

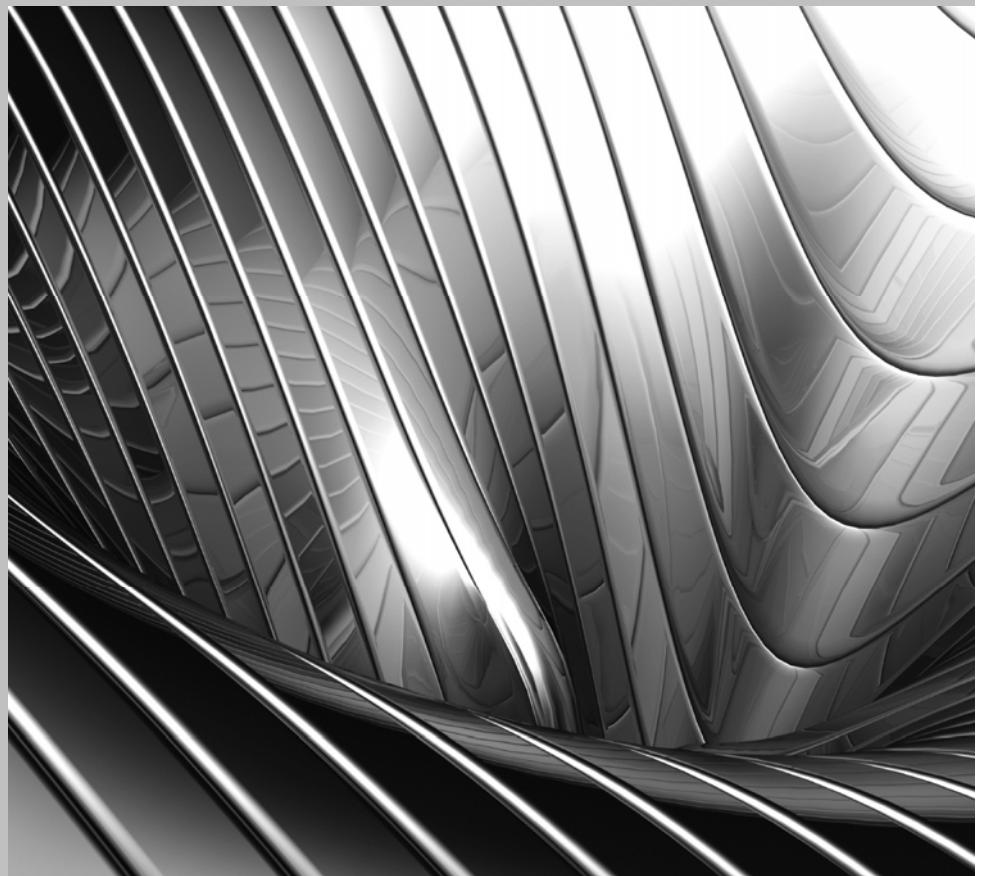


RESEARCH CENTER FOR FINANCIAL SERVICES
STEINBEIS-HOCHSCHULE BERLIN



Trendbarometer Zertifikate 2013

- Studie zum deutschen Zertifikatemarkt-



München, im September 2013

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 197 Kundenberater bei Banken sowie Vermögensverwalter in Deutschland befragt

Einführung

Die Studie „Trendbarometer Zertifikate 2013“ ist die siebte 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 197 Teilnehmer befragt. Die Befragten waren Kundenberater, Produktverantwortliche und Wertpapier-spezialisten von Banken sowie Vermögensverwalter in Deutschland.

Zertifikate machen aktuell 11% an den Kundenportfolios aus

Asset Allocation in den betreuten Kundenportfolios

Investmentfonds machen mit aktuell 37% den größten Anteil an den von Bankberatern und Vermögensverwaltern betreuten Kundenportfolios aus. 11% der von Kunden investierten Gelder sind in Zertifikate angelegt (Abb. 1). Während der Gesamtanteil der Zertifikate an den Kundenportfolios, im Vergleich zu 2012, konstant geblieben ist, haben Garantiezertifikate deutlich an Attraktivität verloren. So waren in 2012 noch 79% der in Zertifikate angelegten Mittel in Garantiezertifikate angelegt. Aktuell sind dies nur noch 58%, die übrigen Mittel entfallen auf Teilschutzzertifikate.

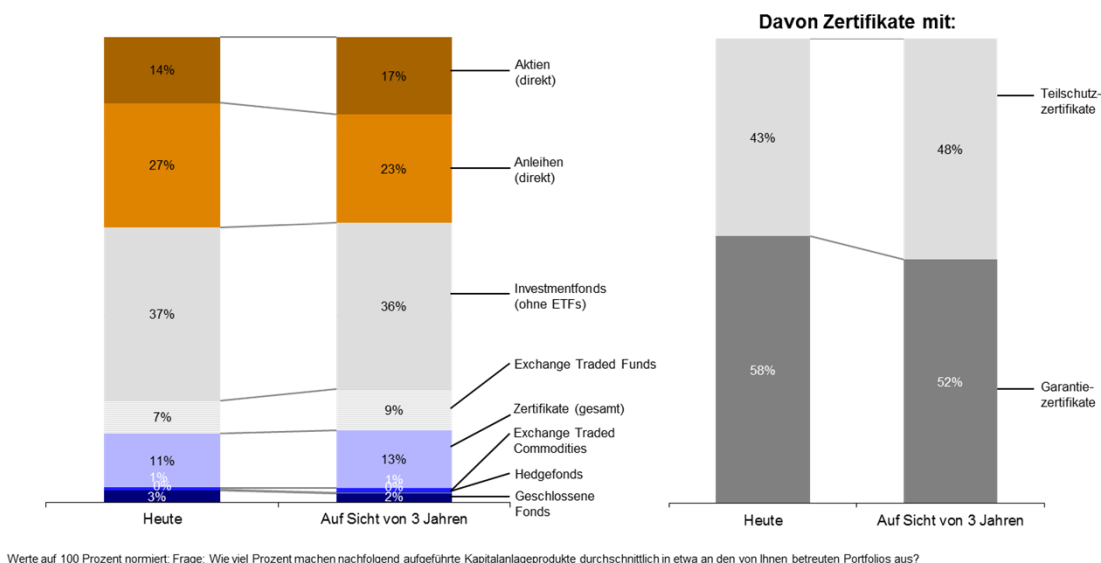


Abb. 1: Anteil unterschiedlicher Kapitalmarktprodukte an den betreuten Portfolios
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin

Auf Sicht von drei Jahren soll der Zertifikateanteil auf 13% steigen

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 13%. Dabei wird erwartet, dass der Anteil der Garantiezertifikate weiter zurückgehen und in drei Jahren ca. die Hälfte der Zertifikateinvestitionen ausmacht.

Aktienanleihen wird das größte Absatzpotential zugemessen

Absatzpotentiale unterschiedlicher Zertifikate

Allerdings können nicht alle Zertifikatetypen in gleichem Maße von den positiven Erwartungen profitieren. 68% der Studienteilnehmer weisen Aktienanleihen das höchste Absatzpotential zu (Abb. 2). Etwa die Hälfte der Befragten rechnen außerdem mit ebenfalls zukünftig steigenden Absätzen bei Indexzertifikaten und Strukturierten Anleihen. Zukünftig nur geringe Attraktivität wird Outperformance- sowie Sprintzertifikaten beigemessen. Weniger als jeder Zehnte rechnet bei diesen Zertifikatetypen mit einem zukünftig steigendem Absatz. Den größten Rückgang des Absatzpotentials, im Vergleich zu 2012, verzeichnen jedoch Garantiezertifikate. Während noch knapp über die Hälfte der Befragten bei der letzten Untersuchung diesen ein steigenden Absatzpotential zugemessen haben, waren dies in 2013 lediglich noch 25%.

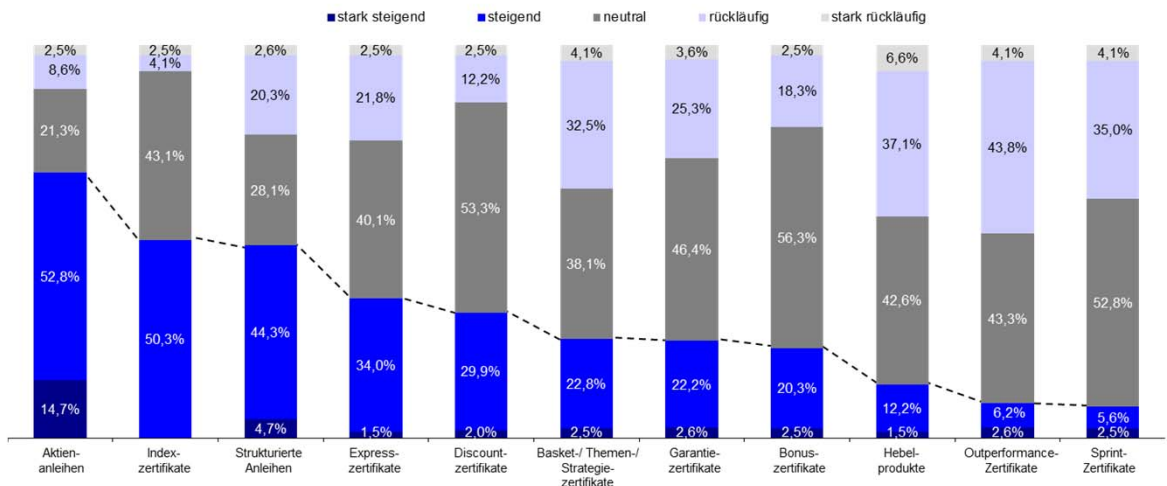


Abb. 2: Entwicklung des Absatzes unterschiedlicher Zertifikate innerhalb der nächsten drei Jahre
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin

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 37% gehen sogar von einem jährlichen Wachstum zwischen 5 und 15% aus. Dass sich der Zertifikatemarkt in Deutschland in den nächsten Jahren negativ entwickeln wird glauben 15%. Damit ist der Anteil der Befragten, die mit einer negativen Wachstumsrate rechnen, im Vergleich zum Vorjahr, etwas gestiegen. 2012 waren noch 9% dieser Meinung.

Im Zertifikatevertrieb wird seitens der Befragten der Themenvertrieb präferiert

Lösungsansätze im Zertifikatevertrieb

Der Themenvertrieb, d.h. eine Produktlösung rund um ein jeweils variierendes Anlagethema sowie ein Angebot von standardisierten Produktlösungen als Lösungsansatz im Zertifikatevertrieb wird von den Studienteilnehmern auf Sicht der nächsten drei Jahre an Bedeutung gewinnen. Etwa jeweils 44% sind der Ansicht, dass die Relevanz dieser Vertriebsansätze zukünftig steigen wird. Etwas weniger populär sind Privat Label-Lösungen. Bei diesen geht etwa jeder Dritte von einer zukünftig steigenden Bedeutung aus.

Eine gute Emittentenbonität ist laut Studienteilnehmern der wichtigste Faktor um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen

Faktoren um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen

Laut der befragten Studienteilnehmer sind die bedeutendsten Faktoren, um das Investitionsvolumen in Zertifikate in Zukunft zu erhöhen eine gute Emittentenbonität, verbesserte Information und Dokumentation für den Kunden sowie eine höhere Transparenz. Besonders die Bonität des Emittenten wird dabei als wesentliches Kriterium angesehen. Gegenüber dem Vorjahr deutlich an Bedeutung verloren haben hingegen das Auflegen von Produkten zu besonderen Anlagethemen sowie die Reduzierung der Anzahl der aufgelegten Zertifikate. Eine Reduzierung der Zertifikateanzahl bewerteten in 2012 noch 35% als wichtig, aktuell sind dies nur noch 11%.

Discountzertifikaten und Aktienanleihen wird, unter den Zertifikaten, das positivste Rendite-Risiko-Profil beigemessen

Bewertung von Rendite-Risiko-Profilen bei Zertifikaten

Bei den Zertifikaten wird seitens der Studienteilnehmer Discountzertifikaten und Aktienanleihen das positivste Rendite-Risiko-Profil beigemessen. Jeweils 66% erachten dieses für positiv. Immer noch über die Hälfte der Befragten bewertet das Rendite-Risiko-Profil von Expresszertifikaten als positiv. Weniger gut wird das Profil von Sprint-, Basket-/ Themen-/ Strategie-zertifikaten sowie von Hebelprodukten eingeschätzt (Abb. 3)

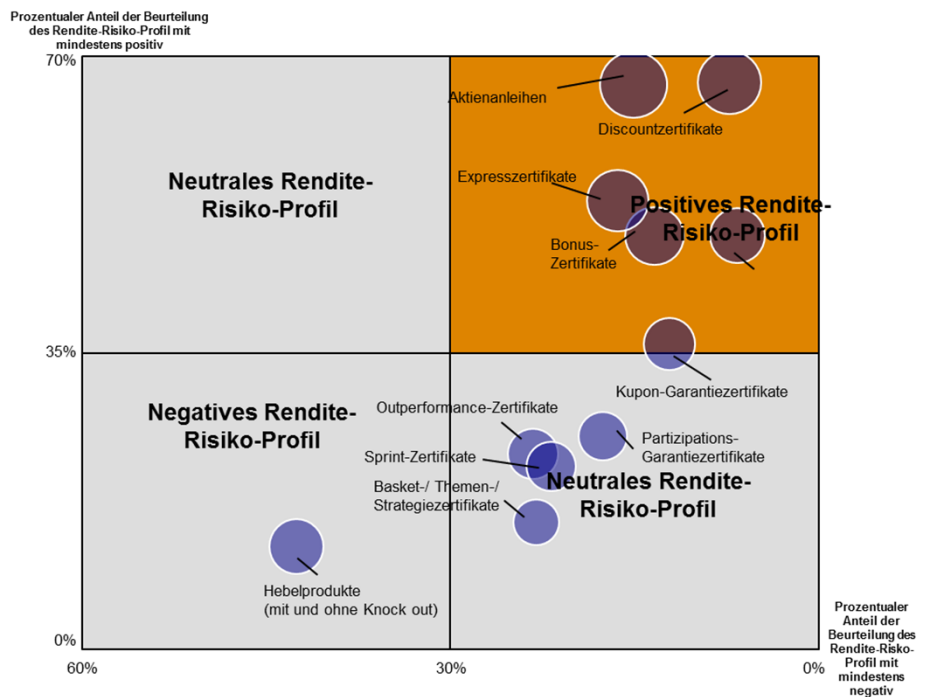


Abb. 3: Einschätzung des Rendite-Risiko-Profiles unterschiedlicher Zertifikatetypen
Quelle: Steinbeis-Hochschule Berlin

Das allgemein beste Rendite-Risiko-Profil wird Aktien und Investmentfonds bescheinigt

Noch besser als Discountzertifikate werden Aktien als Direktanlage sowie Investmentfonds bewertet. 78% der Befragten erachten das Rendite-Risiko-Verhältnis Aktien und 68% von Investmentfonds als positiv. Das negativste Profil bei Bank-, Kapitalmarktprodukten und Zertifikaten besitzen Lebensversicherungen und Geschlossenen Fonds. 59% bzw. 64% der Studienteilnehmer messen diesen beiden Kapitalanlagemöglichkeiten ein negatives Rendite-Risikoprofil zu.

