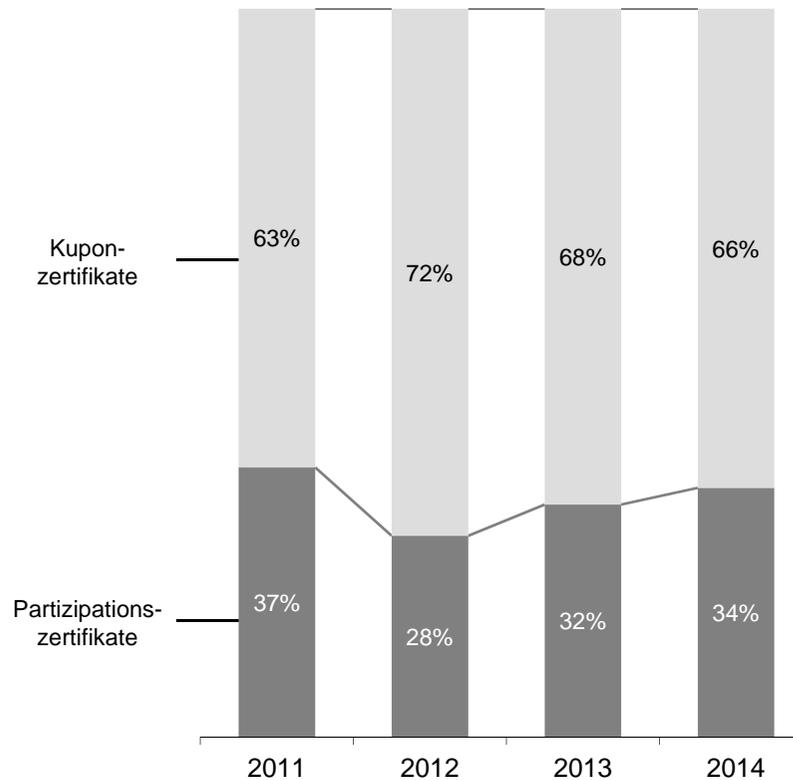
Verteilung der angelegten Mittel im Bereich der Garantiezertifikate

Vergleich 2011, 2012, 2013 und 2014

Heute



Auf Sicht von drei Jahren



Ableitungen

- Nachdem der Anteil der Partizipationszertifikate in den letzten Jahren kontinuierlich gesunken ist, kam es erstmals wieder zu einem Anstieg
- Zukünftig erwarten die Studienteilnehmer eine konstante Verteilung bei den angelegten Mitteln im Bereich Garantiezertifikate

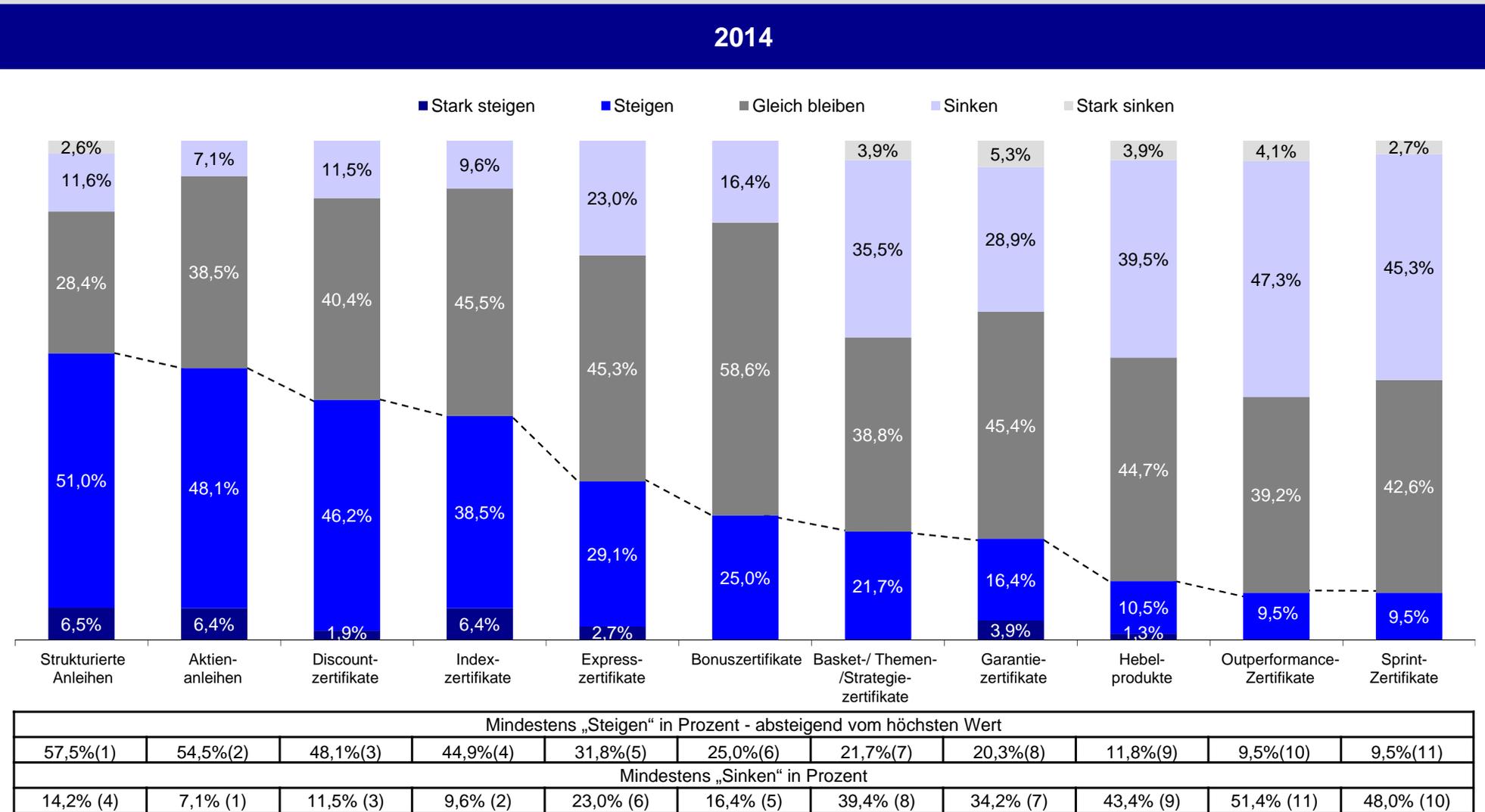
Frage: Wie sind die angelegten Mittel im Bereich der Garantiezertifikate verteilt?

- Ziele und Methodik
- Zusammenfassung: Key Learnings
- Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“
 - Kunde
 - **Markt**
 - Zertifikate
 - Verständnis Berater - Kunde
 - Rechtliche Rahmenbedingungen
 - Trends im Wertpapiergeschäft

Anhang

Strukturierten Anleihen wird eine steigende Bedeutung zugemessen, wohingegen nur 10% der Studienteilnehmer von einem steigenden Absatz von Sprint-Zertifikaten ausgehen

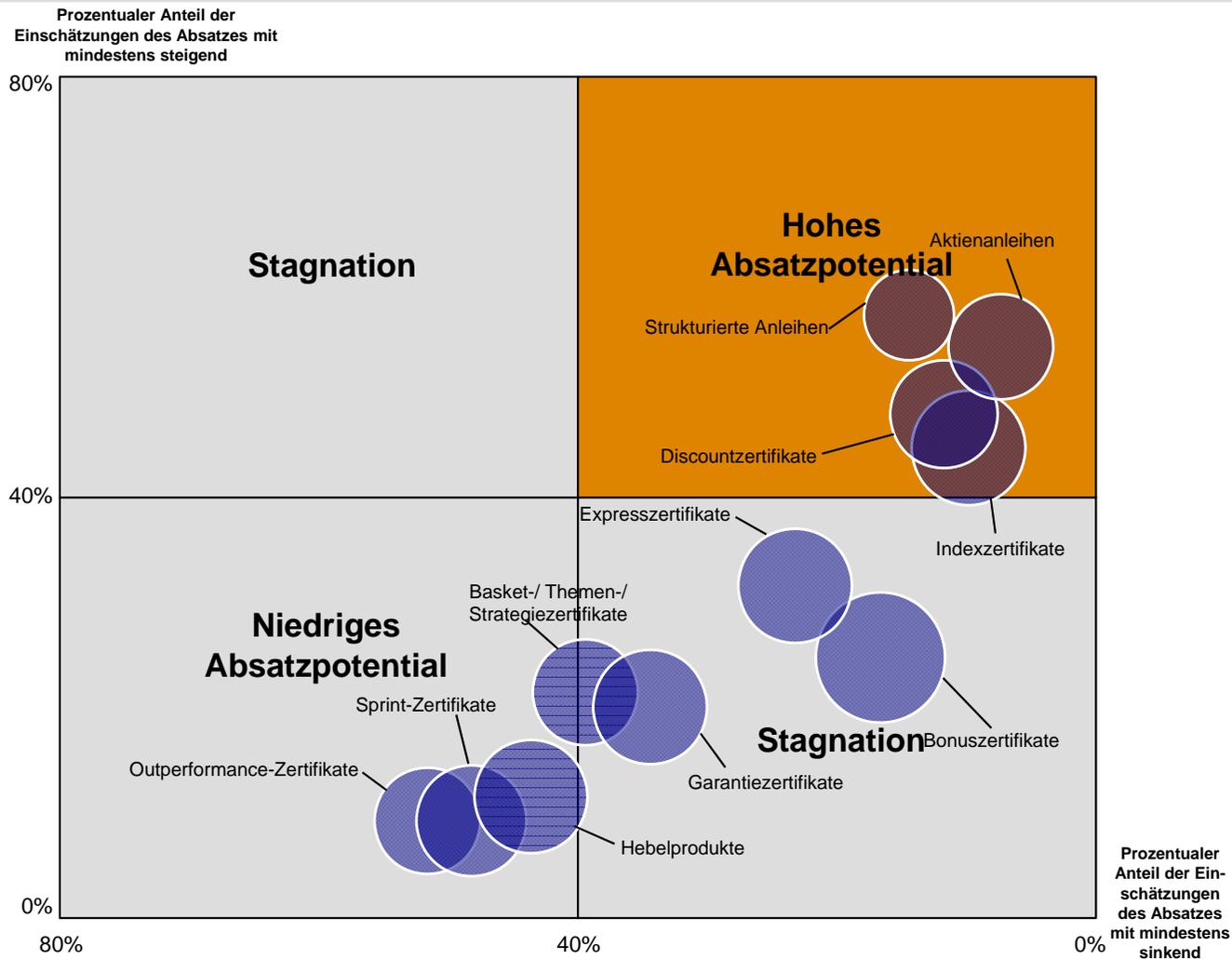
Entwicklung des Absatzes unterschiedlicher Zertifikate innerhalb der nächsten drei Jahre



Frage: Wie wird sich der Absatz der folgenden Zertifikate Ihrer Meinung nach innerhalb der nächsten 3 Jahre entwickeln?

Sowohl das Absatzpotential von Aktienanleihen als auch von Strukturierten Anleihen und Discount- und Indexzertifikaten wird von den Studienteilnehmern sehr positiv bewertet

Entwicklung des Absatzes unterschiedlicher Zertifikate innerhalb der nächsten drei Jahre



Ableitungen

- Die Befragten sehen mehrheitlich eine Stagnation des Absatzes bei Express-, Bonus- und Garantiezertifikaten
- Outperformance-/Sprint-/Basket-/Themen-/Strategiezertifikaten und Hebelprodukten wird ein sehr niedriges Absatzpotential zugeschrieben

Durchmesser repräsentiert den inversen prozentualen Anteil der Nennungen „neutral“, steigende Größe bei sinkender Anzahl

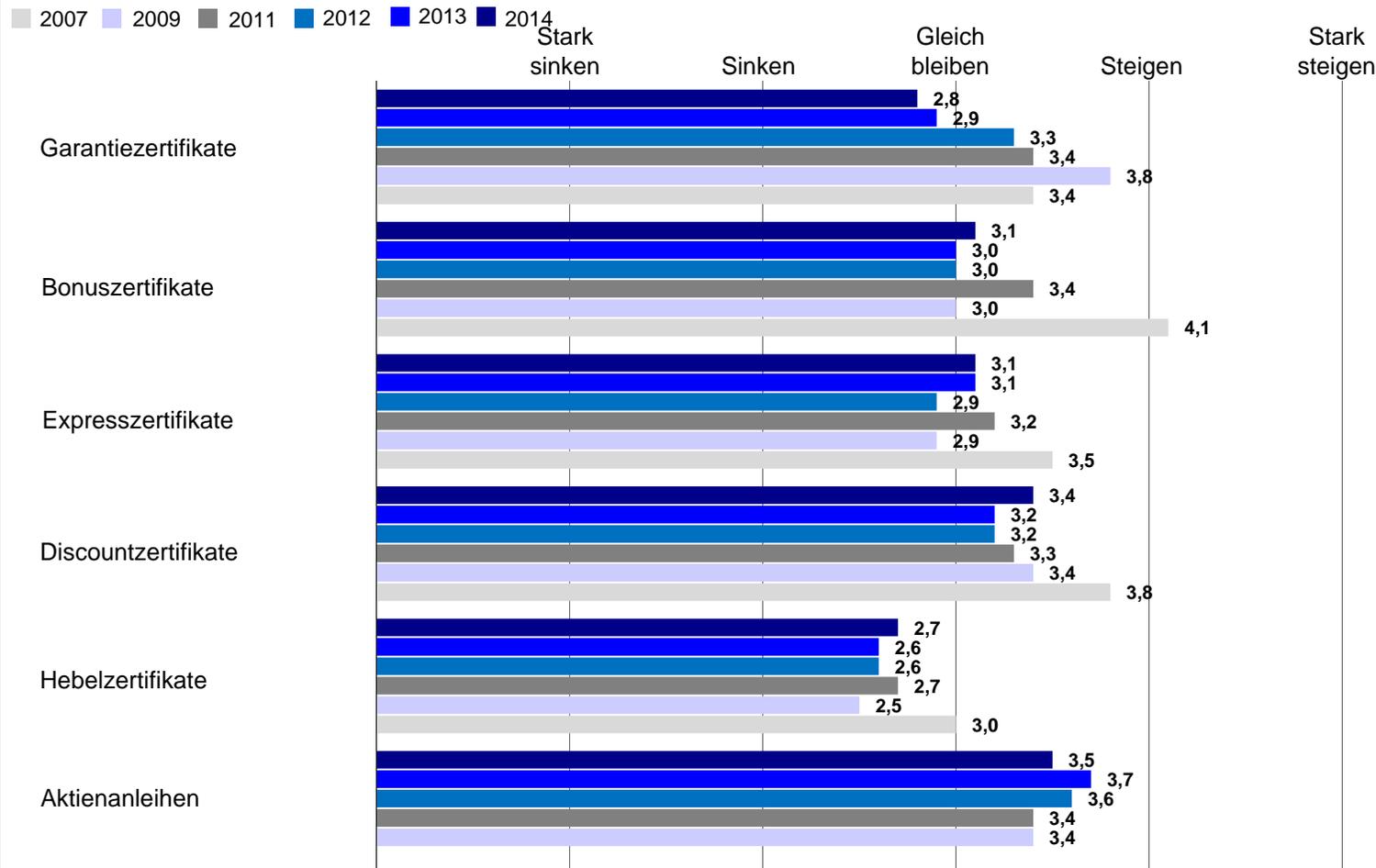


Frage: Wie wird sich der Absatz der folgenden Zertifikate Ihrer Meinung nach innerhalb der nächsten 3 Jahre entwickeln?