Kunden fragen ihre Berater bei der Beratung zu Zertifikaten am häufigsten nach dem Risikoniveau

Fragen der Kunden zu Zertifikaten

Über die Hälfte der Kunden fragen ihren Berater nach dem Risikoniveau eines Zertifikats. Damit ist das Risiko das von den Kunden am meisten angesprochene Thema im Beratungsgespräch hinsichtlich Zertifikaten. Dabei ist der Anteil derjenigen, die nach dem Risikoniveau fragen, im Vergleich zum Vorjahr, sogar weiter gestiegen. Auch die Bonität des Emittenten sowie die Kosten sind jedoch wichtig. Wesentlich häufiger als noch in 2012 fragen Kunden ihre Berater zur Art des zugrundeliegenden Underlyings und den Vorteilen eines Zertifikats gegenüber anderen Produkten.

Zertifikate im Sekundärmarkt

60% der Studienteilnehmer sind der Meinung, dass der Sekundärmarkt für Zertifikate in den nächsten Jahren an

Auf Sicht von drei Jahren erwarten die Befragten, dass der Großteil der Zertifikategeschäfte über den Sekundärmarkt erfolgen wird

Bedeutung gewinnen wird. Dies entspricht in etwa dem Wert der letzten Untersuchung in 2012. Derzeit bestimmt jedoch noch das Zeichnungsgeschäft die Kundenberatung zu Zertifikaten. Nach Ansicht der Studienteilnehmer wird sich dies jedoch in den nächsten Jahren ändern. Bereits auf Sicht von drei Jahren erwarten die Befragten, dass 59% der Geschäfte über den Sekundärmarkt erfolgen.

Detaillierte Ergebnisse der Studie

Seite

▪ Ziele und Methodik	7
▪ Zusammenfassung: Key Learnings	11
▪ Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“	
– Kunde	17
– Markt	21
– Zertifikate	28
– Verständnis Berater - Kunde	33
– Medien	40

Ziele/ Voraussetzungen:

- Die zum siebten 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 197 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
- Matthias Krautbauer, Alessandro Munisso und Tim Weller sind wissenschaftliche Mitarbeiter am Research Center for Financial Services der Steinbeis-Hochschule Berlin

Die Untersuchung gliedert sich in fünf Themenbereiche

Themenbereiche des Fragebogens

I. Kunde

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

II. Markt

- Zukünftige Entwicklung des Absatzes verschiedener Zertifikatetypen
- Bedeutung des Sekundärmarktes
- Lösungsansätze im Zertifikatevetrieb

III. Zertifikate

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

IV. Verständnis Berater - Kunde

- Einschätzung des Rendite-Risiko-Profiles unterschiedlicher Zertifikate- sowie Bank- und Kapitalmarktprodukte
- Am häufigste gestellte Fragen seitens der Kunden

V. Medien

- Genutzte Medien zur Informationsbeschaffung

Im Rahmen der Studie wurden 197 Interviews geführt

Anzahl geführter Befragungen nach Befragungsklustern

Teilnehmer 2013 gesamt:



davon:

Vermögensverwalter



Banken (sonstige)



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

I. Kunde

Aktuelle Allokation

- Aktuell liegt der Zertifikateanteil in den Portfolios bei 11%
- Innerhalb des Zertifikateanteils teilen sich die angelegten Mittel dabei zu 58% in Garantiezertifikate und zu 43% in Produkte mit Teilschutz auf
- Den höchsten Anteil an den Portfolios machen Investmentfonds (ohne ETFs) mit 37% aus

Zukünftige Allokation

- Auf Sicht von drei Jahren erwarten die Studienteilnehmer einen Anstieg des Zertifikatenanteils an den Portfolios auf 13%
- Der Anleihenanteil hingegen sinkt auf Sicht von drei Jahren von 27% auf 23%
- Der Anteil von Zertifikaten mit Teilschutz wird auf Sicht von drei Jahren um 5 Prozentpunkte auf 48% steigen

II. Markt

Zukünftiges Absatzpotential

- Aktienanleihen wird seitens der befragten Studienteilnehmer das höchste Potential zugemessen, 68% erwarten steigende Absätze in den nächsten drei Jahren, lediglich 11% gehen von einem rückläufigen Absatz aus
- Geringes Potential wird hingegen Sprint- und Outperformance-Zertifikaten zugemessen, 39% bzw. 48% gehen von einem rückläufigen Absatz in den nächsten drei Jahren aus

Zukünftiges Marktwachstum

- 45% der Studienteilnehmer erwarten, dass der Zertifikatemarkt in Deutschland in den nächsten 5 Jahren zwischen 0% und 5% wachsen wird, 15% erwarten ein negatives Wachstum

Sekundärmarkt für Zertifikate

- Rund 60% der Befragten rechnen mit einer steigenden Bedeutung des Sekundärmarktes für Zertifikate in den nächsten Jahren, lediglich 5% erwarten eine rückläufige Bedeutung
- Zertifikate im Zeichnungsgeschäft bilden mit einem Anteil von etwa 65% den Schwerpunkt in der Kundenberatung in diesem Bereich

Lösungsansätze im Zertifikatevertrieb

- 45% der Studienteilnehmer erwarten in den nächsten drei Jahren eine steigende Bedeutung des Themenvertriebs mit Produktlösungen rund um ein jeweils variierendes Anlagethema

Zertifikate im Rahmen von Themenvertriebskampagnen

- 54% der Befragten sehen im Rahmen von Themenvertriebskampagnen Absatzchancen für Zertifikate
- 67% der Studienteilnehmer, die Absatzchancen durch Themenvertriebskampagnen sehen, sind der Meinung, dass durch diese die Zertifikateabsatzchancen in den nächsten drei Jahren steigen werden

III. Zertifikate

Erfolgsfaktoren von Zertifikaten

- Die Produktqualität (96%), das Rendite-Risiko-Verhältnis (94%) und die Bonität des Emittenten (93%) sind die bedeutendsten Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten
- Eine innovative Produktstruktur (45%) sowie das Angebot von Trendthemen (35%) ist, nach Meinung der Befragten, von eher geringer Bedeutung für den Erfolg von Zertifikaten, ebenso wie regelmäßige Vertriebsimpulse im Sinne eines Musterportfolios (23%)

Faktoren, um das Wachstum des Zertifikatemarktes zu erhöhen

- Die wichtigsten Punkte, um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen, sind vor allem eine gute Emittentenbonität (64%) und eine verbesserte Information und Dokumentation für den Kunden (40%)
- Hingegen werden die Erhöhung der Anzahl der aufgelegten Zertifikate (3%) und das Auflegen von Produkten zu besonderen Themen (10%) als wenig geeignete Maßnahmen bewertet

IV. Verständnis Berater - Kunde

Rendite-Risiko-Profil unterschiedlicher Zertifikatetypen

- Das Risiko-Rendite-Profil von Discountzertifikaten und Aktienanleihen wird seitens der Studienteilnehmer am besten bewertet, jeweils 67% der Befragten erachten dies als positiv
- Auch das Rendite-Risiko-Profil von Expresszertifikaten (53%) und Indexzertifikaten (49%) wird häufig als positiv eingeschätzt
- Am negativsten wird das Rendite-Risiko-Profil von Basket-/ Themen-/ Strategiezertifikaten sowie Hebelprodukten und Sprint-Zertifikaten bewertet

Am häufigsten gestellte Fragen

- Die am häufigsten gestellten Fragen der Kunden zu Zertifikaten betreffen das Risikoniveau (55%), die Funktionsweise/ Auszahlungsmechanismen (48%) sowie die Kosten für den Kunden (48%)

V. Medien

- Die Studienteilnehmer informieren sich zu allgemeinen Finanzthemen am häufigsten über das Internet (68%) und über Printmedien (52%)
- Bei den explizit genannten Zeitungen wird das Handelsblatt am häufigsten zur allgemeinen Finanzinformation herangezogen (32%)
- Speziell zu Zertifikaten informieren sich 69% der Studienteilnehmer über das Internet und 53% direkt bei den Zertifikateemittenten
- Die Zeitschriften Zertifikateberater und Zertifikatejournal werden lediglich von 9% bzw. 2% genutzt

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

Kunde	Aktueller Zertifikateanteil <ul style="list-style-type: none"> Der aktuelle Anteil von Zertifikaten liegt mit derzeit 11% auf dem Niveau der letzten Jahre Der Anteil von Garantiezertifikate ist zurückgegangen, aktuell liegt deren Anteil noch bei 58% 	Zertifikate	Erfolgsfaktoren von Zertifikaten <ul style="list-style-type: none"> Die Bedeutung der Emittentenbonität war im Zuge der Krise angestiegen und gewinnt weiterhin an Bedeutung, in 2012 erachteten 88% diese als wichtig, aktuell sind es bereits 93% Die Bedeutung des Rendite-Risiko-Verhältnisses ist weiterhin mit der wichtigste Faktor für den Erfolg von Zertifikaten, seit der ersten Erhebung wird dieser konstant von mehr als 90% als wichtig erachtet
	Zukünftiger Zertifikateanteil <ul style="list-style-type: none"> Im Vergleich zu den Vorjahren wird das Potential von Zertifikaten wieder positiver bewertet, es wird an Anstieg auf 13% erwartet 		Faktoren, die das Investitionsvolumen in Zertifikate erhöhen <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
Markt	Absatzpotential unterschiedlicher Zertifikatetypen <ul style="list-style-type: none"> Das Absatzpotential von Garantiezertifikaten ist im Vergleich zu den Vorjahren deutlich gesunken, wurde dieses in 2010 von 61% als steigend angesehen, waren es in 2012 nur noch 53% und aktuell sogar nur noch 25% Expresszertifikaten wird wieder ein positiveres Absatzpotential zugemessen, 2012 war es bei 24%, in 2013 befindet sich dies wieder bei 36% Die Einschätzung eines positiven Absatzpotentials von Indexzertifikaten ist von 43% in 2012 auf 50% angestiegen, liegt allerdings immer noch weit unter dem Wert von 2007 (66%) 	Verständnis Berater - Kunde	Rendite-Risiko-Profil <ul style="list-style-type: none"> Das Rendite-Risiko-Profil von Expresszertifikaten wird im Vergleich zu den vergangenen Erhebungen dieses Jahr am positivsten bewertet, 53% der Studienteilnehmer erachten dieses als positiv Verbessert im Vergleich zu 2012 haben sich Bonuszertifikate, diese liegen aktuell bei 49%, jedoch unter dem Höchststand von 2011 (57%)
Markt	Einschätzung des Marktwachstums <ul style="list-style-type: none"> Aktuell sind mit 15% der Befragten die meisten Teilnehmer seit Beginn der Erhebung der Meinung, dass die jährlichen Wachstumsraten des Zertifikatemarktes innerhalb der nächsten fünf Jahre negativ sein werden Während in 2008 noch 58% der Studienteilnehmer der Ansicht waren, dass das jährliche Marktwachstum in den nächsten fünf Jahren zwischen 5 und 15% liegen wird, waren dies in 2013 nur noch 37% 		Häufigste, von den Kunden gestellte Fragen <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, dies ist der höchste Wert der Zeitreihe Die Art des Underlyings gewinnt in 2013 ebenfalls an Bedeutung, 19% der Befragten werden von ihren Kunden hierzu befragt, dies ist der höchste Wert seit 2008 (26%)

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

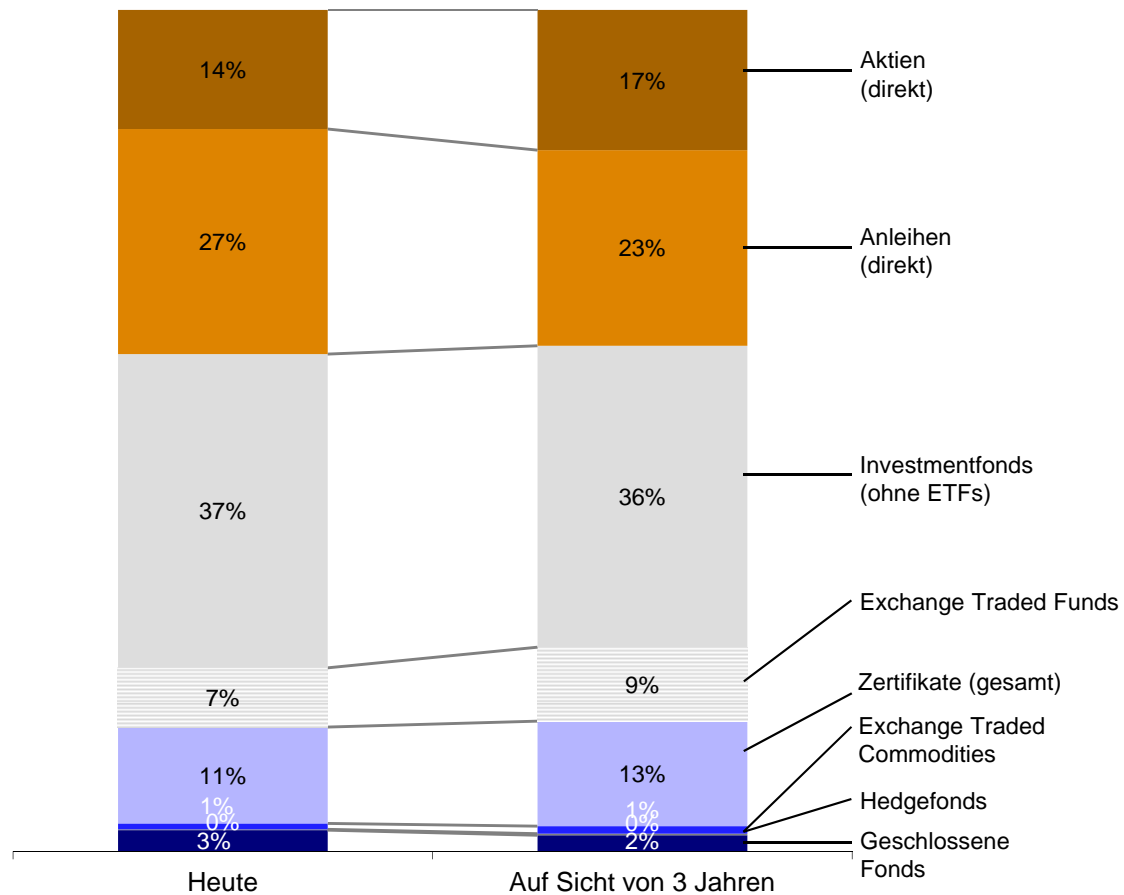
- **Kunde**

- Markt
- Zertifikate
- Verständnis Berater - Kunde
- Medien

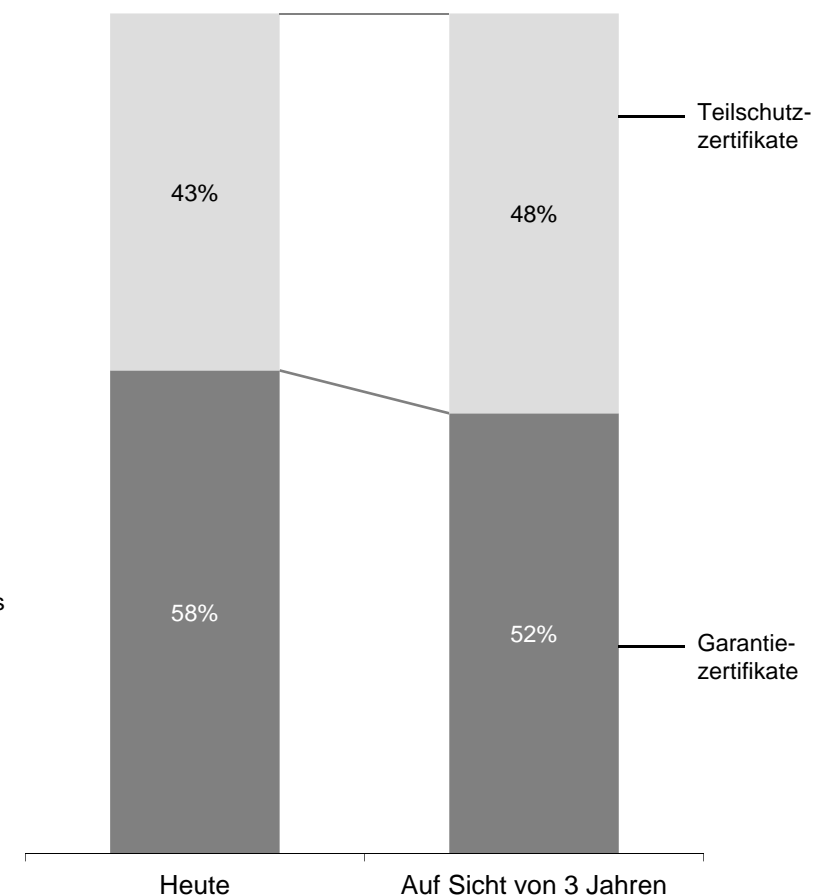
Auf Sicht von drei Jahren rechnen die Studienteilnehmer damit, dass der Zertifikateanteil in den Kundenportfolios auf 13% ansteigt

Anteil unterschiedlicher Kapitalmarktprodukte an den betreuten Portfolios

Gesamt 2013



Davon Zertifikate mit:

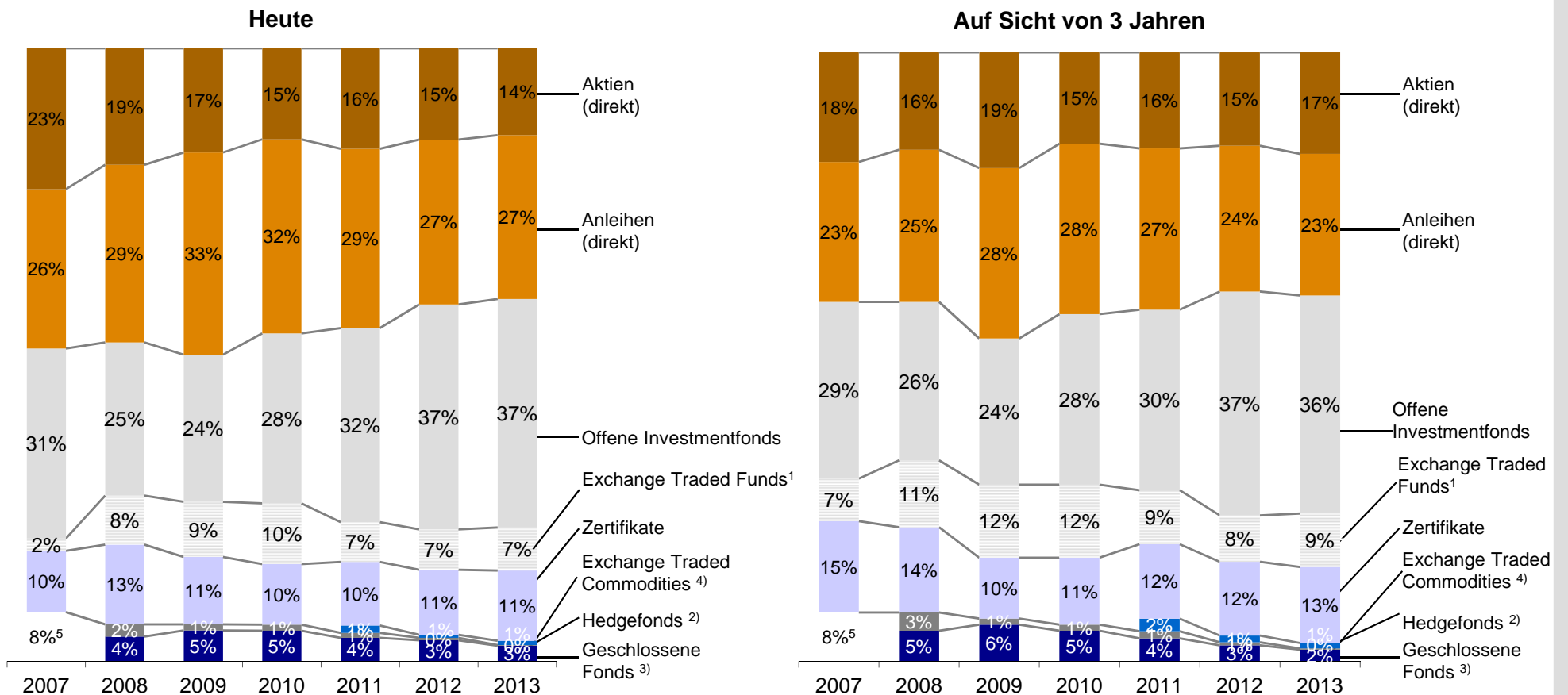


Werte auf 100 Prozent normiert; Frage: Wie viel Prozent machen nachfolgend aufgeführte Kapitalanlageprodukte durchschnittlich in etwa an den von Ihnen betreuten Portfolios aus?

Der durchschnittliche Zertifikateanteil an den Portfolien liegt aktuell, wie in den Vorjahren, bei 11%

Anteil unterschiedlicher Kapitalmarktprodukte an den betreuten Portfolios

Vergleich Gesamt 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 und 2013

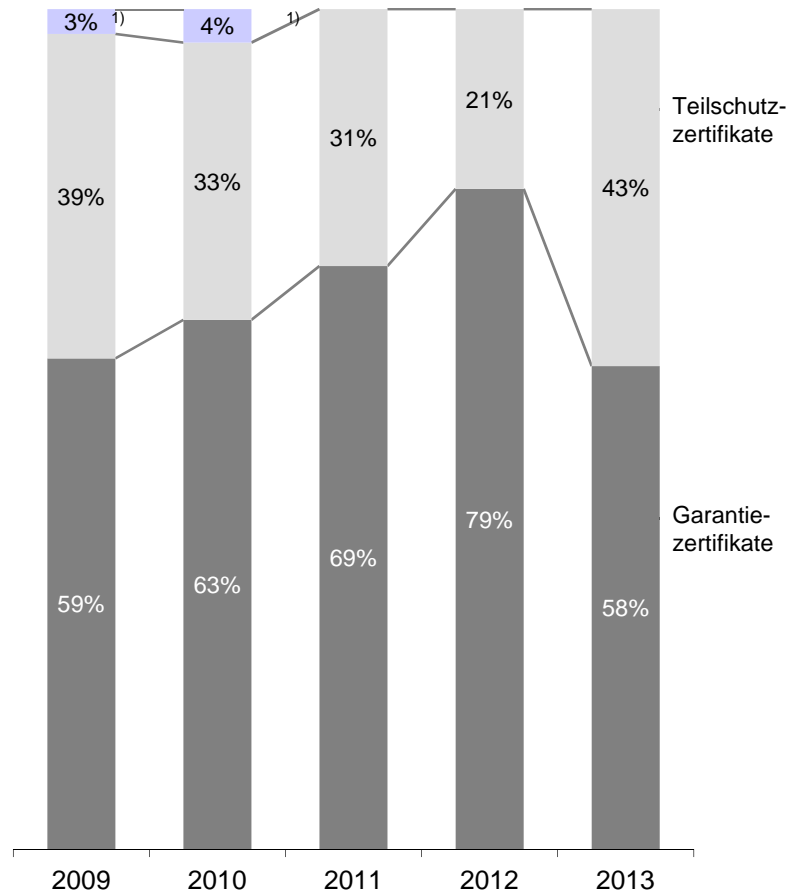


Werte auf 100 Prozent normiert; Durchführungszeiträume der Studien waren März und April 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 und 2013 1) 2007, 2011 und 2012 wurden ausschließlich ETFs (passiv) abgefragt, in den Jahren 2008, 2009 und 2010 passive Fonds allg. (leichter Rückgang vermutlich durch Umstellung der Frage) 2) Hedgefonds wurden 2008 erstmals abgefragt, in 2007 dafür kapitalbildende Versicherungen 3) Geschlossene Fonds wurden 2008 erstmals abgefragt 4) Exchange Traded Commodities wurden 2011 erstmals abgefragt 5) Kapitalbildende Versicherungen wurden nur 2007 abgefragt; Frage: Wie viel Prozent machen nachfolgend aufgeführte Kapitalanlageprodukte durchschnittlich in etwa an den von Ihnen betreuten Portfolios aus?

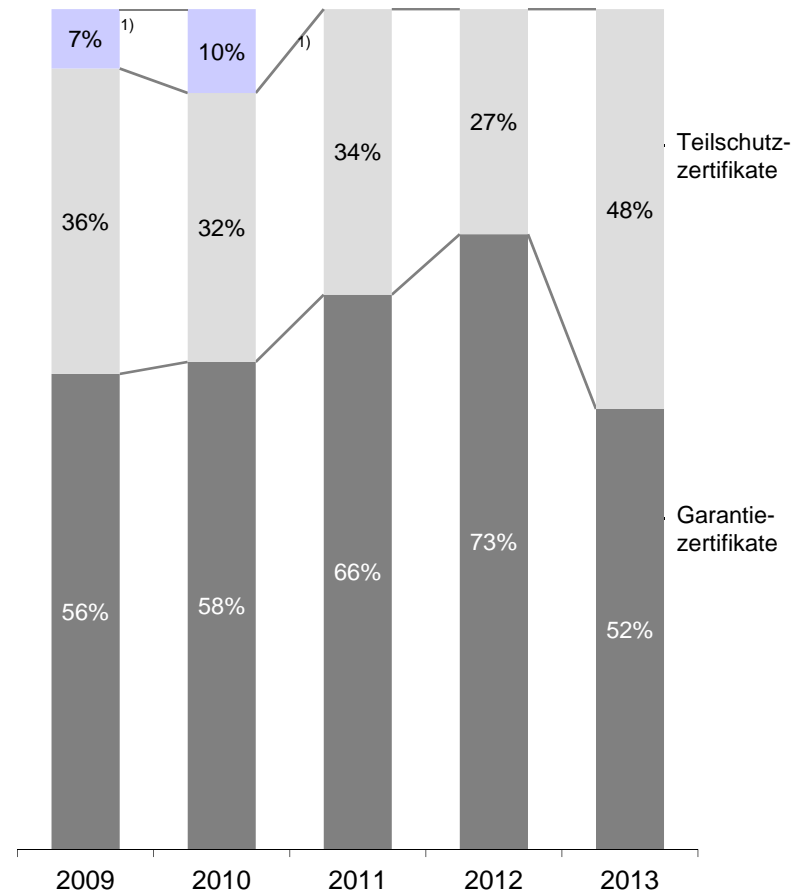
Die Bedeutung von Garantiezertifikaten ist im Vergleich zu den Vorjahren gesunken, auch zukünftig werden diese negativer bewertet

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

Heute (Befragung 2009, 2010, 2011, 2012 und 2013)