Die Studienteilnehmer bewerten das Absatzpotential von Discountzertifikaten positiver als in den letzten Jahren

Entwicklung des Absatzes unterschiedlicher Zertifikate innerhalb der nächsten drei Jahre

Vergleich 2007, 2009, 2011, 2012, 2013 und 2014 (1/2)



Ableitungen

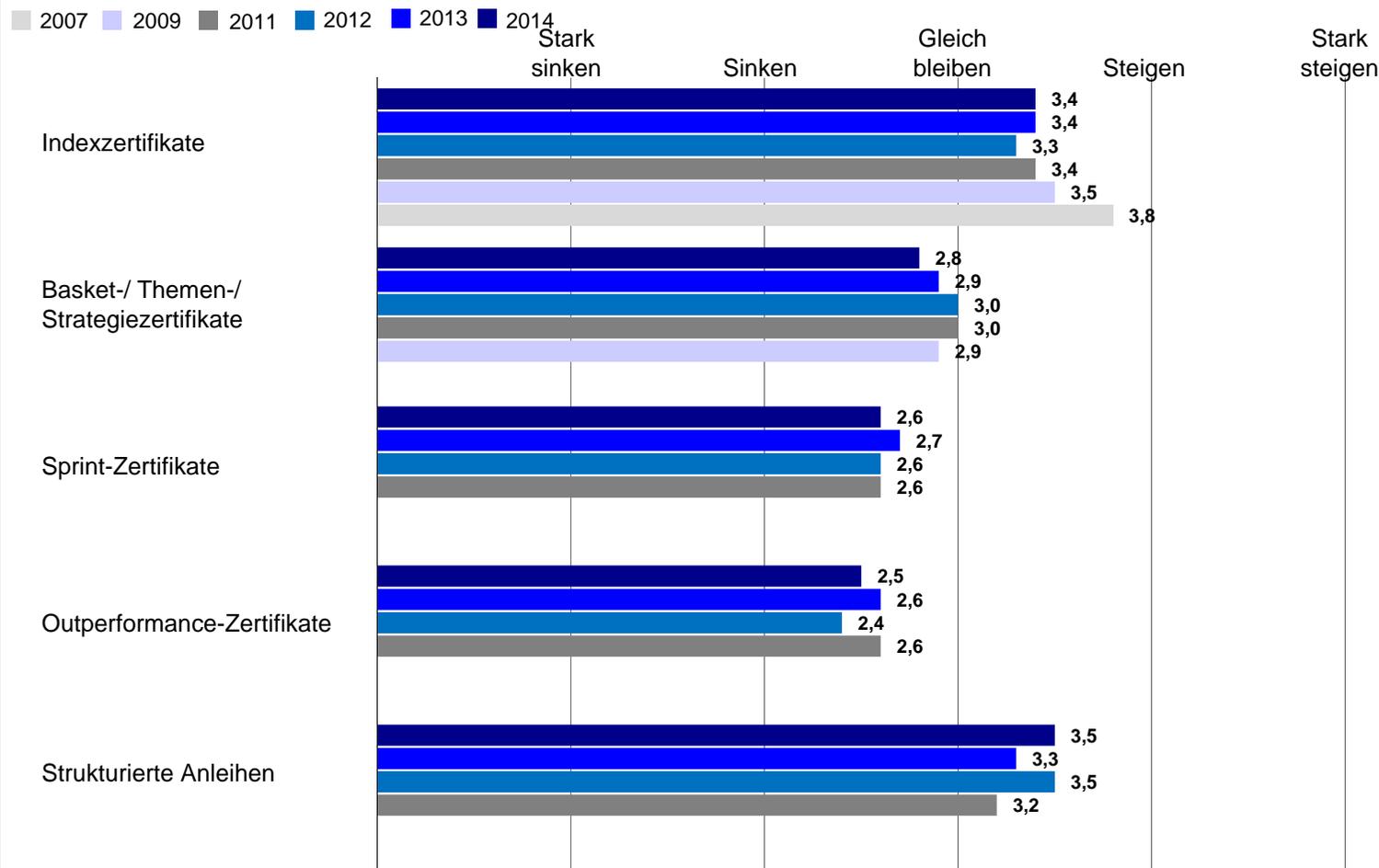
- Die Einschätzung des Absatzpotentials von Bonuszertifikaten hat sich wieder etwas verbessert
- Bei Hebelzertifikaten sehen die Studienteilnehmer nach wie vor überwiegend eine Stagnation im Absatzpotential
- Aktienanleihen genießen noch immer eine hohe Attraktivität, auch wenn sich die Prognose im Vergleich zur vorherigen Erhebung etwas verschlechtert hat

Aktienanleihen wurden erstmals in 2008 abgefragt; Frage: Wie wird sich der Absatz der folgenden Zertifikate Ihrer Meinung nach innerhalb der nächsten 3 Jahre entwickeln?

Des Weiteren spielen Indexzertifikate und Strukturierte Anleihen im Hinblick auf die nächsten drei Jahre eine zunehmend wichtige Rolle

Entwicklung des Absatzes unterschiedlicher Zertifikate innerhalb der nächsten drei Jahre

Vergleich 2007, 2009, 2011, 2012, 2013 und 2014 (2/2)



Ableitungen

- Die Erwartungen des Absatzes spekulativer Zertifikatentypen sind nach wie vor auf einem niedrigen Niveau, die Prognosen von Sprint- und Outperformance-Zertifikaten haben sich im Vergleich zum Vorjahr sogar noch weiter verschlechtert
- Indexzertifikaten und Strukturierten Anleihen wird ein steigendes Absatzpotential zugeschrieben

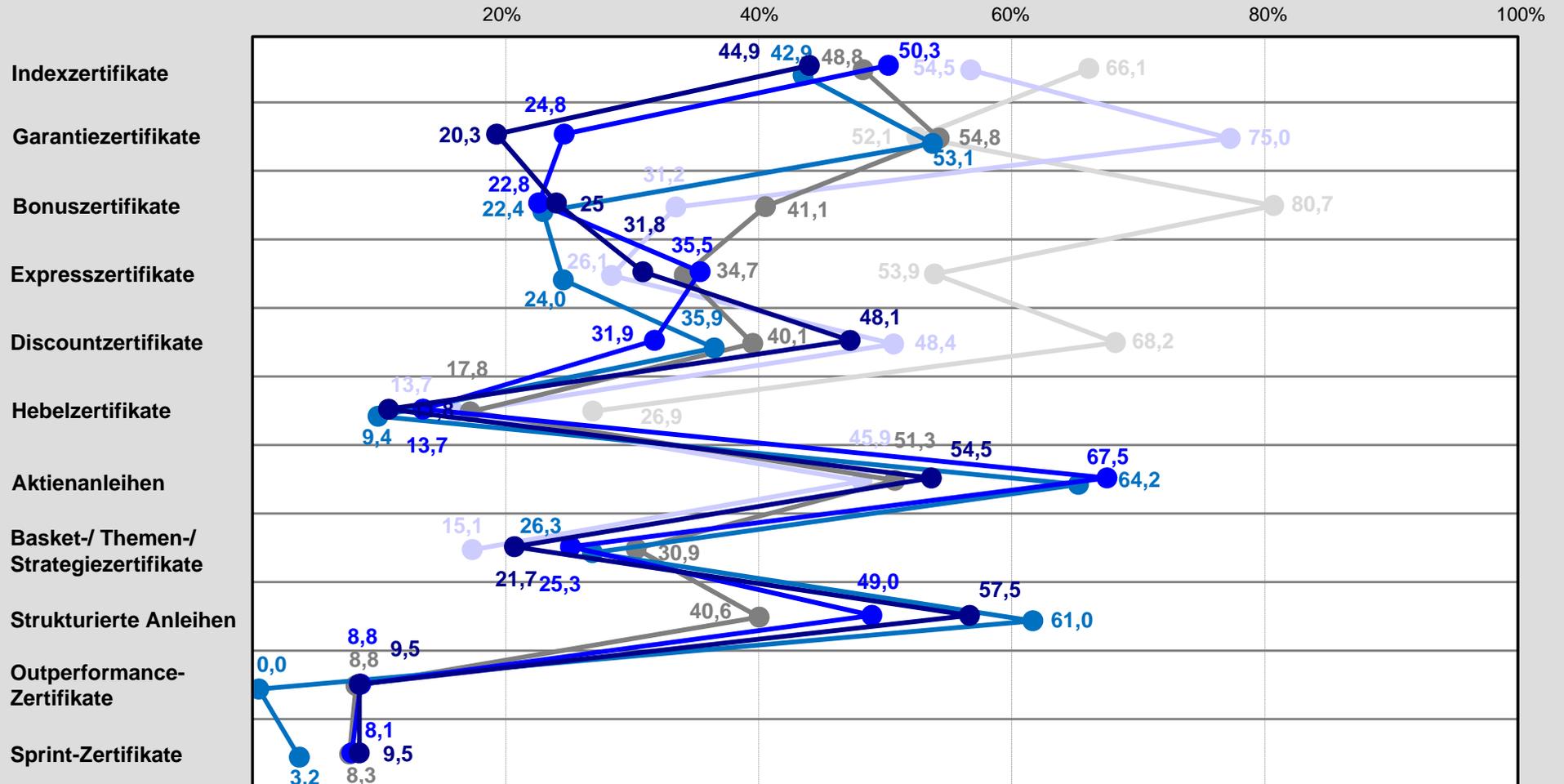
Basket-/Themen- und Strategiezertifikate wurden erstmals in 2009 abgefragt, Sprint-Zertifikate, Outperformance-Zertifikate und Strukturierte Anleihen erstmals 2011; Frage: Wie wird sich der Absatz der folgenden Zertifikate Ihrer Meinung nach innerhalb der nächsten 3 Jahre entwickeln?

Garantiezertifikaten und Aktienanleihen wird ein deutlich negativeres Absatzpotential beigemessen als noch in den Vorjahren

Entwicklung des Absatzes unterschiedlicher Zertifikate innerhalb der nächsten drei Jahren

(Alle Angaben in Prozent)

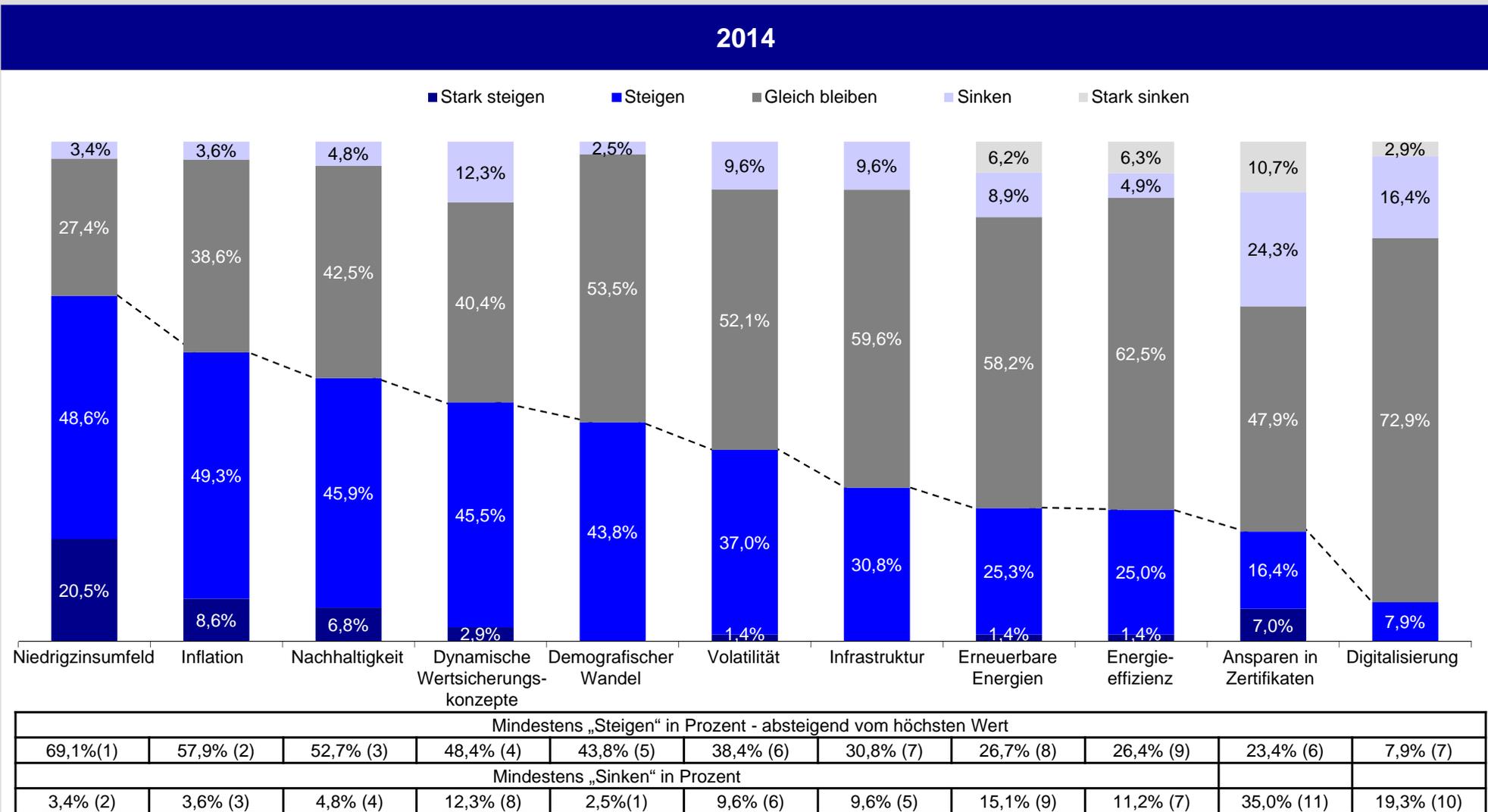
● 2007 ● 2009 ● 2011 ● 2012 ● 2013 ● 2014
 Prozentualer Anteil der Antworten „Stark steigen“ und „Steigen“



Sprint-Zertifikate, Outperformance-Zertifikate und Strukturierte Anleihen wurden erstmals 2011 abgefragt; Frage: Wie wird sich der Absatz der folgenden Zertifikate Ihrer Meinung nach innerhalb der nächsten 3 Jahre entwickeln?