Auf Sicht von 3 Jahren (Befragung 2009, 2010, 2011, 2012 und 2013)

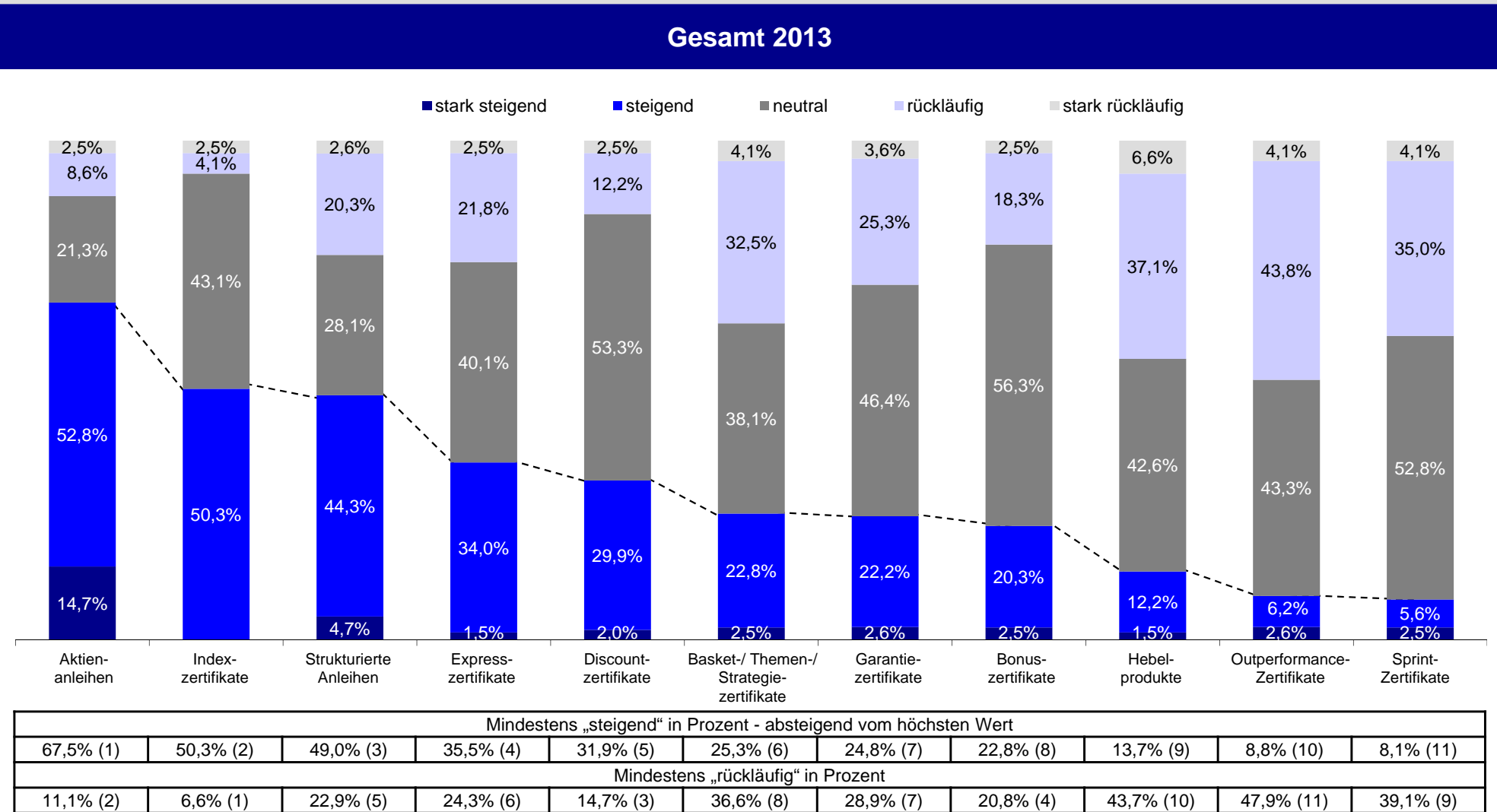


1) Nachhaltige Themen bis 2010 abgefragt; Frage: Wie viel Prozent machen die nachfolgend aufgeführten Zertifikatetypen an den gesamten in Zertifikate investierten Mitteln aus?

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

68% der Studienteilnehmer rechnen innerhalb der nächsten drei Jahre mit einem steigenden Absatz von Aktienanleihen, Sprint-Zertifikaten wird am wenigsten Absatzpotential beigemessen

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?

Garantiezertifikaten wird deutlich weniger häufig ein steigendes Absatzpotential in den nächsten drei Jahren beigemessen als noch in den Vorjahren

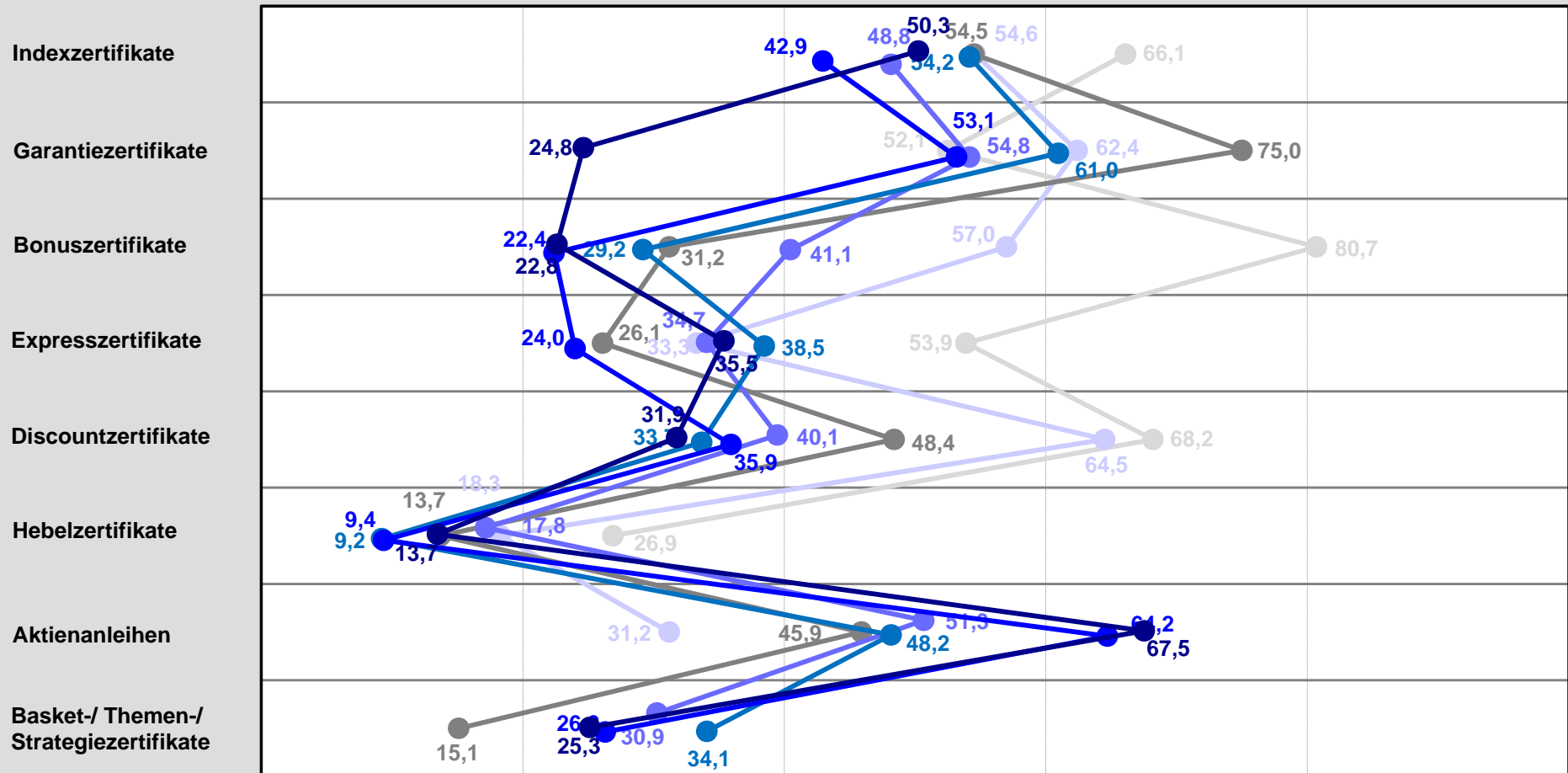
Entwicklung des Absatzes unterschiedlicher Zertifikate innerhalb der nächsten drei Jahren

(Alle Angaben in Prozent)

● 2007 ● 2008 ● 2009 ● 2010 ● 2011 ● 2012 ● 2013

Prozentualer Anteil der Antworten „stark steigend“ und „steigend“

20% 40% 60% 80% 100%



Sprint-Zertifikate, Outperformance-Zertifikate und Strukturierte Anleihen wurden erstmals 2011 abgefragt und sind aufgrund der kurzen Zeitreihe nicht in der Auswertung enthalten; Frage: Wie wird sich der Absatz der folgenden Zertifikate Ihrer Meinung nach innerhalb der nächsten 3 Jahre entwickeln?

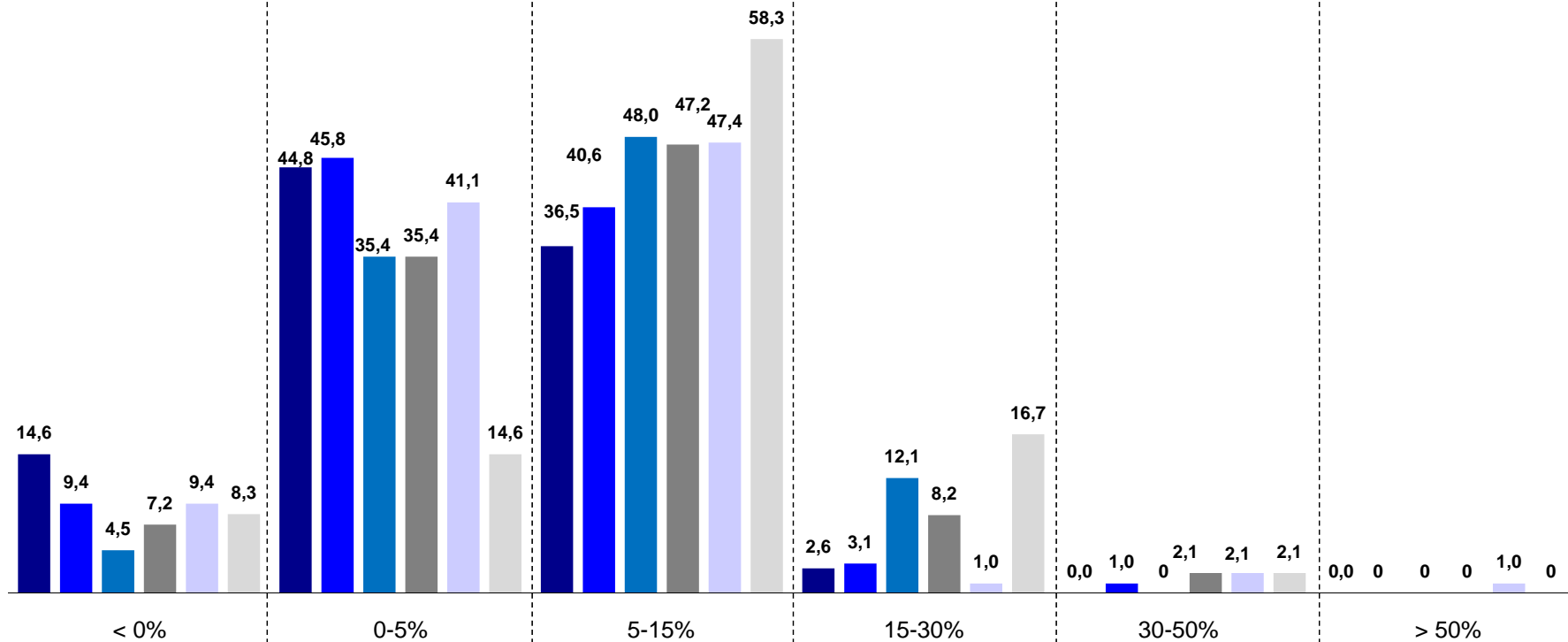
Im Vergleich zum Vorjahr rechnen wesentlich mehr Studienteilnehmer mit einer negativen jährlichen Wachstumsrate in den nächsten fünf Jahren

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

Vergleich Gesamt 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 und 2013

(Alle Angaben in Prozent)

■ 2008 ■ 2009 ■ 2010
■ 2011 ■ 2012 ■ 2013



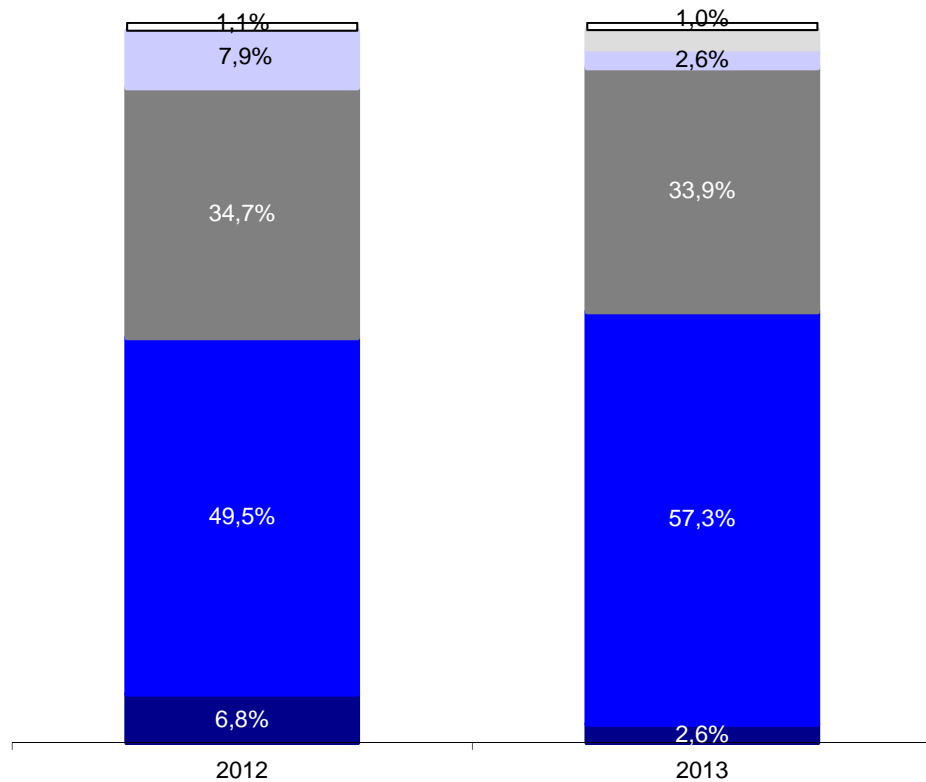
Frage: Wie hoch schätzen Sie die jährliche Wachstumsrate des Zertifikatemarktes in Deutschland innerhalb der nächsten 5 Jahre ein?

Zukünftig gehen die Studienteilnehmer mehrheitlich von einer steigenden Bedeutung des Sekundärmarktes für Zertifikate aus

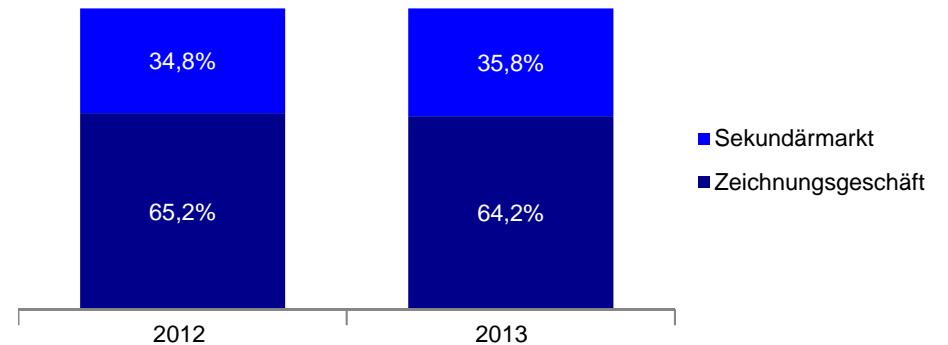
Entwicklung der Bedeutung des Sekundärmarktes für Zertifikate im Vergleich zum Zeichnungsgeschäft

In den nächsten Jahren¹

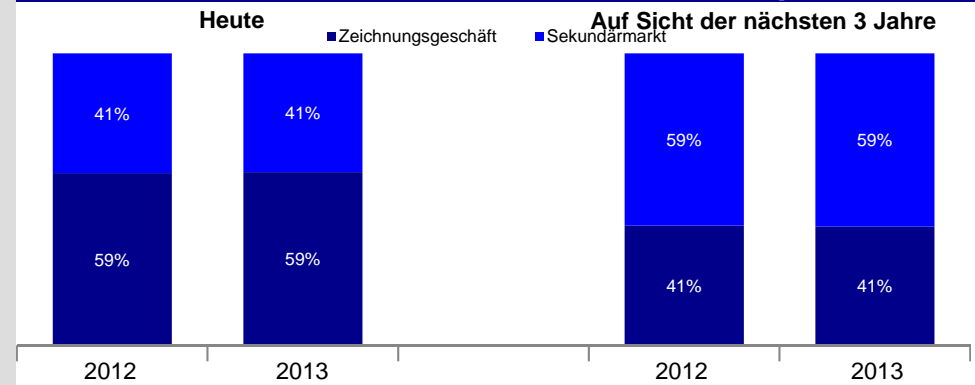
■ stark steigend
 ■ steigend
 ■ neutral
 ■ rückläufig
 ■ stark rückläufig
 □ weiß nicht



Schwerpunkt bei der Kundenberatung zu Zertifikaten²



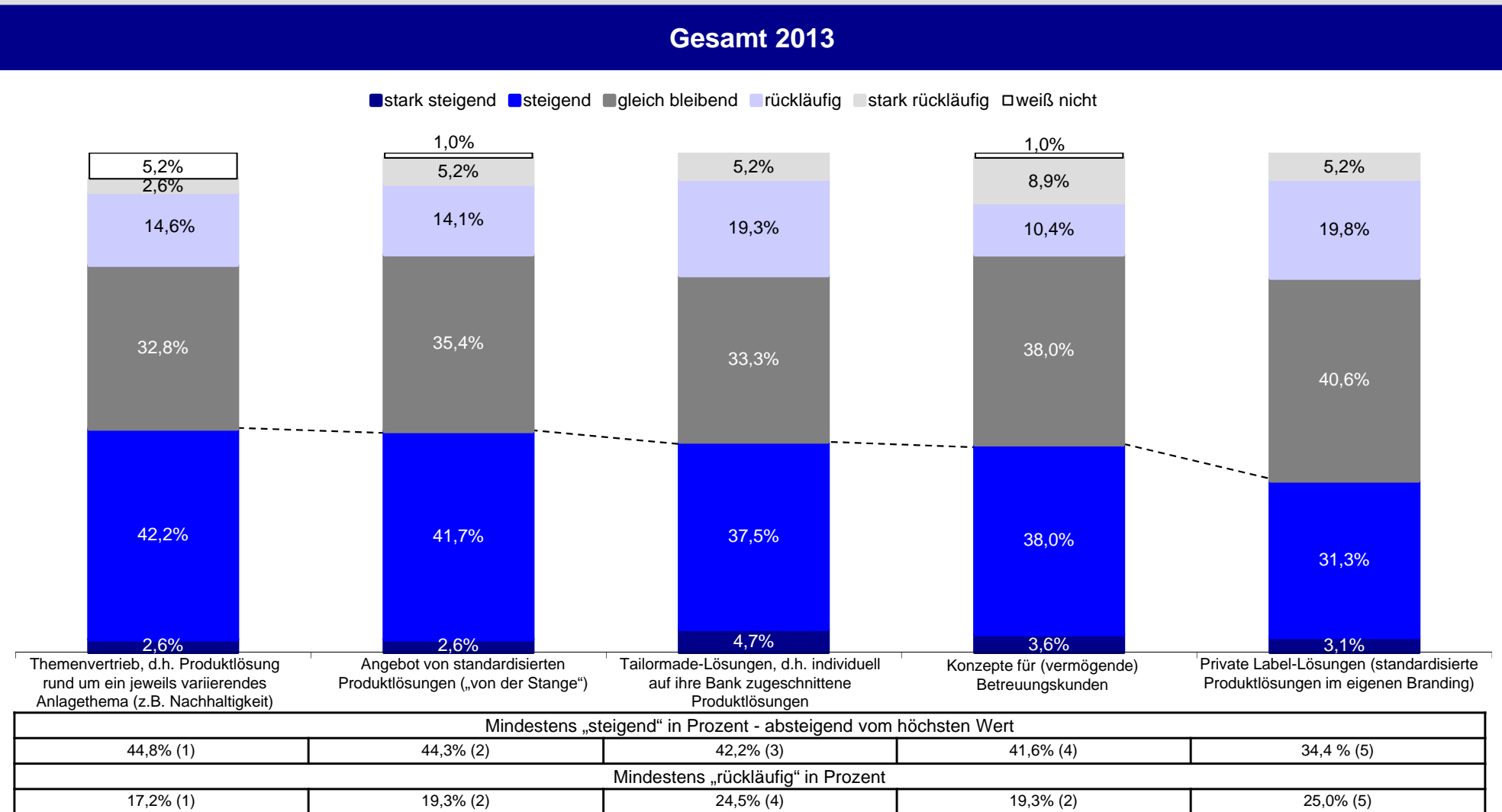
Anteile der Geschäfte über den Primär- und Sekundärmarkt bei den betreuten Zertifikateportfolien³



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?

Der Themenvertrieb sowie ein Angebot von standardisierten Produktlösungen werden als Lösungsansätze im Zertifikatevertrieb in den nächsten drei Jahren deutlich an Bedeutung gewinnen

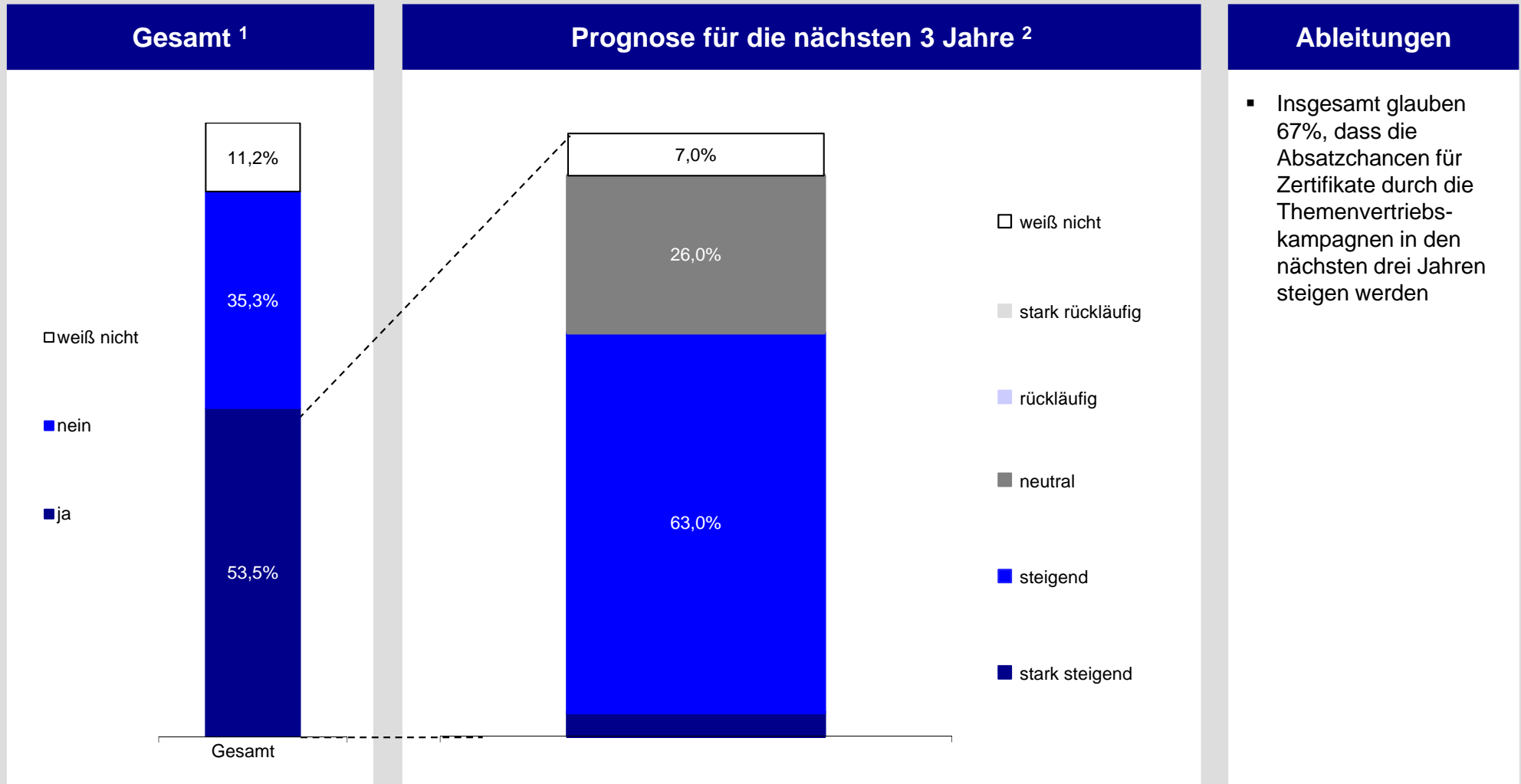
Entwicklung folgender Lösungsansätze im Zertifikatevertrieb in den nächsten 3 Jahren



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

Über die Hälfte der Studienteilnehmer sehen Absatzchancen für Zertifikate im Rahmen von Themenvertriebskampagnen

Absatzchancen für Zertifikate im Rahmen von Themenvertriebskampagnen (bspw. zum Thema Nachhaltigkeit)



Ableitungen

- Insgesamt glauben 67%, dass die Absatzchancen für Zertifikate durch die Themenvertriebskampagnen in den nächsten drei Jahren steigen werden

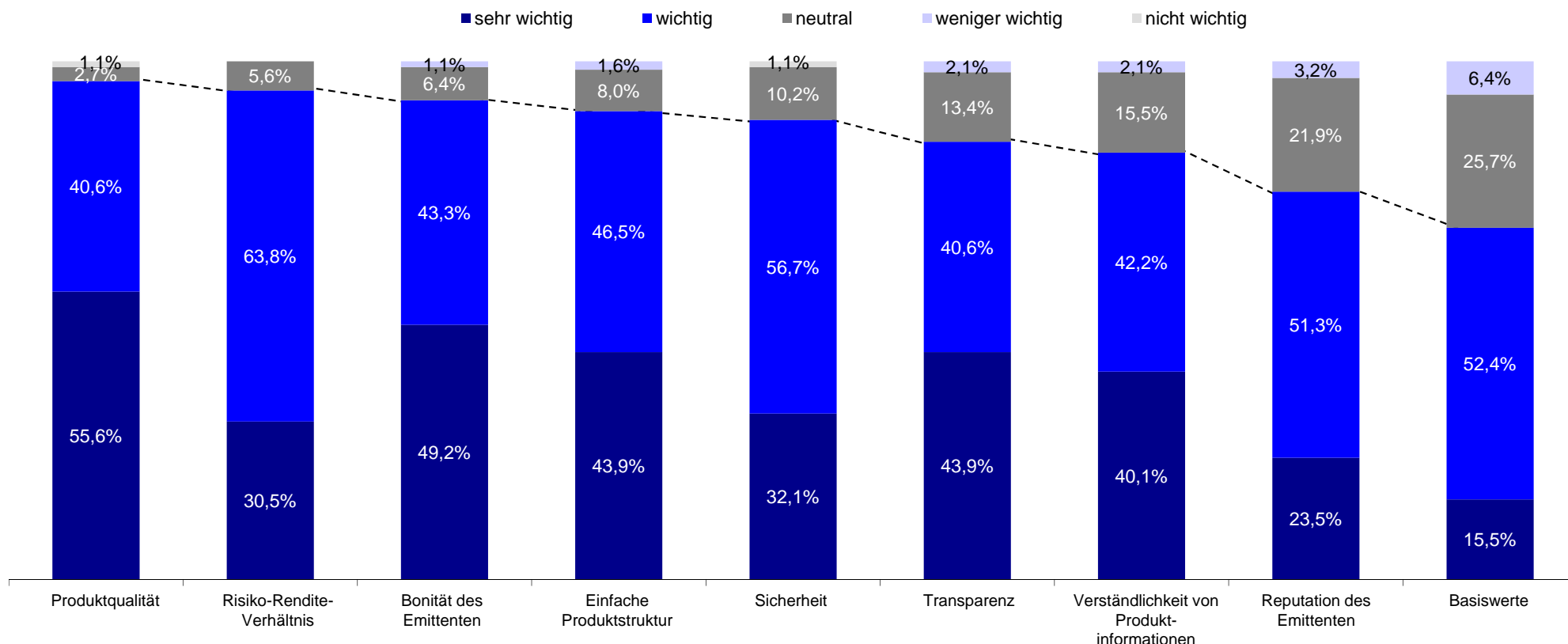
Frage: 1) Sehen Sie im Rahmen von Themenvertriebskampagnen (bspw. Zum Thema Nachhaltigkeit) Absatzchancen für Zertifikate? 2) Wenn ja, wie werden sich durch Themenvertriebskampagnen die Absatzchancen für Zertifikate in den nächsten drei Jahren Ihrer Meinung nach entwickeln?