Derzeit spielt das aktuell herrschende Niedrigzinsumfeld bei Zertifikaten eine sehr große Rolle, 70% der Befragten gehen hier von einer steigenden Bedeutung aus

Zukünftige Themen/ Trends bei Zertifikaten (bezogen auf Themen-/ Investmentstil)



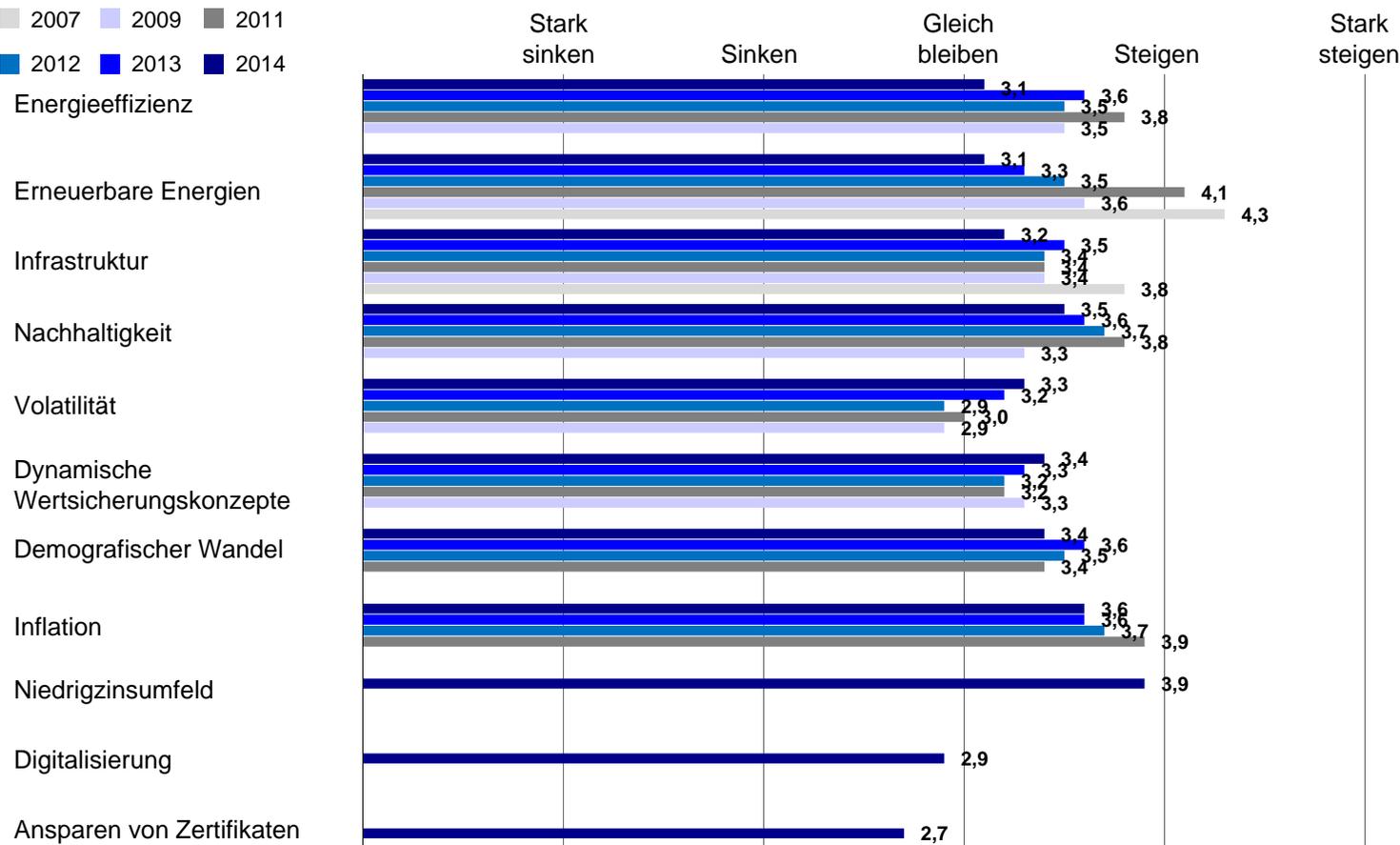
Frage: Welche zukünftigen Themen/ Trends sehen Sie bei Zertifikaten bezogen auf Investmentstrategien? Sonstige: Rohstoffe

Dem Thema Niedrigzinsumfeld wird eine sehr hohe Attraktivität beigemessen, Erneuerbare Energien haben dahingegen kontinuierlich an Relevanz verloren

Zukünftige Themen/ Trends bei Zertifikaten (bezogen auf Themen-/ Investmentstil)

Vergleich 2007, 2009, 2011, 2012, 2013 und 2014

■ 2007 ■ 2009 ■ 2011
■ 2012 ■ 2013 ■ 2014



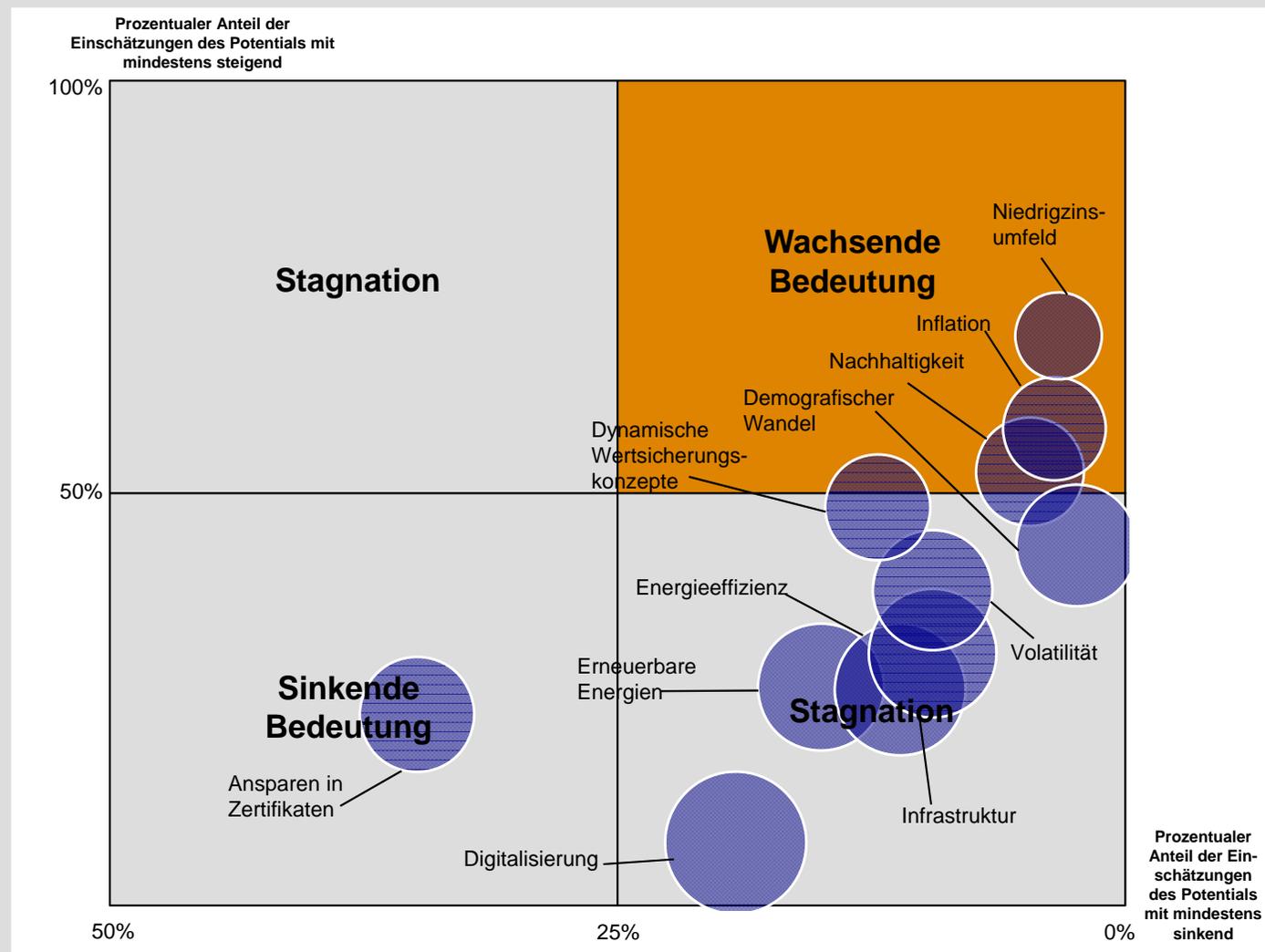
Ableitungen

- Der demographische Wandel spielt eine große Rolle bei den Studienteilnehmern, wenngleich auch dieses Thema über die Jahre an Bedeutung verloren hat
- Bei den Themen Digitalisierung und Ansparen in Zertifikaten wird, im Hinblick auf die nächsten Jahre, keine Veränderung in deren Bedeutung erwartet

Demografischer Wandel und Inflation 2011 erstmals abgefragt, Alternative Investments/ Hedgefonds erstmals in 2010, Energieeffizienz und Dynamische Wertsicherungskonzepte erstmals in 2009, Nachhaltigkeit und Volatilität erstmals in 2008; Frage: Welche zukünftigen Themen/ Trends sehen Sie bei Zertifikaten bezogen auf Investmentstrategien?

Bei den Themen Niedrigzinsumfeld und Inflation sehen die Studienteilnehmer die größten Potentiale

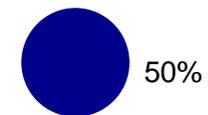
Zukünftige Themen/ Trends bei Zertifikaten



Ableitungen

- Weiterhin spielen die Themen Nachhaltigkeit, Inflation und Dynamische Wertsicherungskonzepte eine große Rolle
- Das Thema Ansparen in Zertifikaten wird zukünftig eher von untergeordneter Bedeutung sein, ferner wird die Digitalisierung zunehmend an Relevanz verlieren

Durchmesser repräsentiert den inversen prozentualen Anteil der Nennungen „neutral“, steigende Größe bei sinkender Anzahl



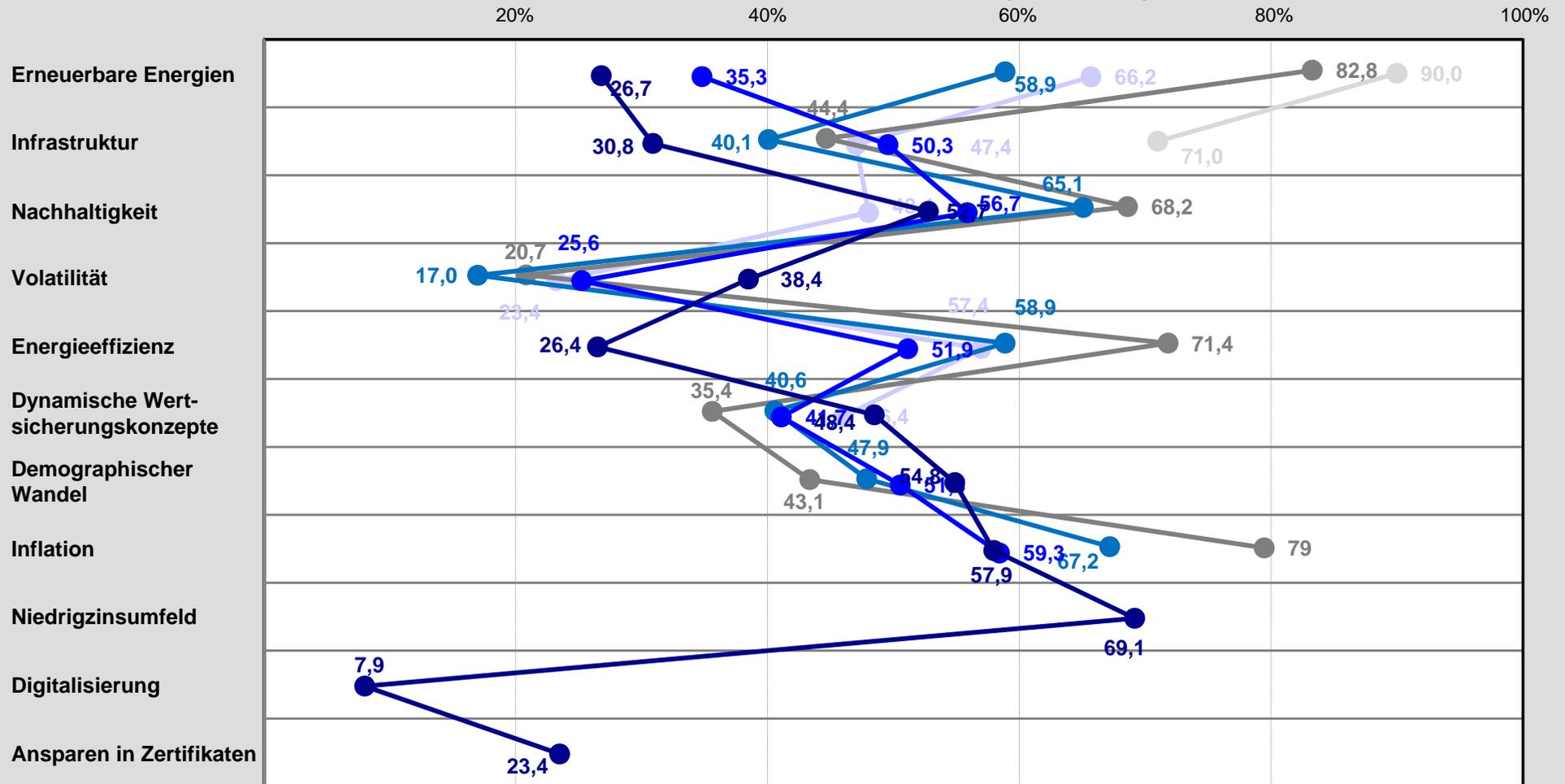
Frage: Welche zukünftigen Themen/ Trends sehen Sie bei Zertifikaten?

Das Thema Infrastruktur verliert zunehmend an Relevanz, nur noch jeder Dritte geht von einer steigenden Bedeutung aus

Zukünftige Themen/ Trends bei Zertifikaten

(Alle Angaben in Prozent)

● 2007
 ● 2009
 ● 2011
 ● 2012
 ● 2013
 ● 2014
 Prozentualer Anteil der Antworten „Stark steigen“ und „Steigen“



Inflation, Alternative Investments, Zinsen, BRIC-Staaten, Bonitäten und Aktien wurden erstmals 2011 abgefragt, Niedrigzinsumfeld, Digitalisierung und Ansparen in Zertifikaten wurde erstmals 2014 abgefragt; Frage: Welche zukünftigen Themen/ Trends sehen Sie bei Zertifikaten?

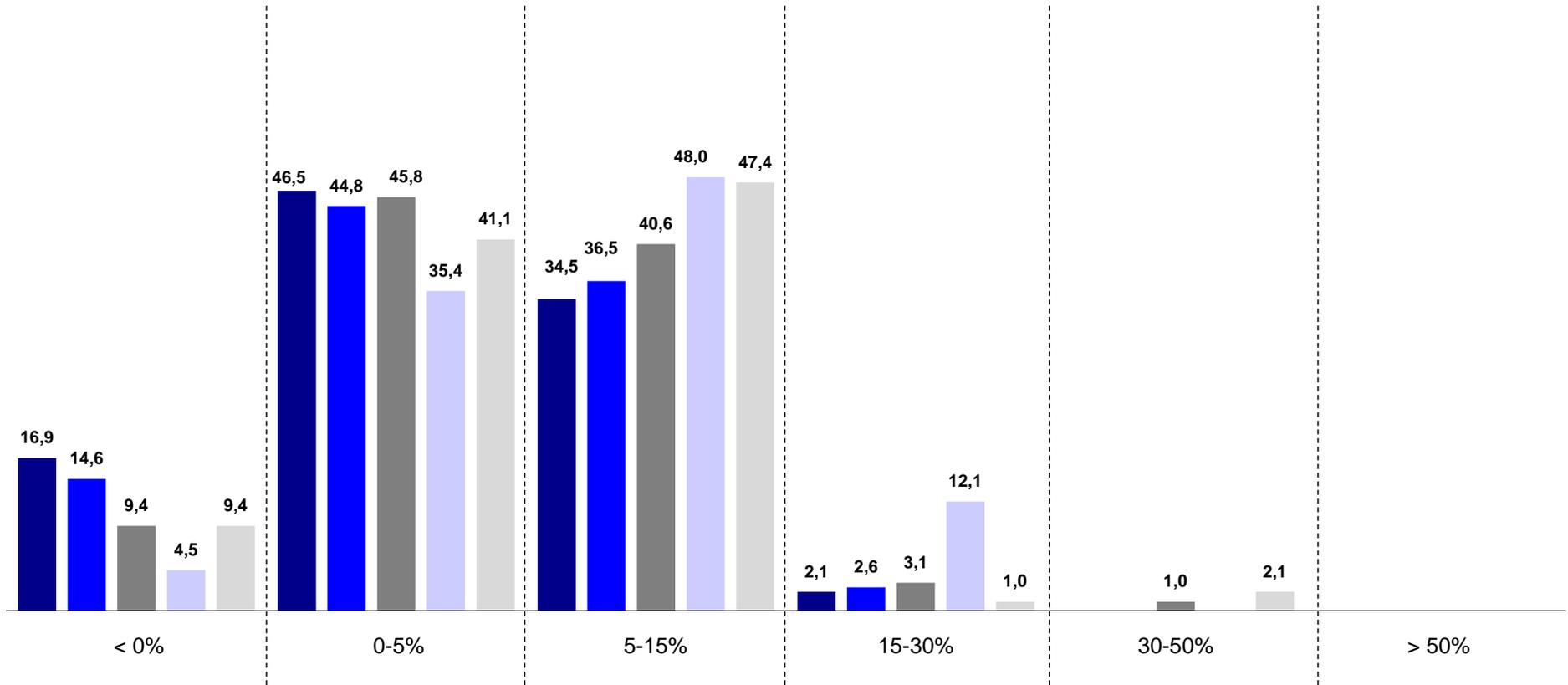
Die Erwartungen an die jährliche Wachstumsrate des Zertifikatemarkts sind im Vergleich zum letzten Jahr nahezu unverändert