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

96% erachten die Produktqualität für einen sehr wichtigen Erfolgsfaktor von Zertifikaten

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

Gesamt 2013



Mindestens „wichtig“ in Prozent - absteigend vom höchsten Wert								
96,2% (1)	94,3% (2)	92,5% (3)	90,4% (4)	88,8% (5)	84,5% (6)	82,3% (7)	74,8% (8)	67,9% (9)
Mindestens „weniger wichtig“ in Prozent								
1,1% (2)	0,0% (1)	1,1% (2)	1,6% (5)	1,1% (2)	2,1% (6)	2,1% (6)	3,2% (9)	6,4% (10)

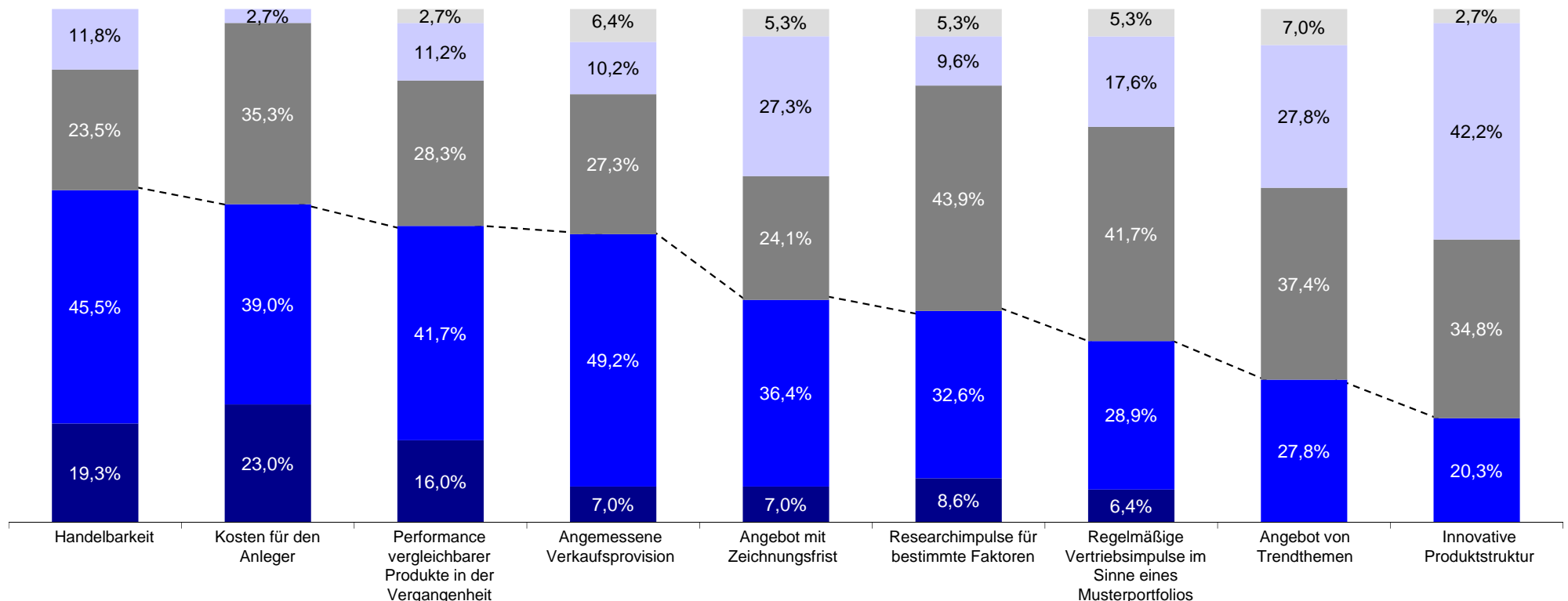
Frage: Wie wichtig sind Ihrer Ansicht nach die folgenden Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten?

Lediglich 20% bewerten eine innovative Produktstruktur als wichtigen Erfolgsfaktor von Zertifikaten

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

Gesamt 2013

■ sehr wichtig ■ wichtig ■ neutral ■ weniger wichtig ■ nicht wichtig



Mindestens „wichtig“ in Prozent - absteigend vom höchsten Wert								
64,8% (1)	62,0% (2)	57,7% (3)	56,2% (4)	43,4% (5)	41,2% (6)	35,3% (7)	27,8% (8)	20,3% (9)
Mindestens „weniger wichtig“ in Prozent								
11,8% (11)	2,7% (8)	13,9% (12)	16,6% (14)	32,6% (16)	14,9% (13)	22,9% (15)	34,8% (17)	44,9% (18)

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

Die Reputation und Bonität des Emittenten sind, wie schon in den Vorjahren, von hoher Bedeutung und liegen aktuell weit über dem Niveau von 2007

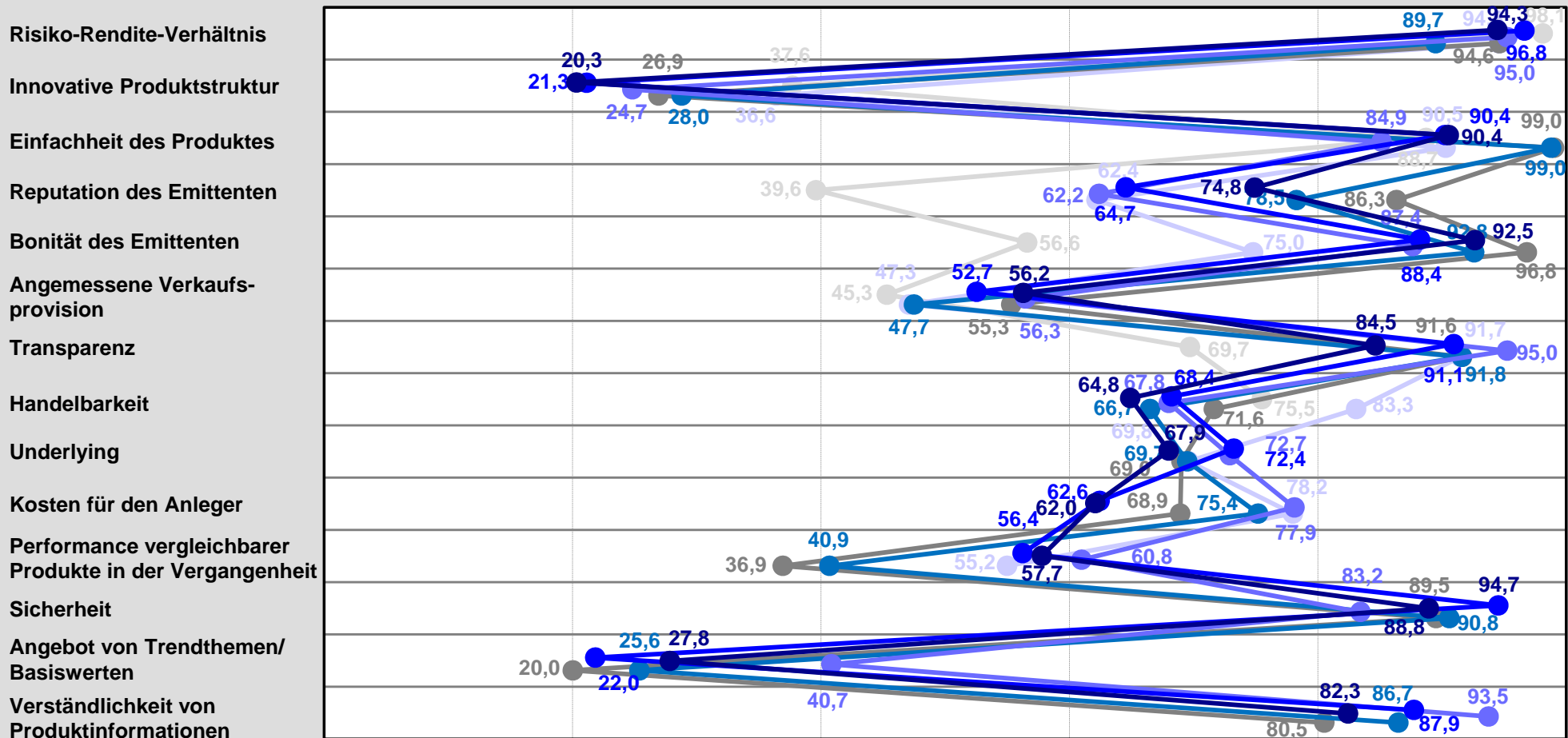
Bedeutung folgender Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten

(Alle Angaben in Prozent)

● 2007 ● 2008 ● 2009 ● 2010 ● 2011 ● 2012 ● 2013

Prozentualer Anteil der Antworten „sehr wichtig“ und „wichtig“

20% 40% 60% 80% 100%

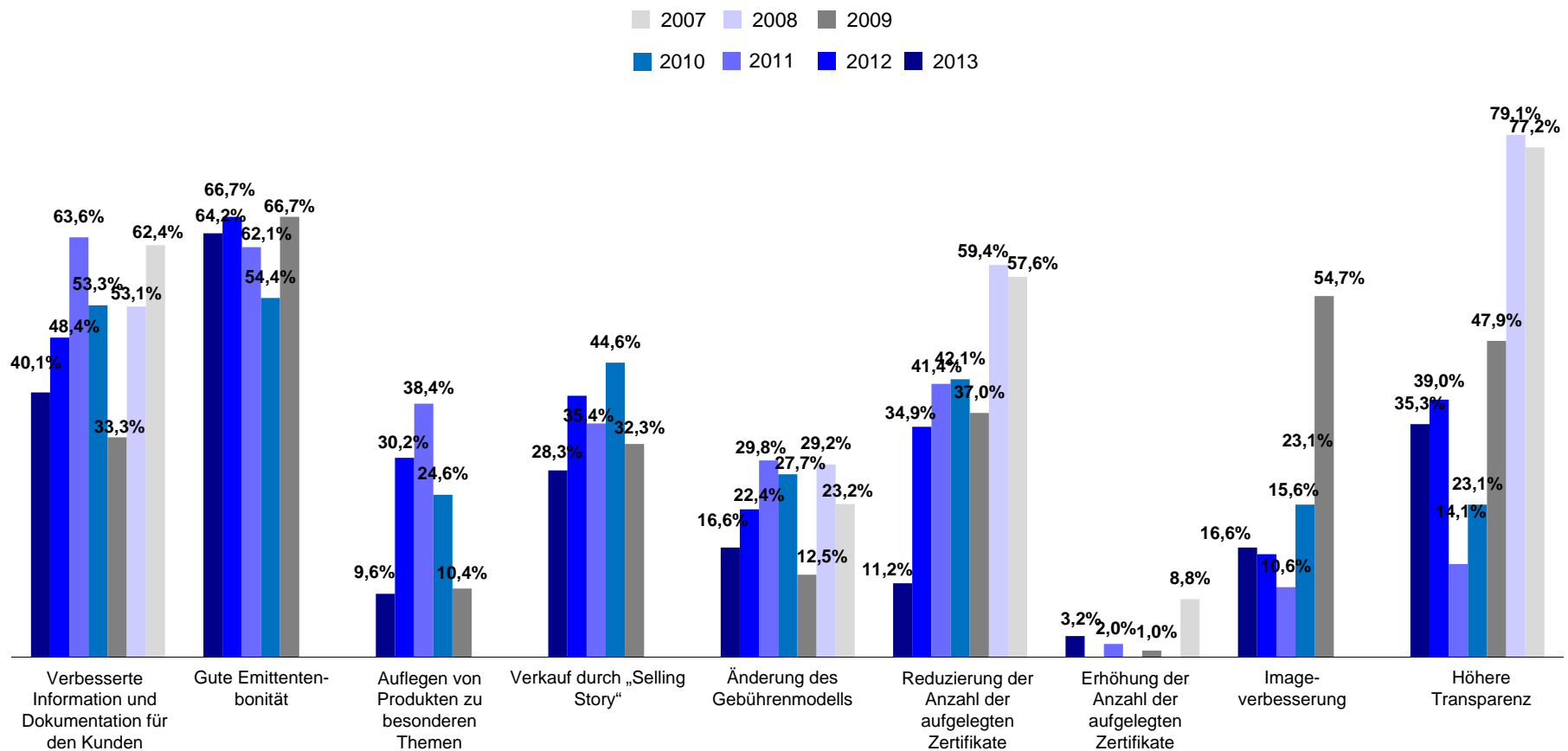


Underlying, Kosten für den Anleger, Performance vergleichbarer Produkte und Sicherheit erstmals 2008 abgefragt; Angebot von Trendthemen und Verständlichkeit erstmals 2009 abgefragt; Angebot mit einer Zeichnungsfrist und Produktqualität wurden erstmals 2011 abgefragt und sind aufgrund der kurzen Zeitreihe nicht in der Auswertung enthalten; Frage: Wie hoch schätzen Sie die jährliche Wachstumsrate des Zertifikatemarktes in Deutschland innerhalb der nächsten 5 Jahre ein?