Einschätzung der jährlichen Wachstumsrate des Zertifikatemarktes in Deutschland innerhalb der nächsten fünf Jahre

Vergleich 2009, 2011, 2012, 2013 und 2014

(Alle Angaben in Prozent)

■ 2009 ■ 2011 ■ 2012 ■ 2013 ■ 2014



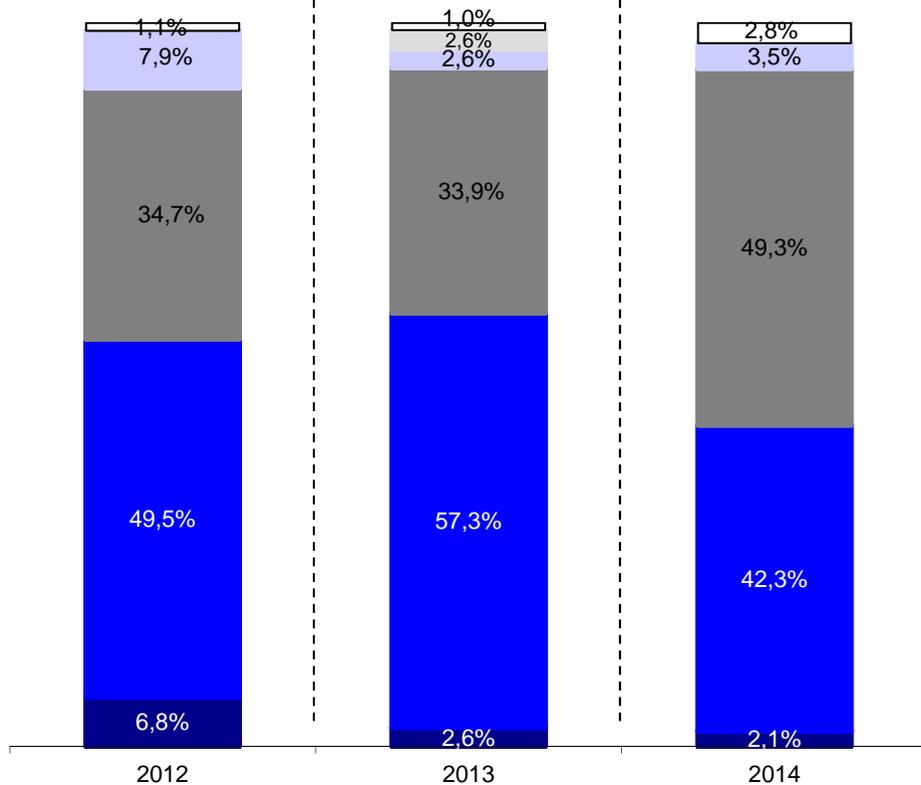
Frage: Wie hoch schätzen Sie die jährliche Wachstumsrate des Zertifikatemarktes in Deutschland innerhalb der nächsten 5 Jahre ein?

Zukünftig gehen die Studienteilnehmer mehrheitlich von einer gleich bleibenden Bedeutung des Sekundärmarktes, verglichen zum Primärmarkt, aus

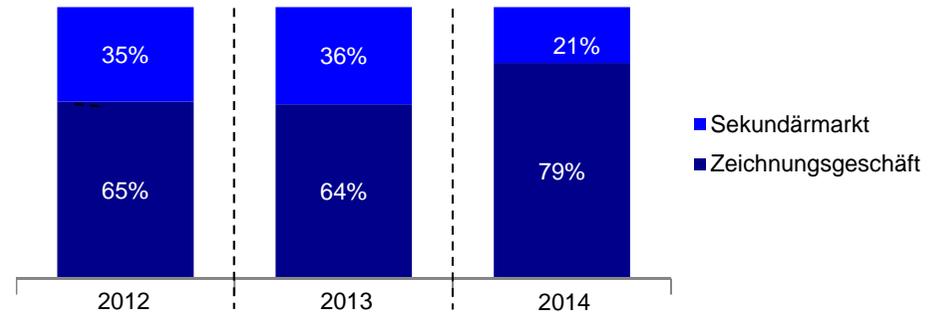
Entwicklung der Bedeutung des Sekundärmarktes für Zertifikate im Vergleich zum Zeichnungsgeschäft

In den nächsten Jahren¹

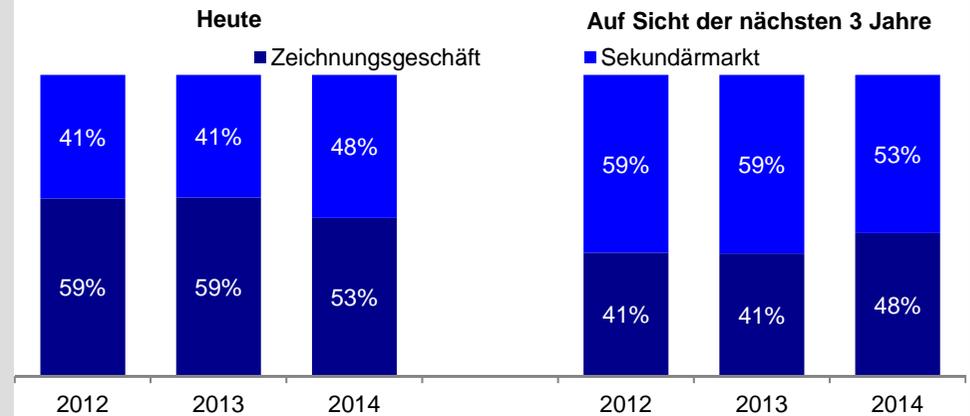
■ Stark steigen
 ■ Steigen
 ■ Gleich bleiben
 ■ Sinken
 ■ Stark sinken
 □ Weiß nicht



Schwerpunkt bei der Kundenberatung zu Zertifikaten²



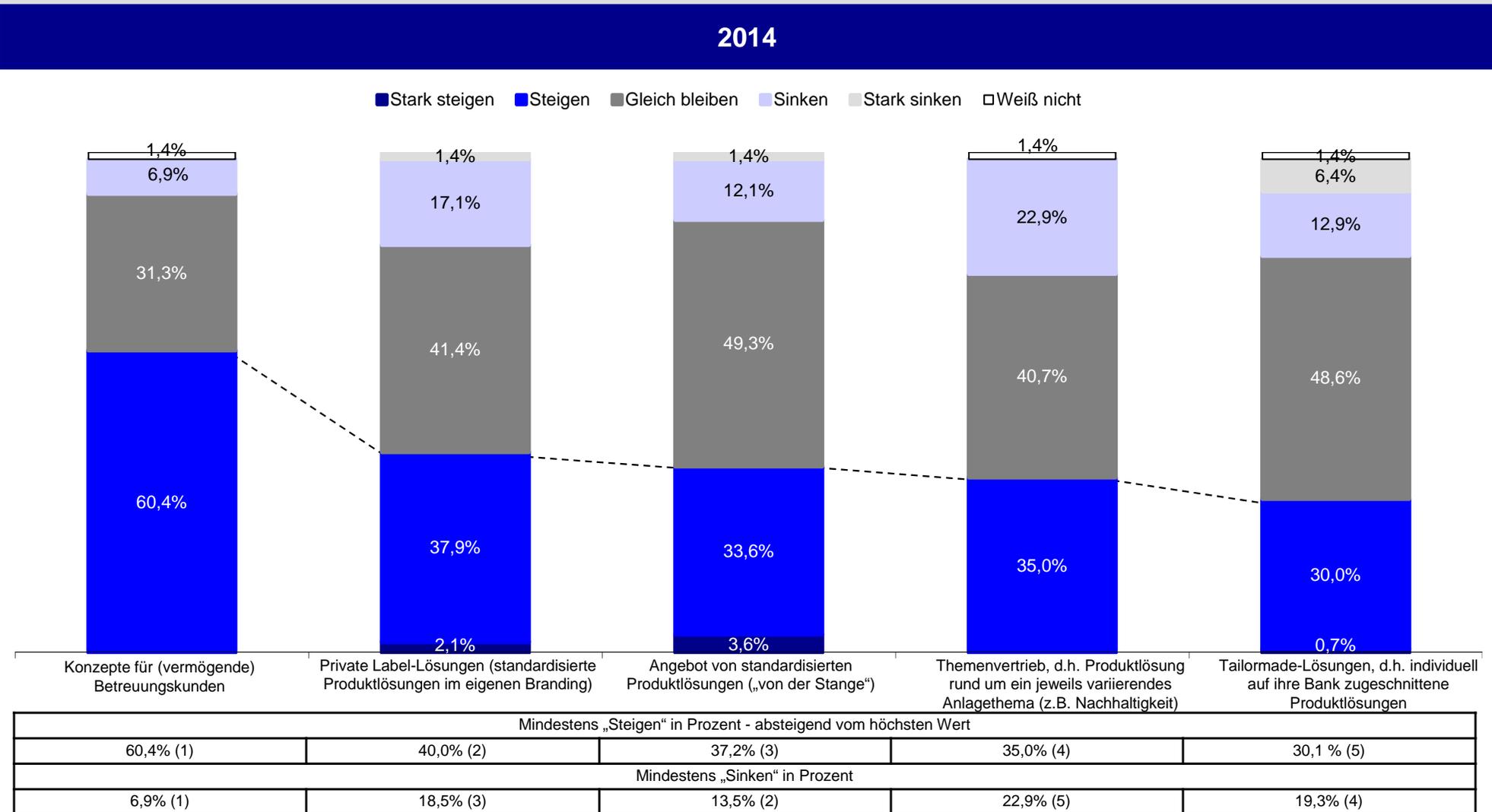
Anteile der Geschäfte über den Primär- und Sekundärmarkt bei den betreuten Zertifikateportfolien³



1) Frage: Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Bedeutung des Sekundärmarktes für Zertifikate, im Vergleich zum Zeichnungsgeschäft (Primärmarkt), in den nächsten Jahren entwickeln? 2) Frage: Wo legen Sie bei Ihren Kundenberatungen zu Zertifikaten den Schwerpunkt? 3) Frage: Wie viel Prozent des Zertifikateerwerbs der von Ihnen betreuten Portfolios entfallen aktuell auf den Sekundärmarkt? Wie wird sich diese Verteilung auf Sicht von 3 Jahren entwickeln?

Konzepte für vermögende Betreuungskunden werden in den nächsten drei Jahren deutlich an Bedeutung gewinnen

Entwicklung folgender Lösungsansätze im Zertifikatevertrieb in den nächsten 3 Jahren



Frage: Wie werden sich Ihrer Meinung nach folgende Lösungsansätze im Zertifikatevertrieb in den nächsten drei Jahren entwickeln?

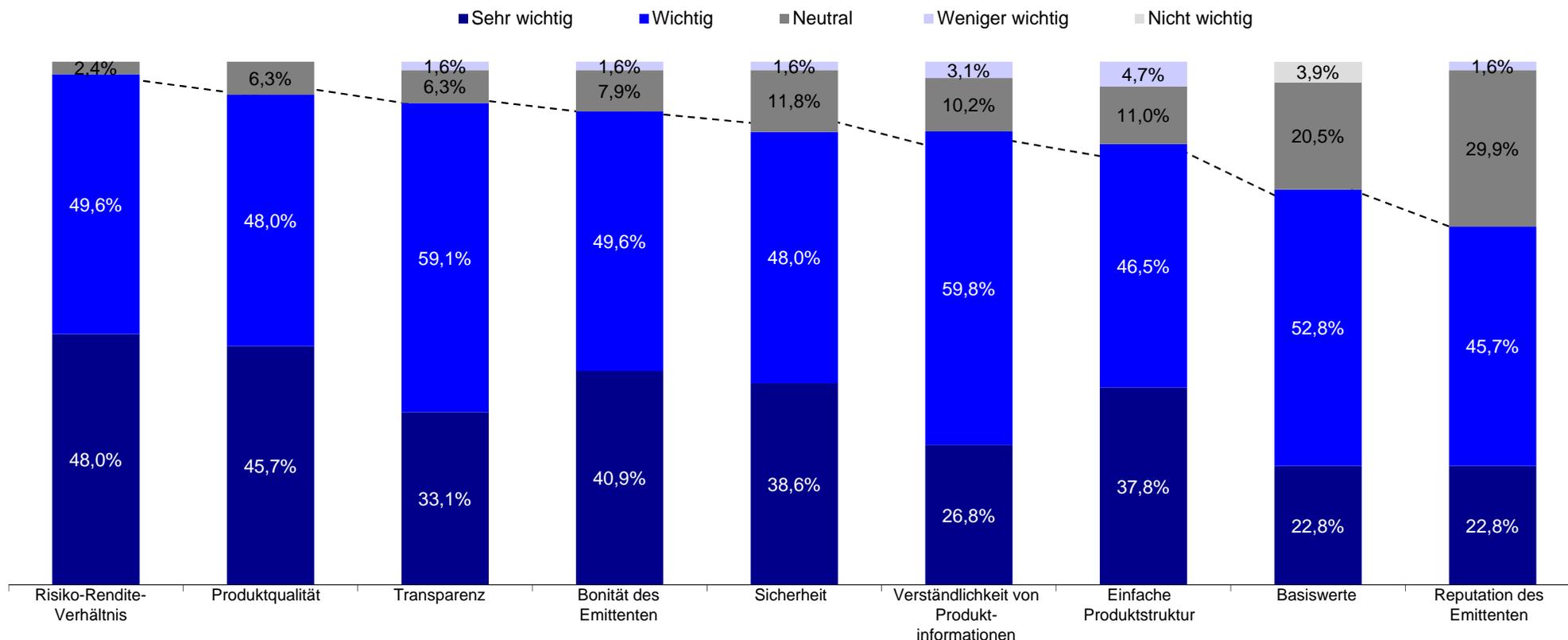
- Ziele und Methodik
- Zusammenfassung: Key Learnings
- Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“
 - Kunde
 - Markt
 - **Zertifikate**
 - Verständnis Berater - Kunde
 - Rechtliche Rahmenbedingungen
 - Trends im Wertpapiergeschäft

Anhang

Vor allem das Risiko-Rendite-Verhältnis und die Produktqualität spielen für den Erfolg von Zertifikaten eine zentrale Rolle

Bedeutung folgender Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten (1/2)