Das Auflegen von Produkten zu besonderen Themen hat im Vergleich zum Vorjahr deutlich an Bedeutung verloren

Wichtigste Punkte, um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen

Vergleich Gesamt 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 und 2013



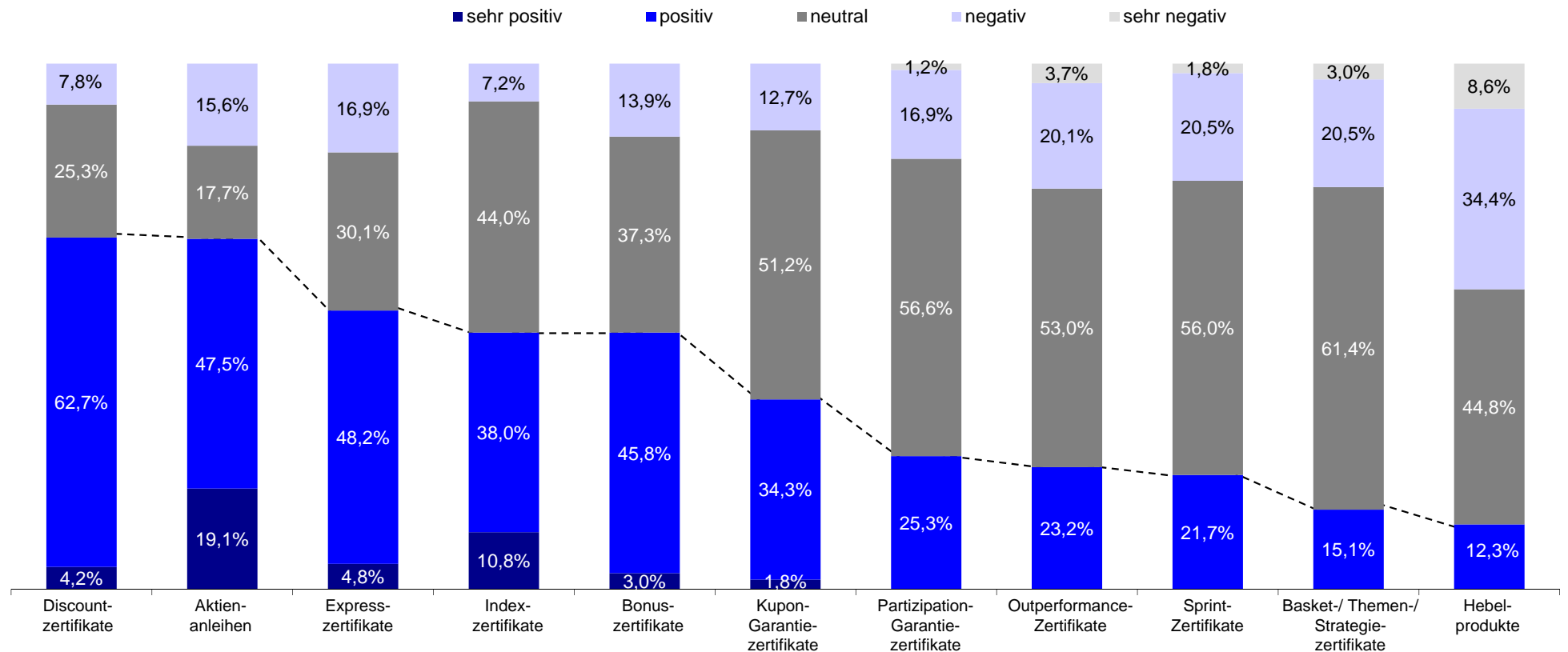
Frage: Was sind aus Ihrer Sicht die drei wichtigsten Punkte, um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen?

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

Insgesamt wird Discount-Zertifikaten das positivste Rendite-Risiko-Profil zugemessen

Einschätzung des Rendite-Risiko-Profiles der nachfolgenden Zertifikatgruppen

Gesamt 2013

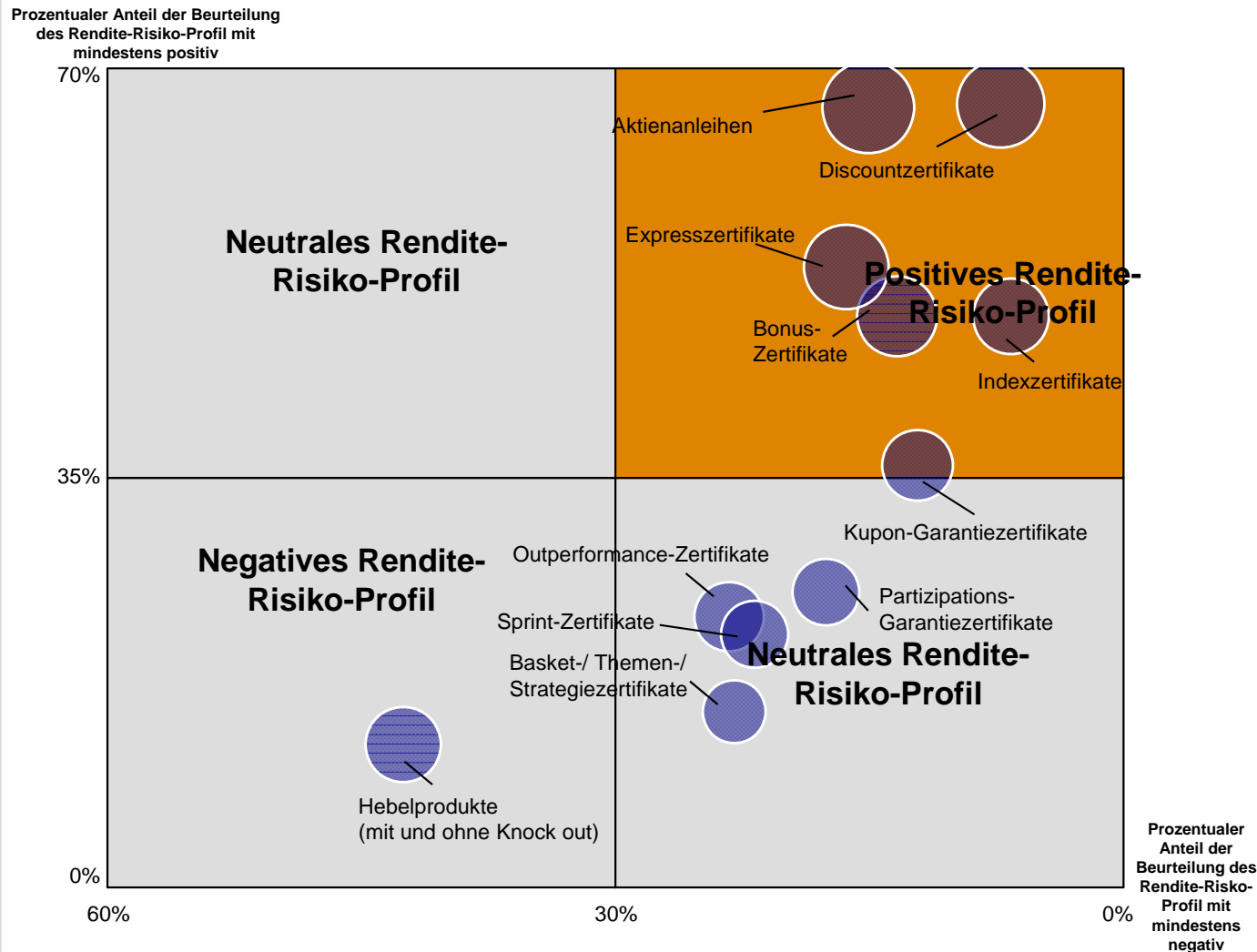


Mindestens „positiv“ in Prozent - absteigend vom höchsten Wert										
66,9% (1)	66,6% (2)	53,0% (3)	48,8% (4)	48,8% (4)	36,1% (6)	25,3% (7)	23,2% (8)	21,7% (9)	15,1% (10)	12,3% (11)
Mindestens „negativ“ in Prozent										
7,8% (2)	15,6% (5)	16,9% (6)	7,2% (1)	13,9% (4)	12,7% (3)	18,1% (7)	23,8% (10)	22,3% (8)	23,5% (9)	43,0% (11)

Frage: Wie schätzen Sie das Rendite-Risiko-Profil des nachfolgenden Produktportfolios aus Zertifikatgruppen, Bank- und Kapitalmarktprodukten ein?

Aktienanleihen und Discountzertifikate haben aus Sicht der Studienteilnehmer das attraktivste Rendite-Risiko-Profil

Einschätzung des Rendite-Risiko-Profiles der nachfolgenden Zertifikatgruppen



Ableitungen

- Am wenigsten positiv bewerten die Studienteilnehmer das Rendite-Risiko-Profil von Hebelprodukten
- Innerhalb der Garantiezertifikate wird Kupon-Garantiezertifikaten ein positiveres Rendite-Risiko-Profil zugemessen als Partizipations-Garantiezertifikaten

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



Frage: Wie schätzen Sie das Rendite-Risiko-Profil des nachfolgenden Produktportfolios aus Zertifikatgruppen, Bank- und Kapitalmarktprodukten ein?

Im Vergleich zu 2012 hat sich die Einschätzung des Rendite-Risiko-Profiles von Kupon-Garantiezertifikaten deutlich verschlechtert

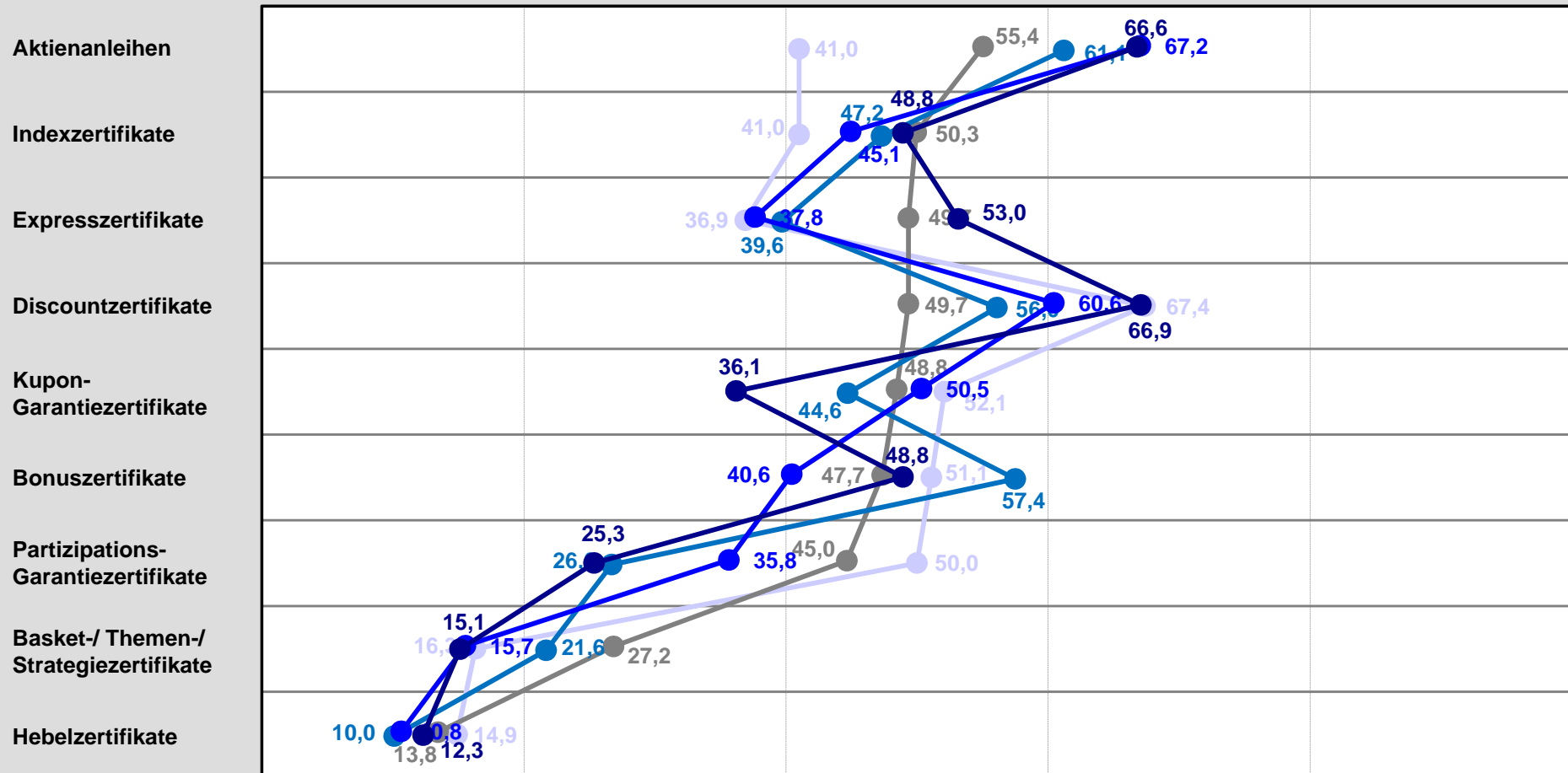
Einschätzung des Rendite-Risiko-Profiles der nachfolgenden Zertifikatgruppen

(Alle Angaben in Prozent)