2014

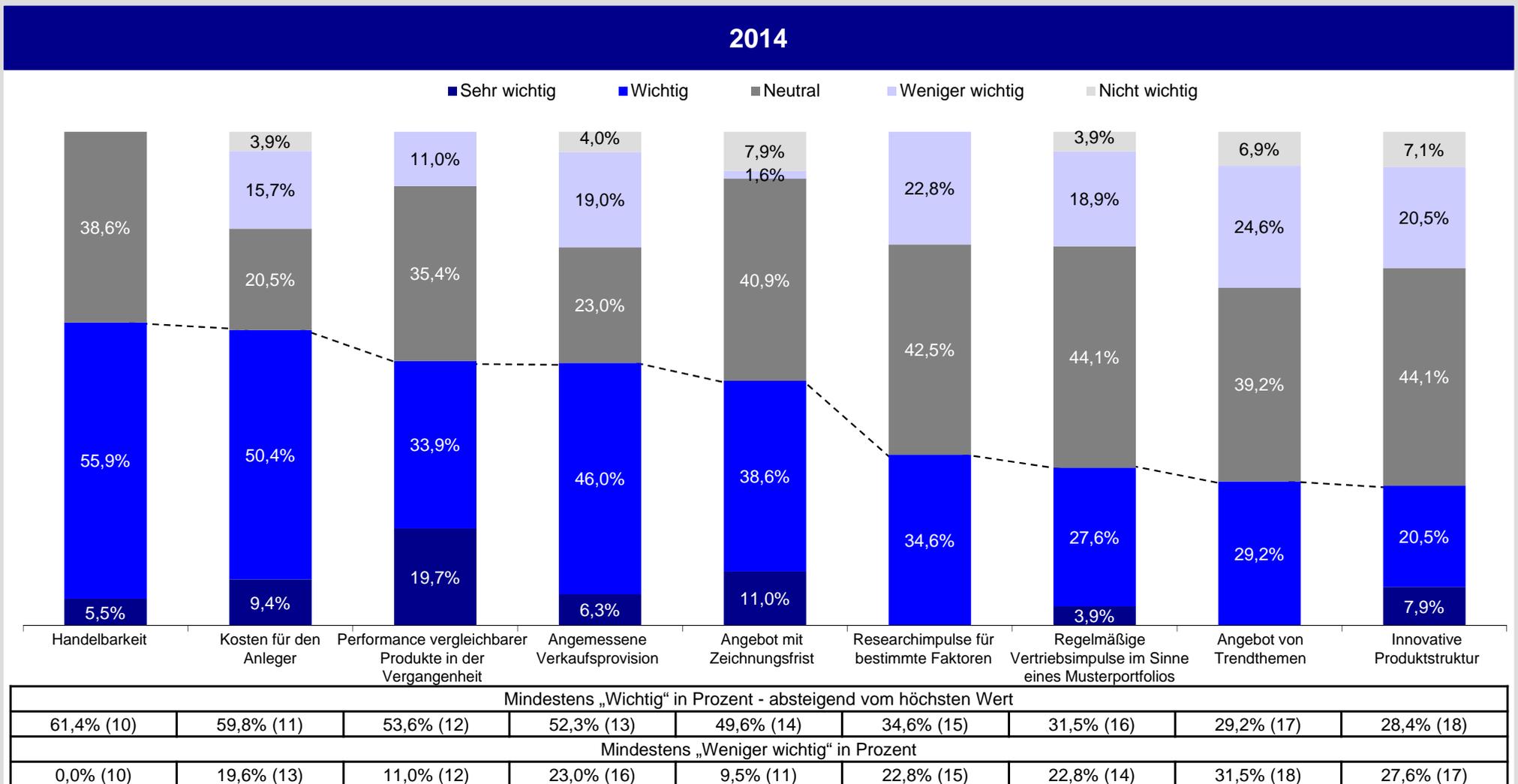


Mindestens „Wichtig“ in Prozent - absteigend vom höchsten Wert								
97,6% (1)	93,7% (2)	92,2% (3)	90,5% (4)	86,6% (5)	86,6% (6)	84,3% (7)	75,6% (8)	74,8% (9)
Mindestens „Weniger wichtig“ in Prozent								
0,0% (1)	0,0% (2)	1,6% (3)	1,6% (4)	1,6% (5)	3,1% (7)	4,7% (9)	3,9% (8)	1,6% (6)

Frage: Wie wichtig sind Ihrer Ansicht nach die folgenden Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten?

28% der Studienteilnehmer sind der Meinung, dass eine innovative Produktstruktur nicht für den Erfolg von Zertifikaten relevant ist

Bedeutung folgender Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten (2/2)



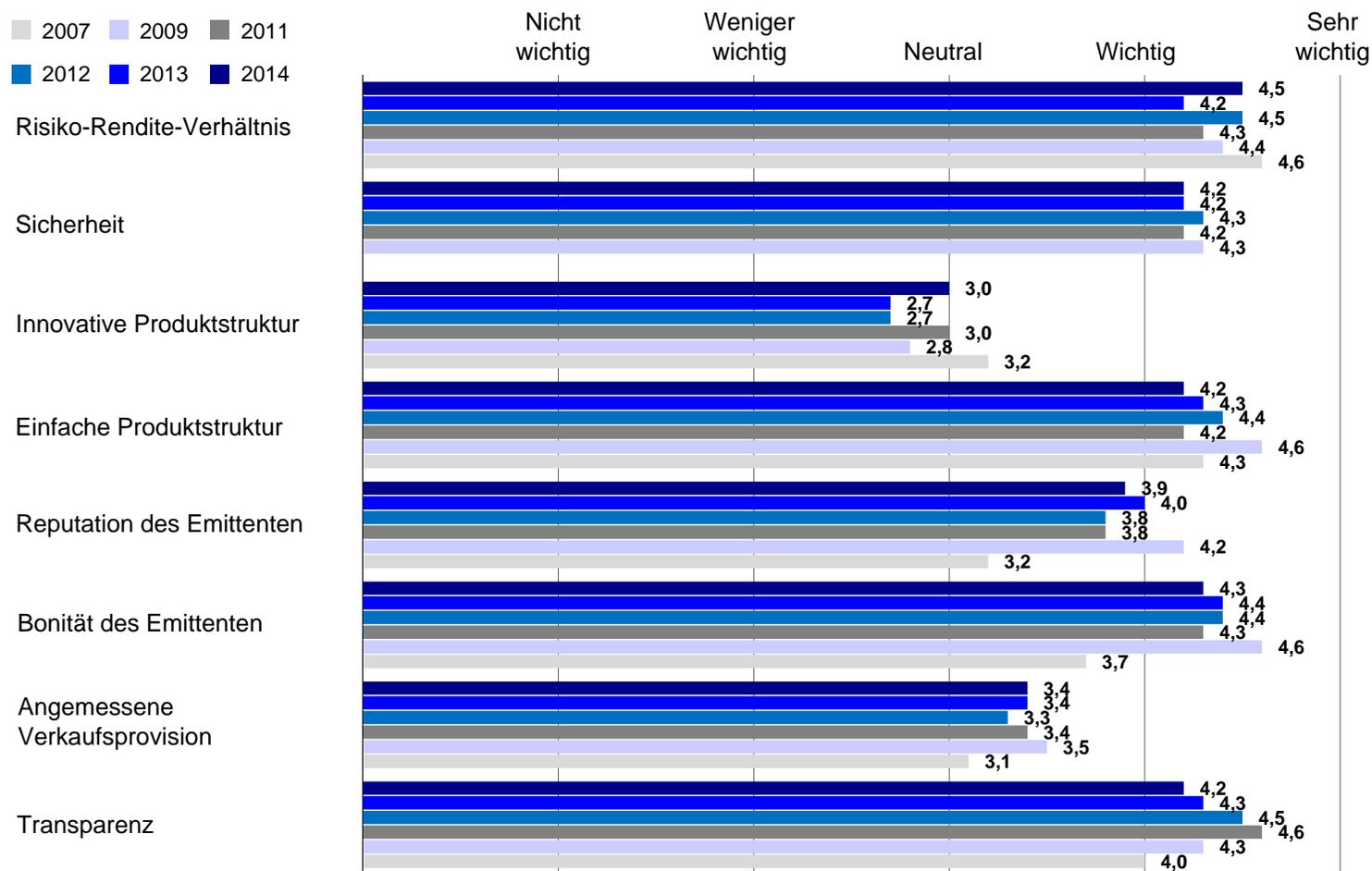
Frage: Wie wichtig sind Ihrer Ansicht nach die folgenden Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten?

Das Rendite-Risiko-Profil von Zertifikaten spielt, wie bereits in den vergangenen Erhebungen, eine sehr große Rolle

Bedeutung folgender Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten

Vergleich 2007, 2009, 2011, 2012, 2013 und 2014 (1/2)

■ 2007 ■ 2009 ■ 2011
■ 2012 ■ 2013 ■ 2014



Ableitungen

- Die Bedeutung der Transparenz ist seit 2011 kontinuierlich gesunken
- Die Relevanz einer innovativen Produktstruktur hat dahingegen im Vergleich zu den beiden Vorjahren zugenommen
- Die Bonität des Emittenten hat im Vergleich zum Vorjahr an Bedeutung verloren, ist jedoch nach wie vor wichtig

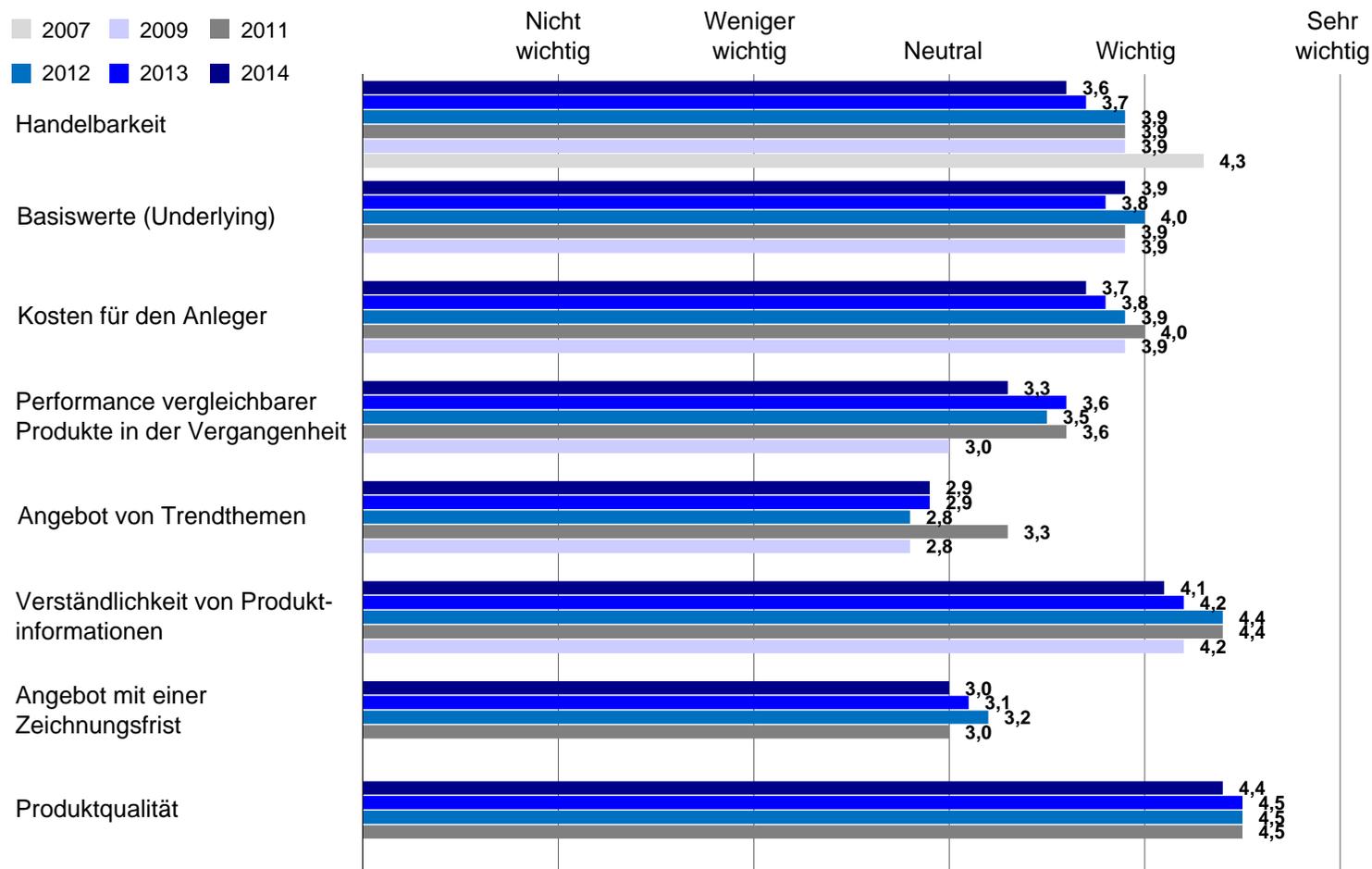
Sicherheit wurde erstmals 2009 abgefragt; Frage: Wie wichtig sind Ihrer Ansicht nach die folgenden Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten?

Die Bedeutung der Basiswerte hat im Vergleich zum Vorjahr wieder etwas zugenommen und befindet sich nach wie vor auf einem hohen Niveau

Bedeutung folgender Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten

Vergleich 2007, 2009, 2011, 2012, 2013 und 2014 (2/2)

■ 2007 ■ 2009 ■ 2011
■ 2012 ■ 2013 ■ 2014



Ableitungen

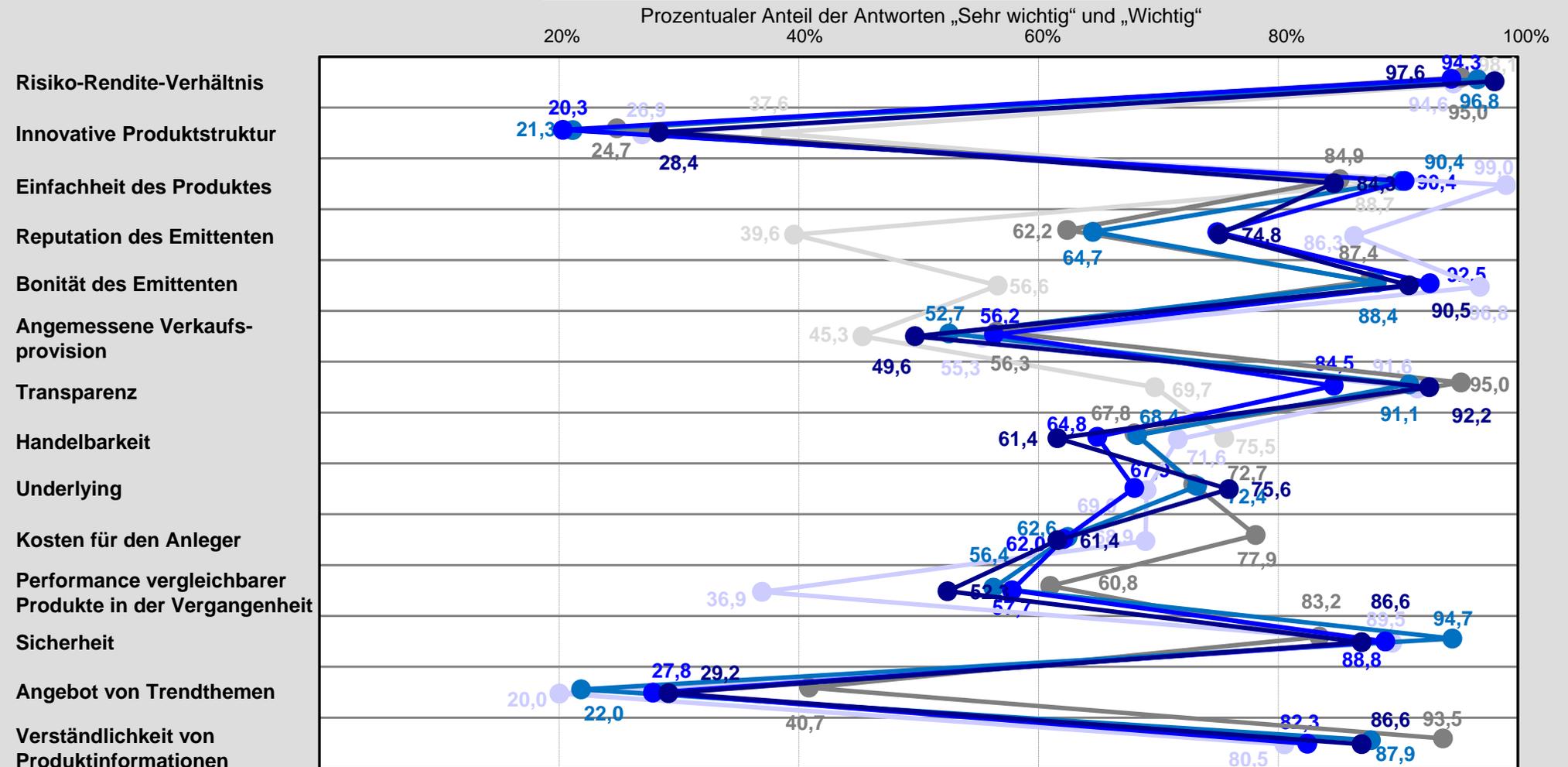
- Die Handelbarkeit von Zertifikaten hat seit 2007 kontinuierlich an Relevanz verloren
- Des Weiteren legen die Befragten zunehmend weniger Wert auf die Kosten für den Anleger, wenngleich diese trotzdem noch als wichtig erachtet werden
- Ein Angebot von Trendthemen ist für die Studienteilnehmer von untergeordneter Bedeutung

Underlying, Kosten für den Anleger und Performance vergleichbarer Produkte wurden erstmals 2008 abgefragt; Angebot von Trendthemen sowie Verständlichkeit von Produktinformationen wurden erstmals 2009 abgefragt; Angebot mit einer Zeichnungsfrist und Produktqualität 2011; Frage: Wie wichtig sind Ihrer Ansicht nach die folgenden Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten?

Die Handelbarkeit hat im Vergleich zu den Vorjahren deutlich an Relevanz verloren

Bedeutung folgender Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten

(Alle Angaben in Prozent)

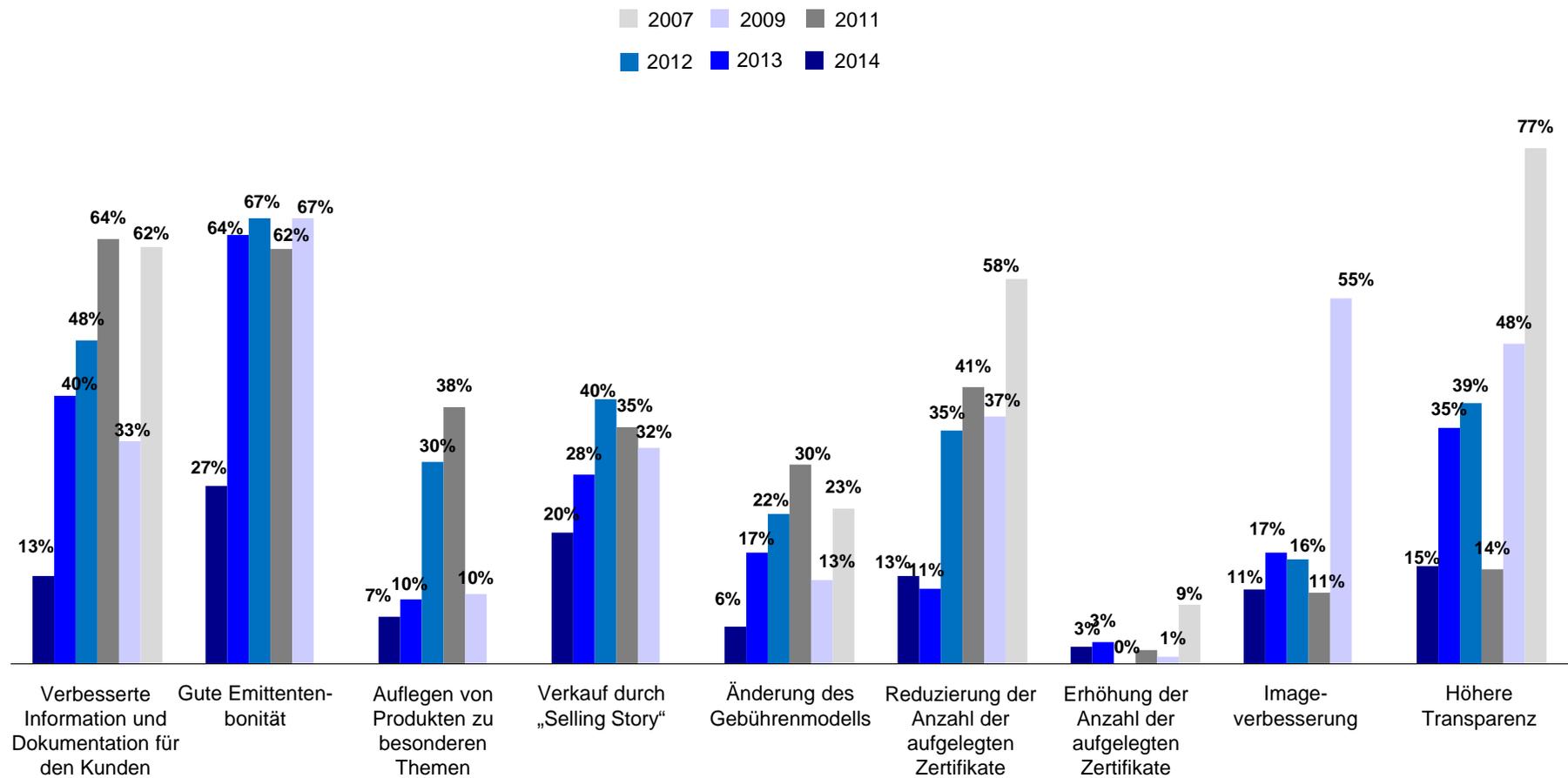


Underlying, Kosten für den Anleger, Performance vergleichbarer Produkte und Sicherheit erstmals 2008 abgefragt; Angebot von Trendthemen und Verständlichkeit erstmals 2009 abgefragt; Angebot mit einer Zeichnungsfrist, Researchimpulse, Vertriebsimpulse und Produktqualität wurden erstmals 2011 abgefragt und sind aufgrund der kurzen Zeitreihe nicht in der Auswertung enthalten; Frage: Wie wichtig sind Ihrer Ansicht nach die folgenden Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten?

Eine verbesserte Information und Dokumentation für den Kunden ist nur bedingt geeignet, um das Wachstum am Markt zu steigern

Wichtigste Punkte, um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen

Vergleich 2007, 2009, 2011, 2012, 2013 und 2014



Frage: Was sind aus Ihrer Sicht die drei wichtigsten Punkte, um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen?

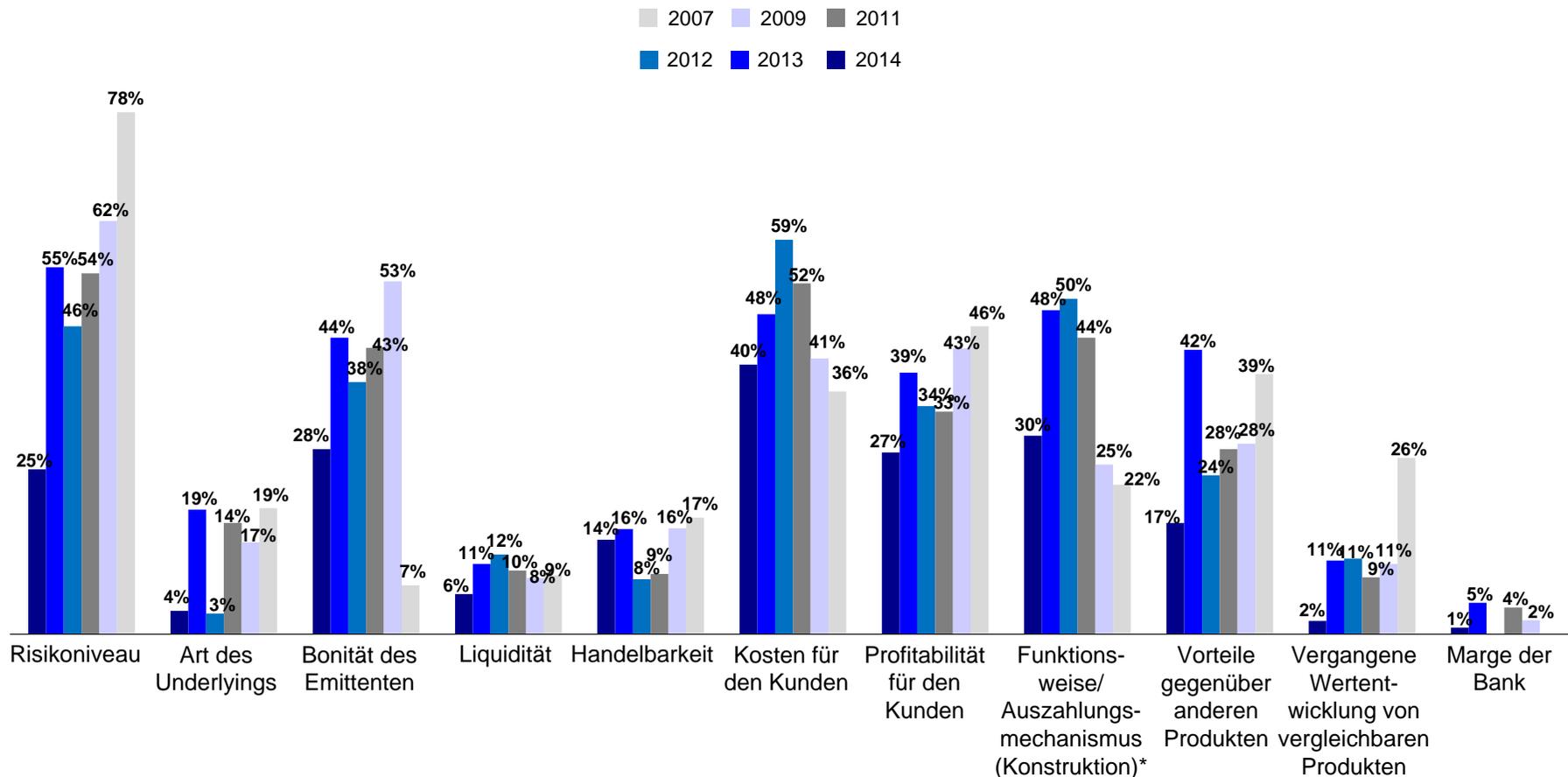
- Ziele und Methodik
- Zusammenfassung: Key Learnings
- Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“
 - Kunde
 - Markt
 - Zertifikate
 - **Verständnis Berater - Kunde**
 - Rechtliche Rahmenbedingungen
 - Trends im Wertpapiergeschäft

Anhang

Das Interesse an der Konstruktion der Zertifikate ist, verglichen zu den Vorjahren, deutlich zurückgegangen

Häufigste gestellte Fragen der Kunden im Zusammenhang mit Zertifikaten

Vergleich 2007, 2009, 2011, 2012, 2013 und 2014



* 2007/2009: Konstruktion

Frage: Was sind im Zusammenhang mit Zertifikaten die drei am häufigsten gestellten Fragen Ihrer Kunden?

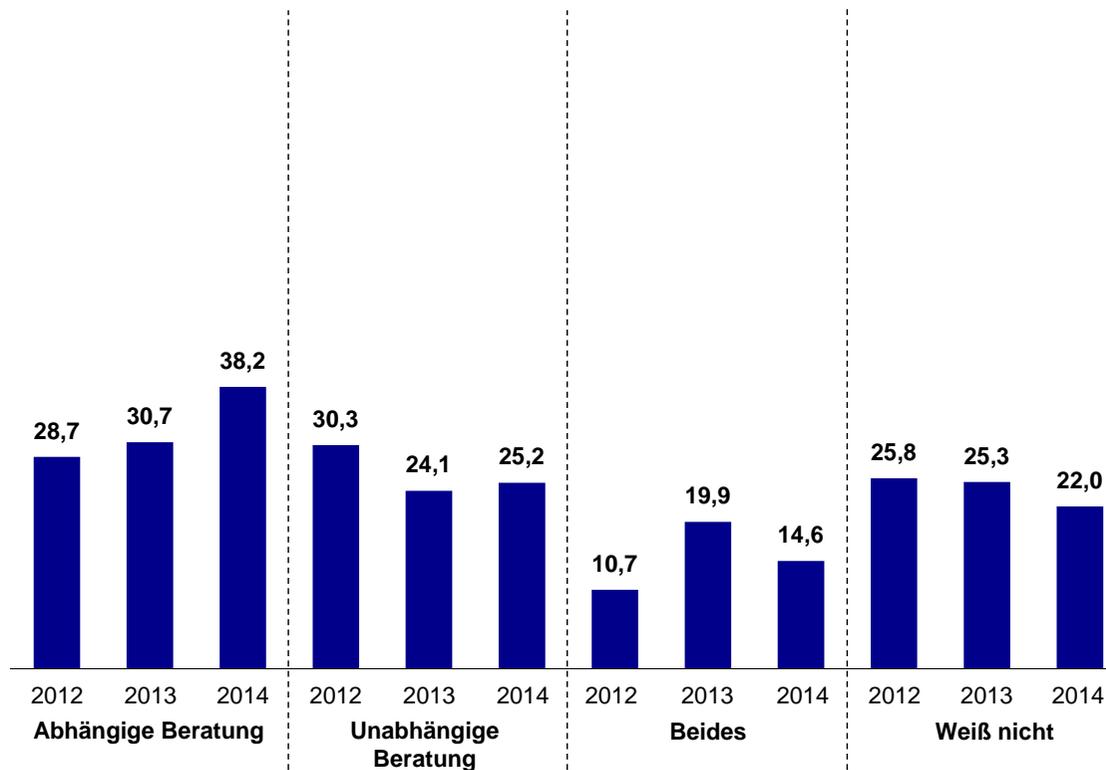
- Ziele und Methodik
- Zusammenfassung: Key Learnings
- Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“
 - Kunde
 - Markt
 - Zertifikate
 - Verständnis Berater - Kunde
 - **Rechtliche Rahmenbedingungen**
 - Trends im Wertpapiergeschäft

Anhang

Rund 40% der Befragten tendieren zu einer abhängigen Beratung, etwa 15% wollen sowohl eine abhängige als auch eine unabhängige Beratung anbieten

Angebot einer abhängigen bzw. unabhängigen Beratung

Vergleich 2012, 2013 und 2014



Ableitungen

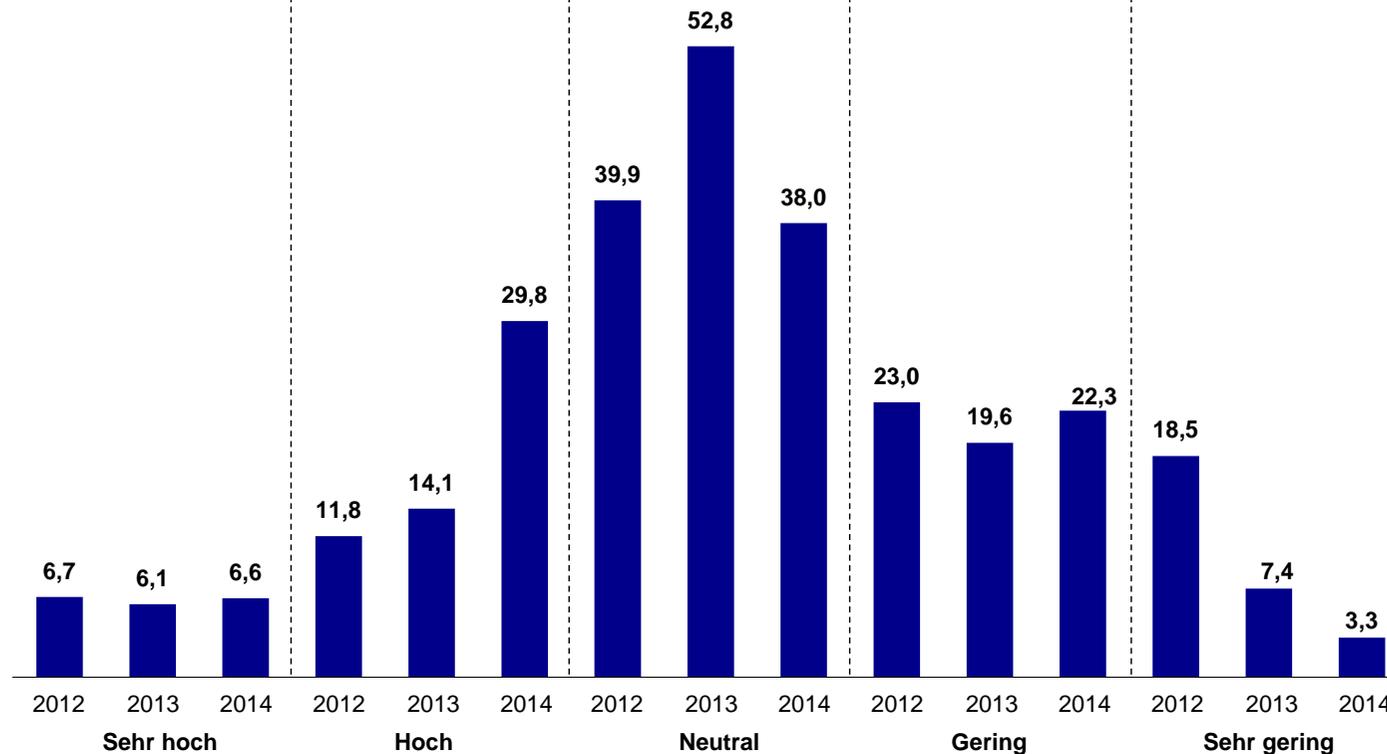
- Im Vergleich zu den Vorjahren hat der Anteil derer, die eine abhängige Beratung anbieten wollen weiter zugenommen
- Mehr als 20% der Studienteilnehmer haben sich noch nicht entschieden, ob eine abhängige oder eine unabhängige Beratung angeboten werden soll

Frage: Im Zuge der Finanzmarktrichtlinie MiFID 2 wird aktuell auch das Thema unabhängige und abhängige Beratung thematisiert. In Zukunft sollen Berater den Verbraucher darüber informieren, ob sie eine unabhängige oder eine abhängige Beratung anbieten. Im Falle einer unabhängigen Beratung ist die Zahlung von Provisionen seitens der Produkthanbieter untersagt. Würde Ihr Haus im Falle der Umsetzung der Richtlinie eine abhängige oder eine unabhängige Beratung anbieten?

Ein Drittel der Studienteilnehmer zeigt eine hohe Bereitschaft, mit dem Kunden einen Beratungsvertrag mit laufender Beurteilung abzuschließen

Bereitschaft, mit dem Kunden einen Beratungsvertrag mit laufender Beurteilung der Eignung der Anlage abzuschließen

Vergleich 2012, 2013 und 2014



Ableitungen

- Im Vergleich zu den Vorjahren ist die Bereitschaft mit den Kunden einen Beratervertrag mit einer laufenden Beurteilung der Eignung der Anlage abzuschließen angestiegen
- Bei rund 25% der Studienteilnehmer ist die Bereitschaft, eine derartige Vereinbarung abzuschließen, gering

Frage: Wie groß ist Ihre Bereitschaft mit dem Kunden einen Beratungsvertrag mit laufender Beurteilung der Eignung der Anlagen abzuschließen?

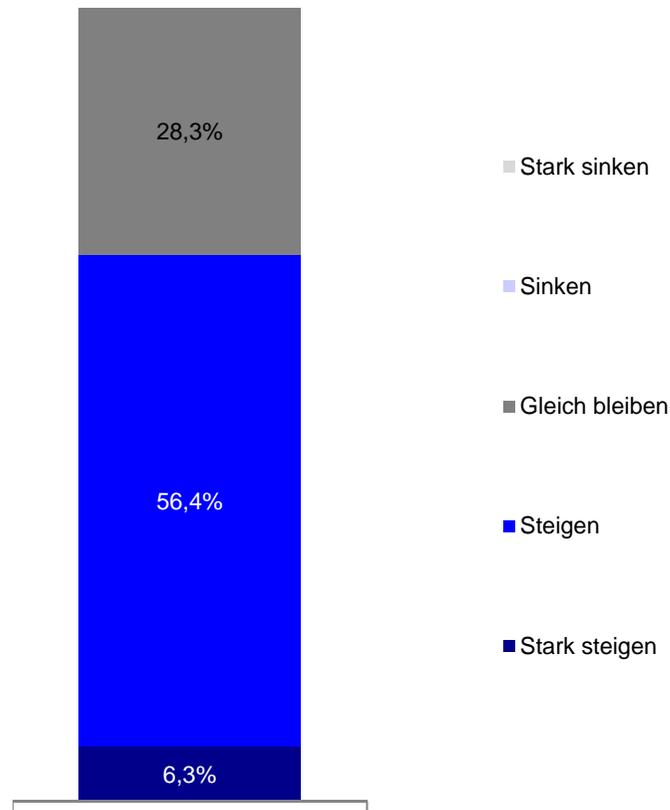
- Ziele und Methodik
- Zusammenfassung: Key Learnings
- Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“
 - Kunde
 - Markt
 - Zertifikate
 - Verständnis Berater - Kunde
 - Rechtliche Rahmenbedingungen
 - **Trends im Wertpapiergeschäft**

Anhang

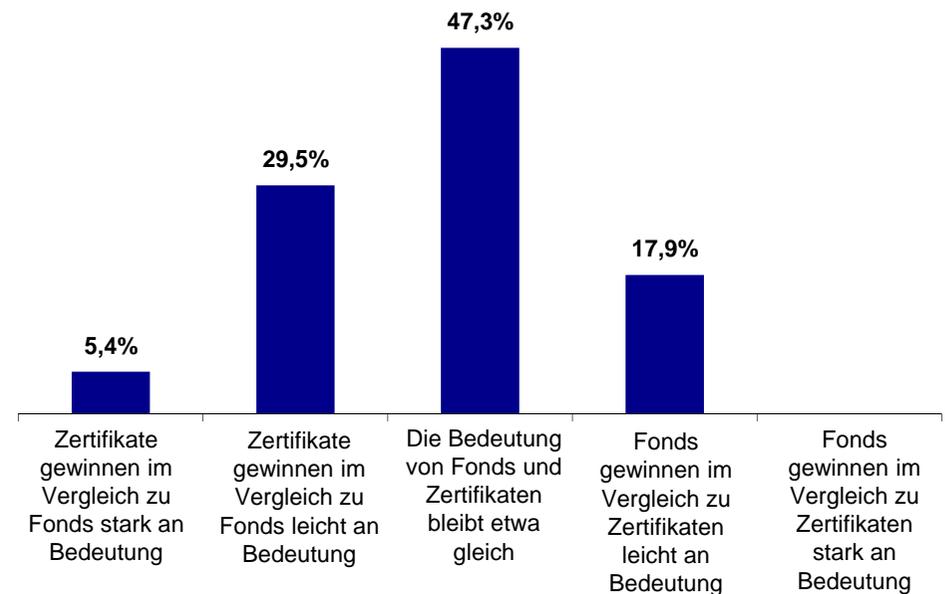
Mehr als 60% der Studienteilnehmer gehen davon aus, dass die Bedeutung des Wertpapiergeschäfts zukünftig zunimmt

Entwicklungen im Wertpapiergeschäft

Entwicklung der Bedeutung des Wertpapiergeschäfts in den nächsten Jahren¹



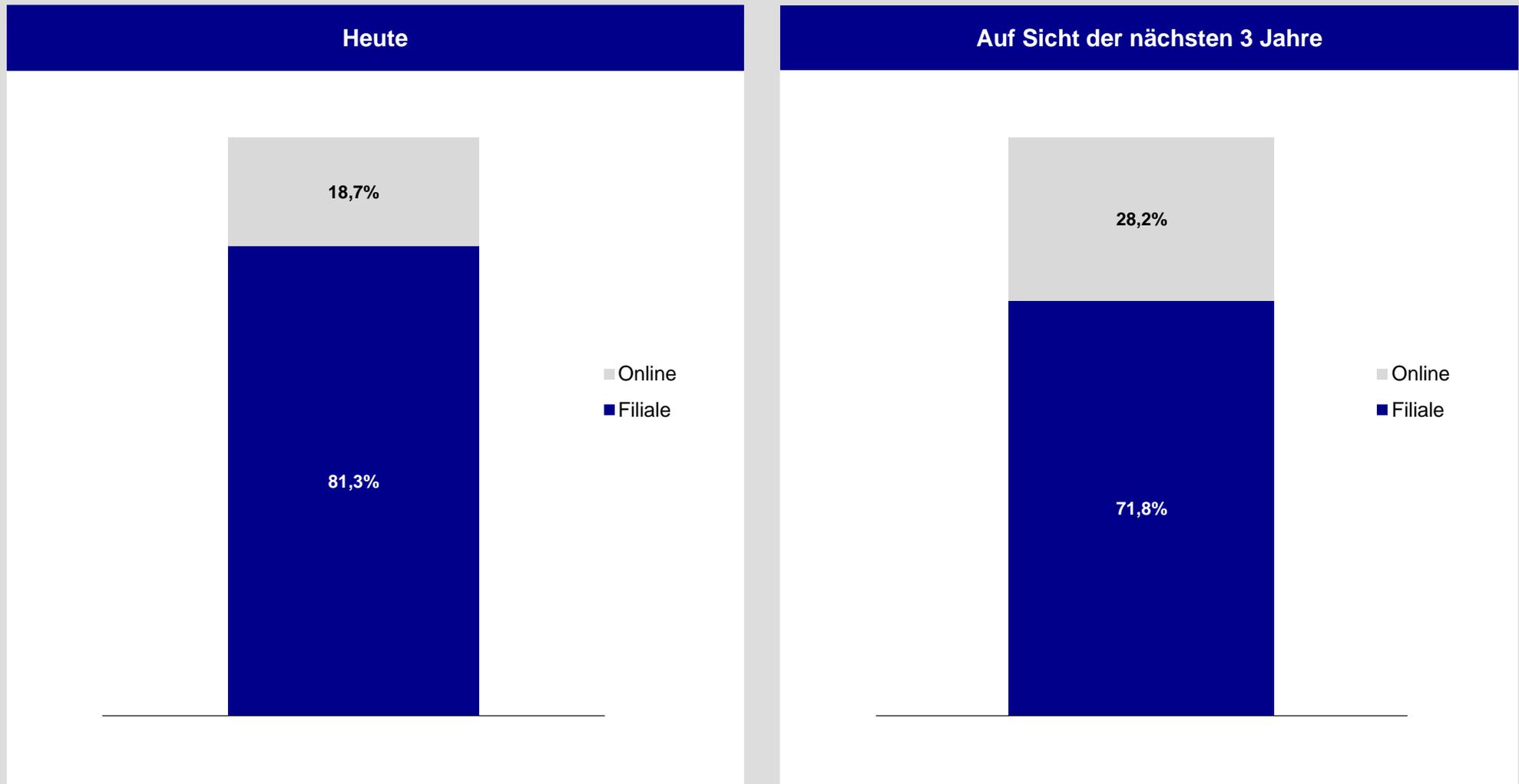
Entwicklung des Fondsgeschäfts im Vergleich zum Zertifikatengeschäft in den nächsten 3 Jahren



Frage 1) Wie wird sich die Bedeutung des Wertpapiergeschäfts in Ihrem Haus in den nächsten Jahren entwickeln?

Die persönliche Beratung macht derzeit 80% vom gesamten Wertpapiergeschäft aus, zukünftig wird jedoch eine rückläufige Entwicklung erwartet

Anteil Filiale bzw. persönliche Beratung und Online-Geschäft am Wertpapiergeschäft

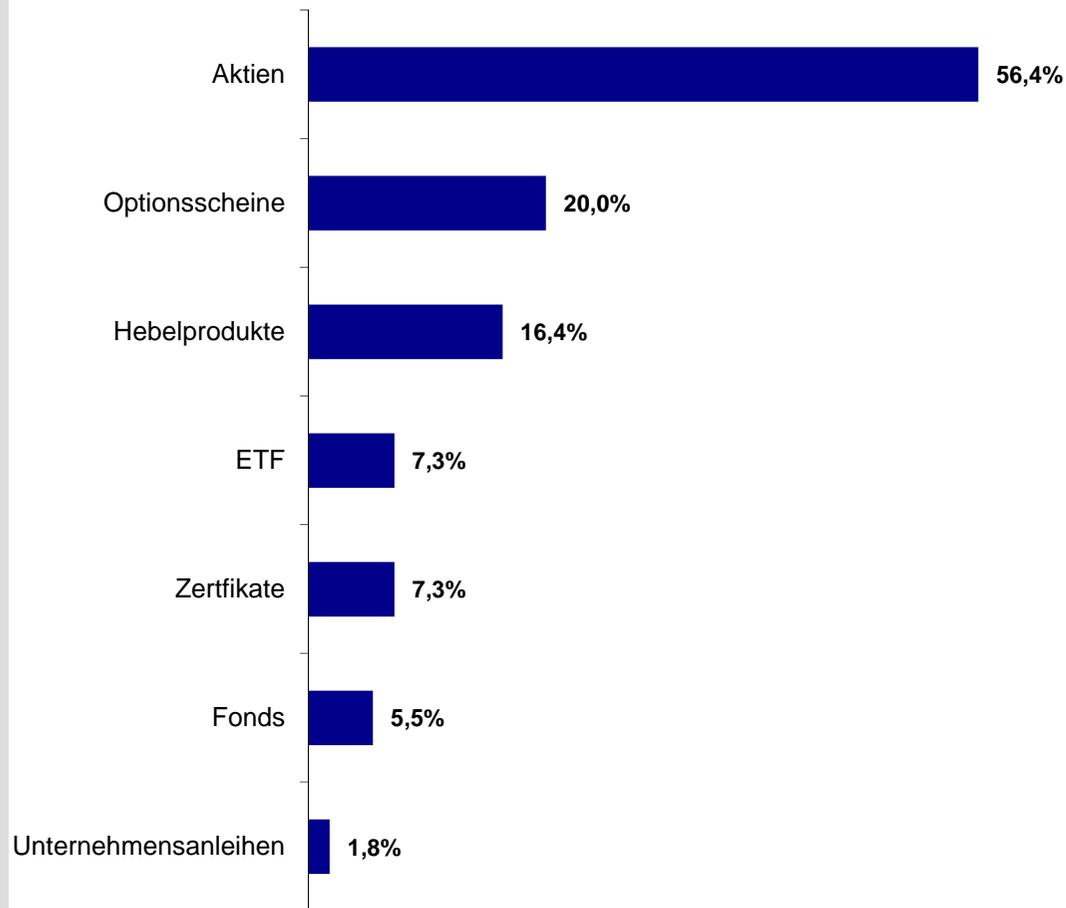


Frage: Welchen Anteil haben Ihrer Meinung nach die Filiale bzw. die persönliche Beratung und das Online-Geschäft am Wertpapiergeschäft?

Kunden nutzen das Internet vor allem zum Erwerb von Aktien, des Weiteren werden Optionsscheine und Hebelprodukte überdurchschnittlich häufig online erworben

Produkterwerb im Internet

Wertpapierprodukte, welche überdurchschnittlich häufig über das Internet erworben werden (offene Frage)



Ableitungen

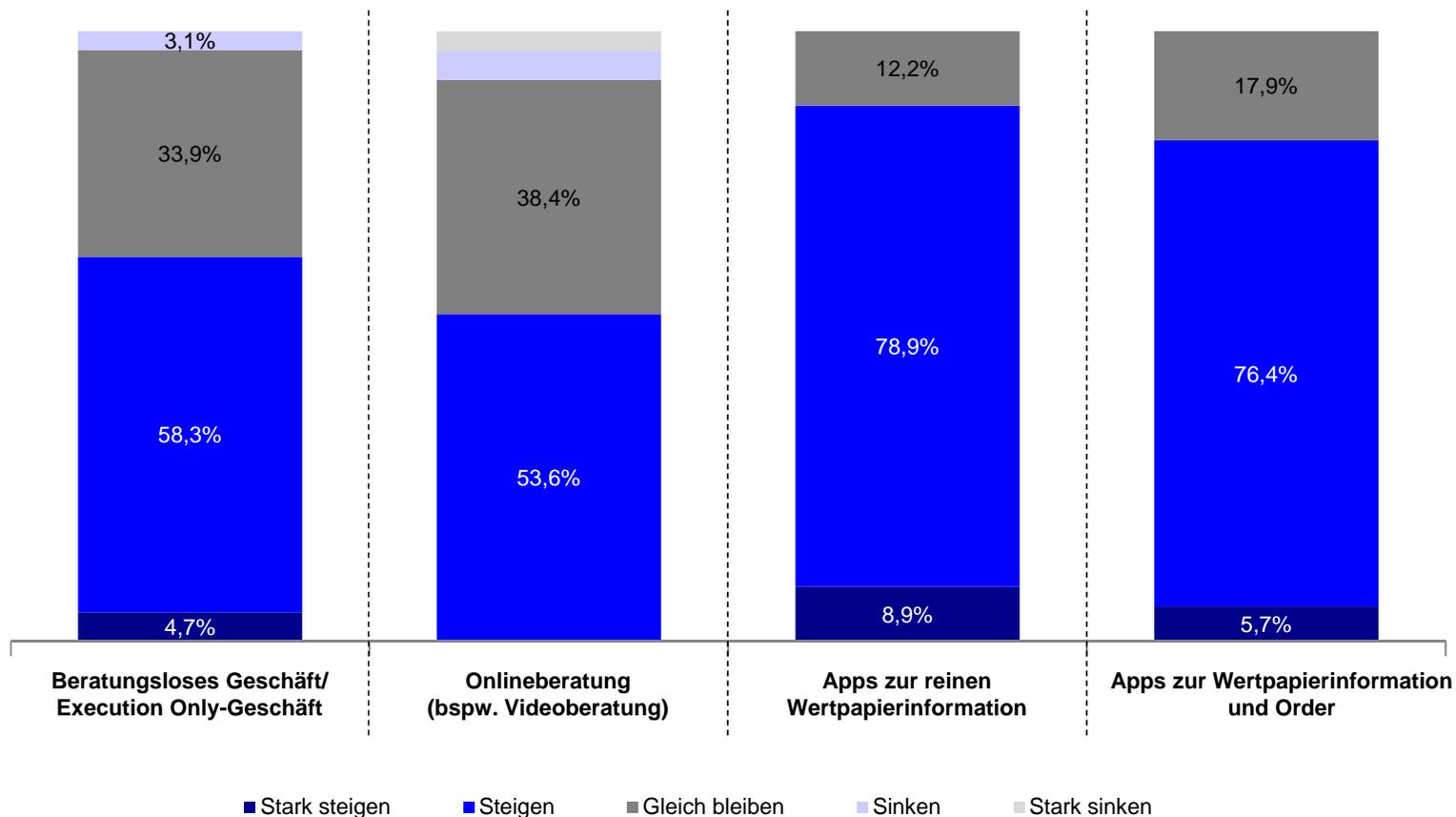
- 57% der Studienteilnehmer kaufen überdurchschnittlich häufig Aktien über das Internet
- Zertifikate (7%), Fonds (6%) und Unternehmensanleihen (2%) werden von den Kunden online eher weniger nachgefragt

Frage: Gibt es bereits heute Wertpapierprodukte, welche von den Kunden überdurchschnittlich häufig über das Internet erworben werden? Wenn ja, welche?

Jeweils mehr als 80% der Studienteilnehmer gehen von einer steigenden Bedeutung von Apps zur Wertpapierinformation bzw. zur Wertpapierinformation und Order aus

Produkterwerb im Internet

Entwicklung der Bedeutung folgender internetbasierter Angebote für Wertpapierprodukte in den nächsten Jahren



Ableitungen

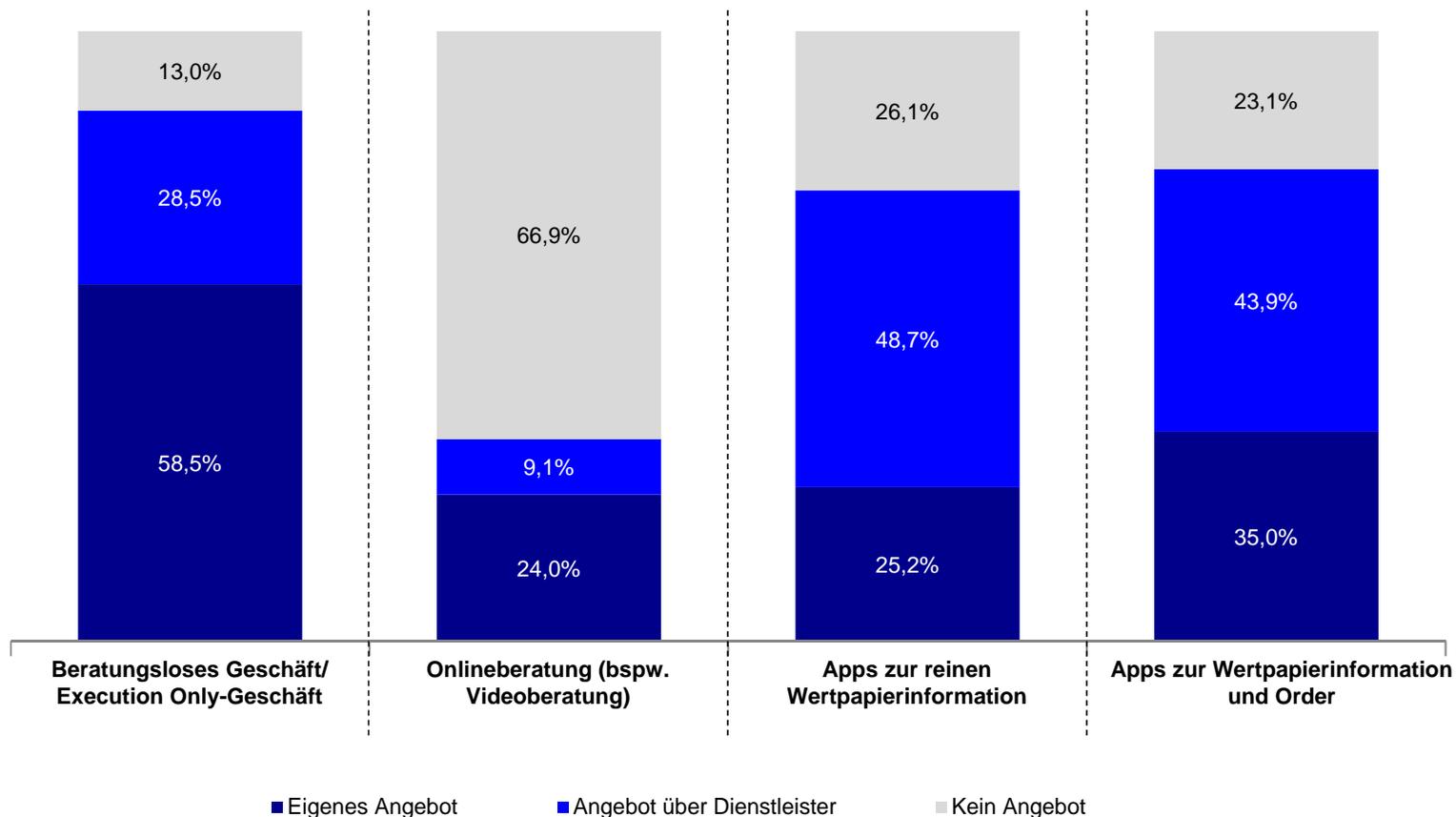
- 82% der Studienteilnehmer sind der Ansicht, dass sich Apps zur Wertpapierinformation und Order weiterhin durchsetzen werden, bei Apps zur reinen Wertpapierinformation sind dies sogar 88%

Frage: Wie wird sich die Bedeutung der folgenden internetbasierten Angebote für Wertpapierprodukte in den nächsten Jahren entwickeln und wie haben Sie vor darauf zu reagieren?

Knapp 60% der Befragten wollen im beratungslosen Execution Only-Geschäft ein eigenes Angebot an den Markt bringen

Produkterwerb im Internet

Geplante Reaktion auf folgende internetbasierter Angebote für Wertpapierprodukte



Ableitungen

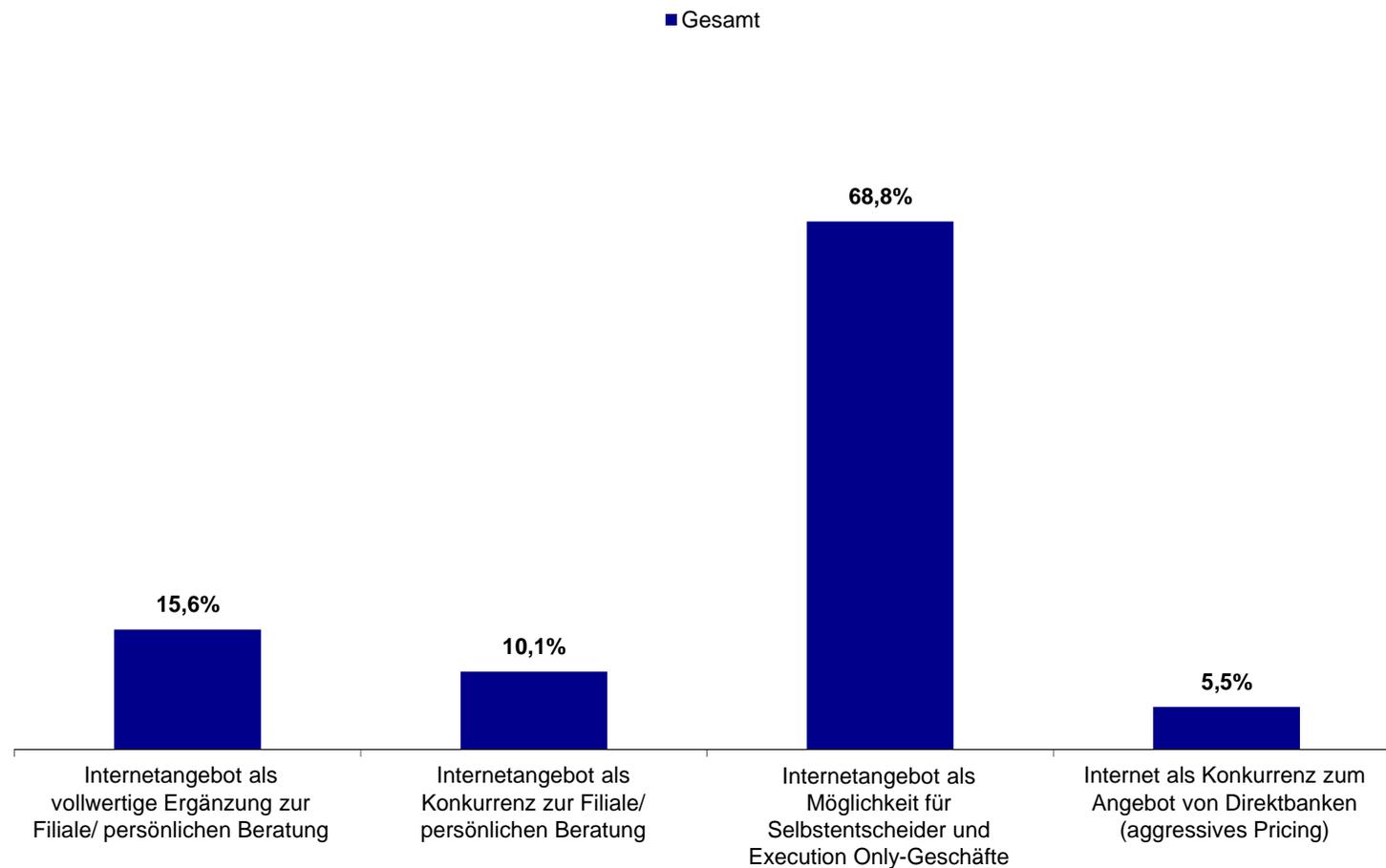
- Mehr als 65% der Studienteilnehmer haben nicht vor den Kunden ein Angebot für eine Onlineberatung zur Verfügung zu stellen
- Nur jeder Vierte hat nicht vor, Apps zur Wertpapierinformation bzw. zur Wertpapierinformation und Order anzubieten

Frage: Wie wird sich die Bedeutung der folgenden internetbasierten Angebote für Wertpapierprodukte in den nächsten Jahren entwickeln und wie haben Sie vor darauf zu reagieren?

Knapp 70% der Befragten sehen die Rolle des Internets in erster Linie als Vertriebskanal mit der Möglichkeit Selbstentscheider und Execution Only-Angebote zu bedienen

Produkterwerb im Internet

Rolle des Internets als Vertriebskanal in den nächsten Jahren



Ableitungen

- Für nur 15% der Studienteilnehmer stellt das Internet eine vollwertige Ergänzung zum Filialnetz bzw. der persönlichen Beratung dar

Frage: Wie bewerten Sie die Rolle des Internets als Vertriebskanal Ihres Hauses auf Sicht der nächsten Jahre?

- Ziele und Methodik
- Zusammenfassung: Key Learnings
- Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“
 - Kunde
 - Markt
 - Zertifikate
 - Verständnis Berater - Kunde
 - Rechtliche Rahmenbedingungen

Anhang

Begriffsdefinitionen

Typen

- **Open-End-Zertifikat:** Zertifikat ohne Laufzeitbegrenzung
- **Closed-End-Zertifikat:** Zertifikat mit befristeter Laufzeit
- **Aktiv gemanagtes Zertifikat:** Zusammensetzung des Aktienkorbes gemäß der zugrundeliegenden Anlagestrategie; diese kann sich während der Laufzeit ändern
- **Passiv gemanagtes Zertifikat:** Produkte bleiben während der gesamten Laufzeit unverändert

Zertifikatekategorien

- **Garantie:** Vollständige oder teilweise Kapitalgarantie am Laufzeitende

Teilschutz

- **Bonus:** Anlage mit garantierter Rendite (solange ein Sicherheitspuffer hält)
- **Express:** Partizipation an Seitwärtstrends, mögliche vorzeitige Rückzahlung bei Prüfterminen, teilweiser Kapitalschutz am Laufzeitende
- **Discount:** Partizipieren mit Sicherheitspuffer an Basiswerten

Partizipation

- **Index:** Partizipation 1:1 an Indizes

Hebel

- **Outperformance:** Erhöhte Partizipation an Kurssteigerungen, bei gleichzeitigem Sicherheitspuffer
- **Sprinter:** Doppelte Partizipation an Kursgewinnen, ohne vergrößertes Verlustrisiko

Kennzahlen

- **Open Interest:** Anzahl der nach einer Börsensitzung nicht glattgestellten Kontrakte
- **Emissionsvolumen:** Das Emissionsvolumen ist der Gesamtnominalbetrag bzw. die Gesamtstückzahl eines Wertpapiers
- **Abgesetztes Volumen:** Betrag bzw. Stückzahl eines verkauften Wertpapiers auf Seiten der Emittenten
- **Bestandsvolumen:** Betrag bzw. Stückzahl eines gekauften Wertpapiers auf Seiten der Anleger
- **Außerbörsliches Geschäft (over the counter):** Der Anleger richtet sich direkt an seine Depotbank bzw. über eine Direktbank an den Emittenten
- **Umsatz:** Der Gesamtbetrag abgeschlossener Geschäfte in einem Wertpapier oder am Gesamtmarkt zu einem Zeitpunkt bzw. in einem Zeitraum

Zusammensetzung

- **Basiswert (Underlying):** Z.B. ein Wertpapier oder ein anderer Referenzwert, dem ein Zertifikat zugrunde liegt
- **Management Fee:** Verwaltungsvergütung, i.d.R. für aktives Management
- **Spread:** Differenz zwischen An- und Verkaufspreis zu einem bestimmten Zeitpunkt



**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



Thomas Mildner und Michael Störrle

DZ BANK AG
Platz der Republik ■ 60265 Frankfurt am Main
Fon: +49 (0)69 7447-01 ■ Fax: +49 (0)69 7447-16 85
E-Mail: thomas.mildner@dzbank.de
E-Mail: michael.stoerrle@dzbank.de