● 2009 ● 2010 ● 2011 ● 2012 ● 2013

Prozentualer Anteil der Antworten „sehr positiv“ und „positiv“

20% 40% 60% 80% 100%

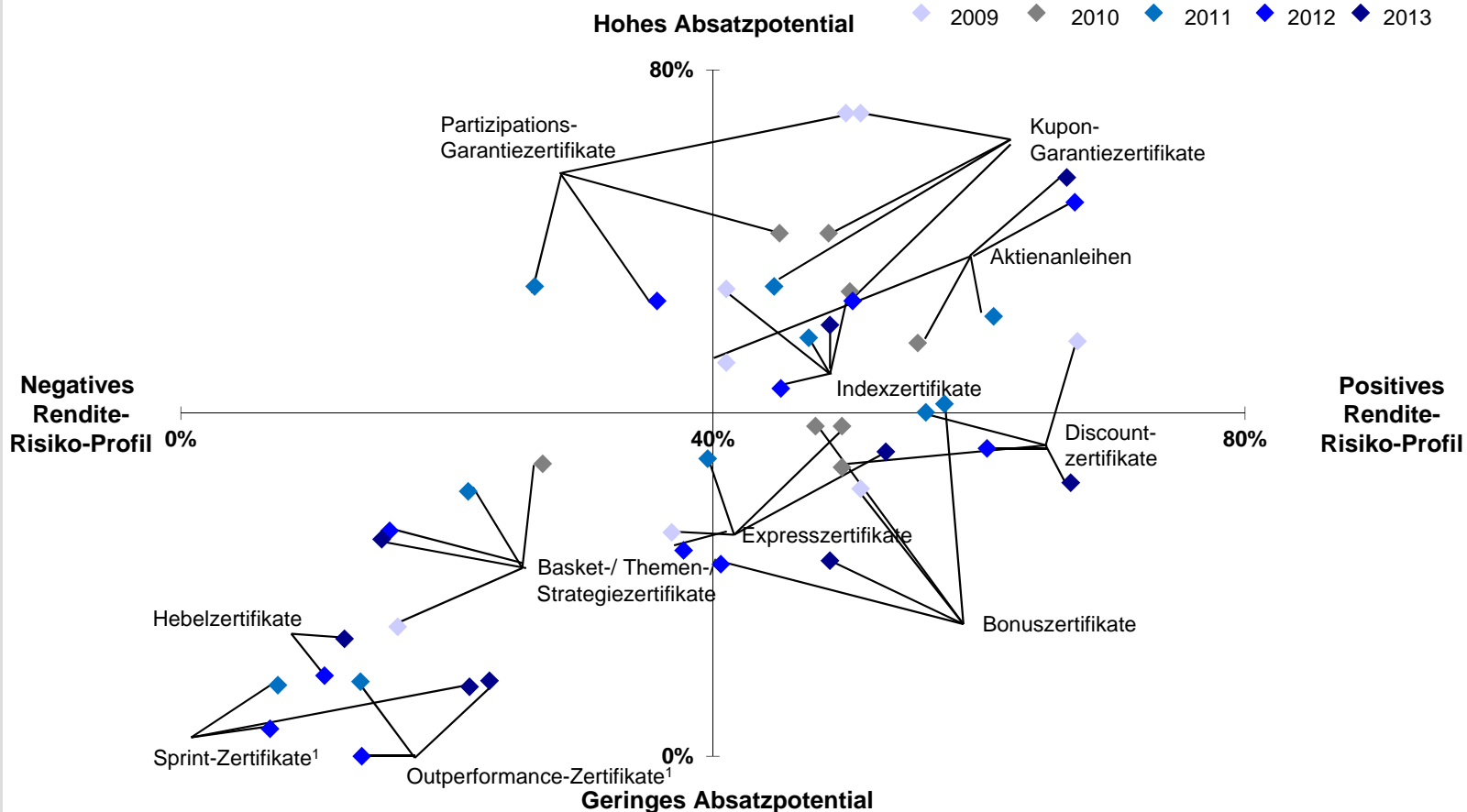


Outperformance- und Sprintzertifikate wurden erstmals 2011 abgefragt und sind aufgrund der kurzen Zeitreihe nicht in der Auswertung enthalten; Frage: Wie schätzen Sie das Rendite-Risiko-Profil des nachfolgenden Produktportfolios aus Zertifikatgruppen, Bank- und Kapitalmarktprodukten ein?

Während die Einschätzung des Rendite-Risiko-Profiles von Aktienanleihen etwa auf dem Niveau des Vorjahrs liegt, wird das Absatzpotential höher eingeschätzt

Kombinierte Auswertung: Rendite-Risiko-Profil und Absatz in den nächsten 3 Jahren

Vergleich 2009, 2010, 2011, 2012 und 2013



Ableitungen

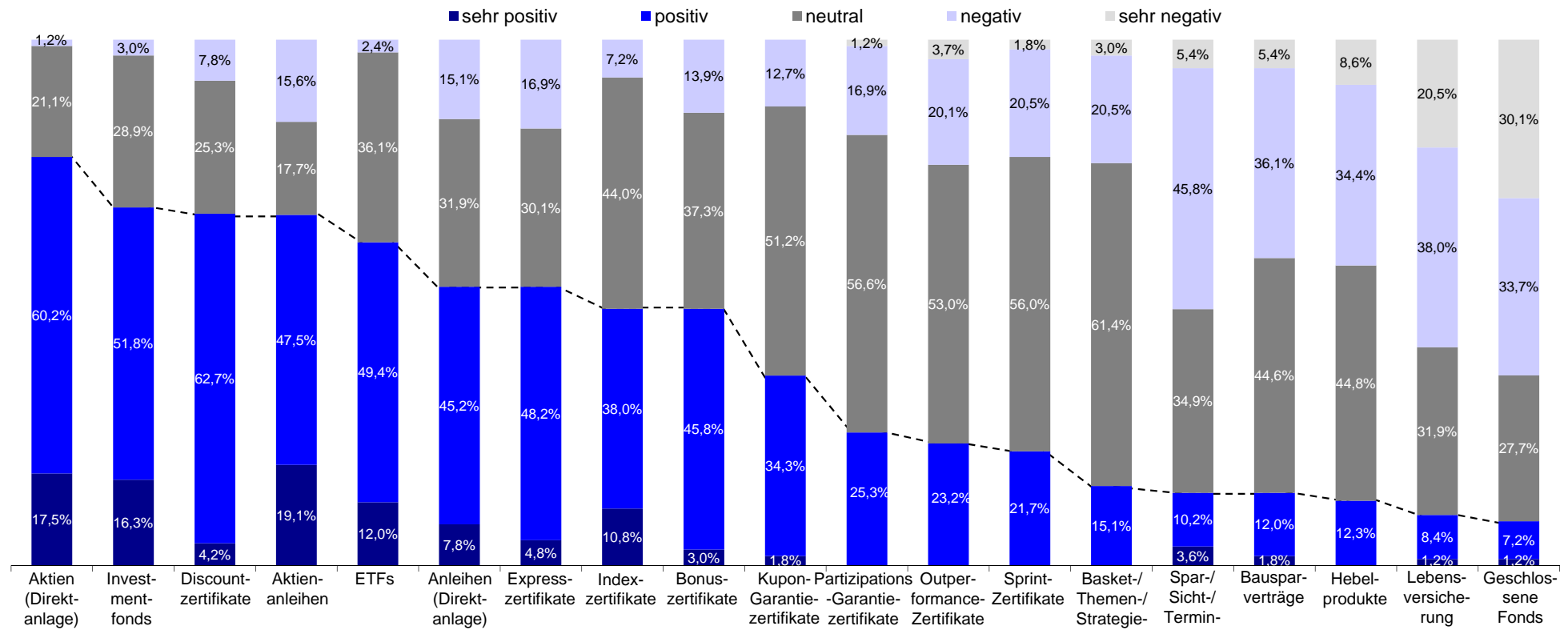
- Das Rendite-Risiko-Profil bei Discountzertifikaten wird positiver eingeschätzt als noch in den Jahren zuvor, allerdings wird das Absatzpotential weniger attraktiv bewertet
- Bei Outperformance- und Sprint-Zertifikaten hat sich die Einschätzung zum Rendite-Risiko-Profil verbessert, das Absatzpotential wird in etwa wie im letzten Jahr bewertet

1) 2011 erstmals abgefragt Frage: Wie schätzen Sie die das Rendite-Risiko-Profil des nachfolgenden Produktportfolios aus Zertifikatgruppen, Bank- und Kapitalmarktprodukten ein?

Direktanlagen in Aktien sowie Investmentfonds wird, über alle Anlageprodukte hinweg, das positivste Rendite-Risiko-Profil zugemessen

Einschätzung des Rendite-Risiko-Profiles der nachfolgenden Bank- und Kapitalmarktprodukte sowie Zertifikaten

Gesamt 2013



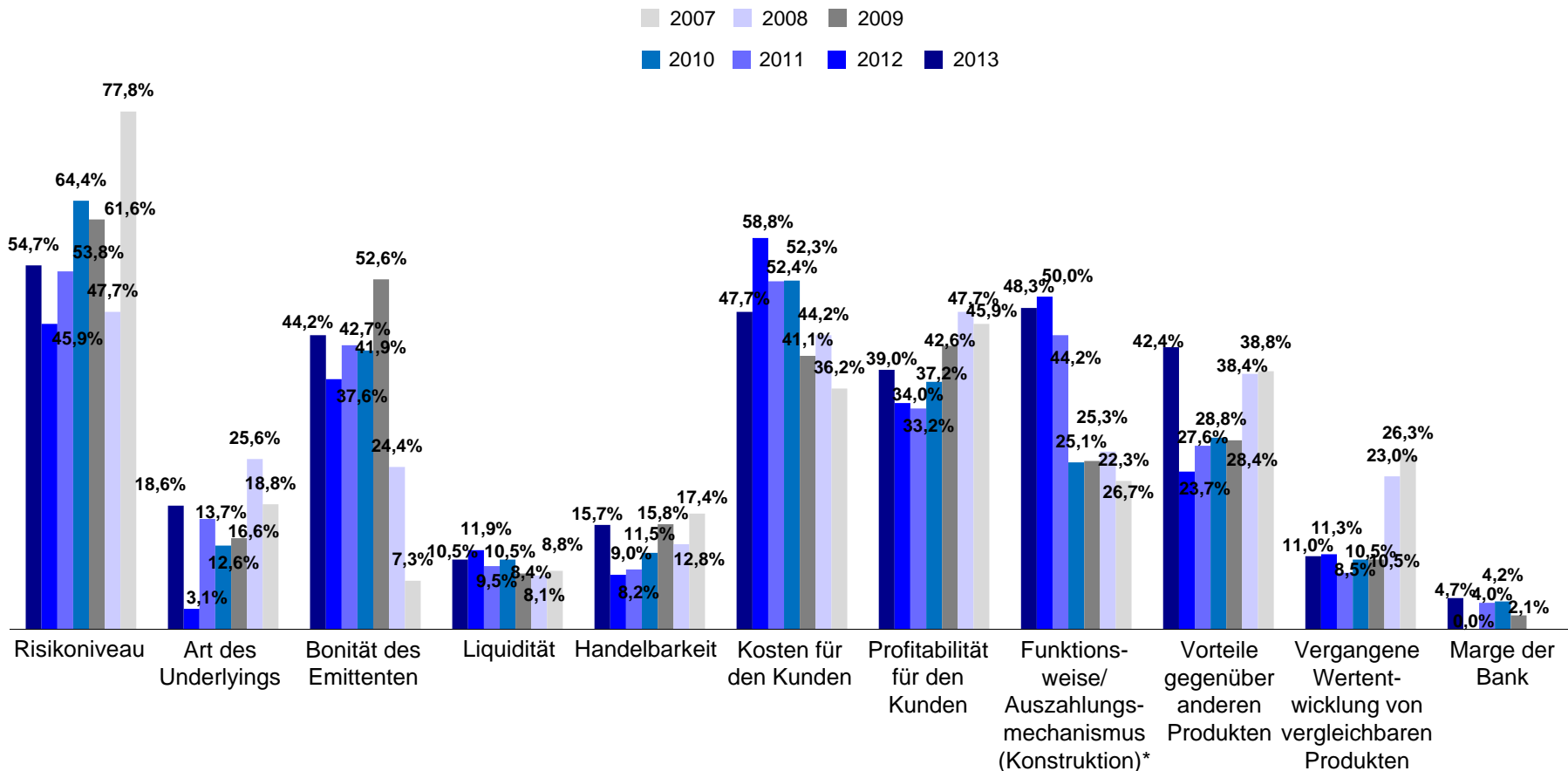
Mindestens „positiv“ in Prozent - absteigend vom höchsten Wert																		
77,7% (1)	68,1% (2)	66,9% (3)	66,6% (4)	61,4% (5)	53,0% (6)	53,0% (6)	48,8% (8)	48,8% (8)	36,1% (10)	25,3% (11)	23,2% (12)	21,7% (13)	15,1% (14)	13,8% (15)	13,8% (15)	12,3% (17)	9,6% (18)	8,4% (19)
Mindestens „negativ“ in Prozent																		
1,2% (1)	3,0% (3)	7,8% (5)	15,6% (9)	2,4% (2)	15,1% (8)	16,9% (10)	7,2% (4)	13,9% (7)	12,7% (6)	18,1% (11)	23,8% (14)	22,3% (12)	23,5% (13)	51,2% (17)	41,5% (15)	43,0% (16)	58,5% (18)	63,8% (19)

Frage: Wie schätzen Sie das Rendite-Risiko-Profil des nachfolgenden Produktportfolios aus Zertifikatgruppen, Bank- und Kapitalmarktprodukten ein?

Im Vergleich zu 2012 werden die Studienteilnehmer von den Kunden deutlich häufiger nach der Art des Underlyings sowie den Vorteilen gegenüber anderen Produkten gefragt

Häufigste gestellte Fragen der Kunden im Zusammenhang mit Zertifikaten

Vergleich Gesamt 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 und 2013



* 2007/2008/2009/2010: Konstruktion

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

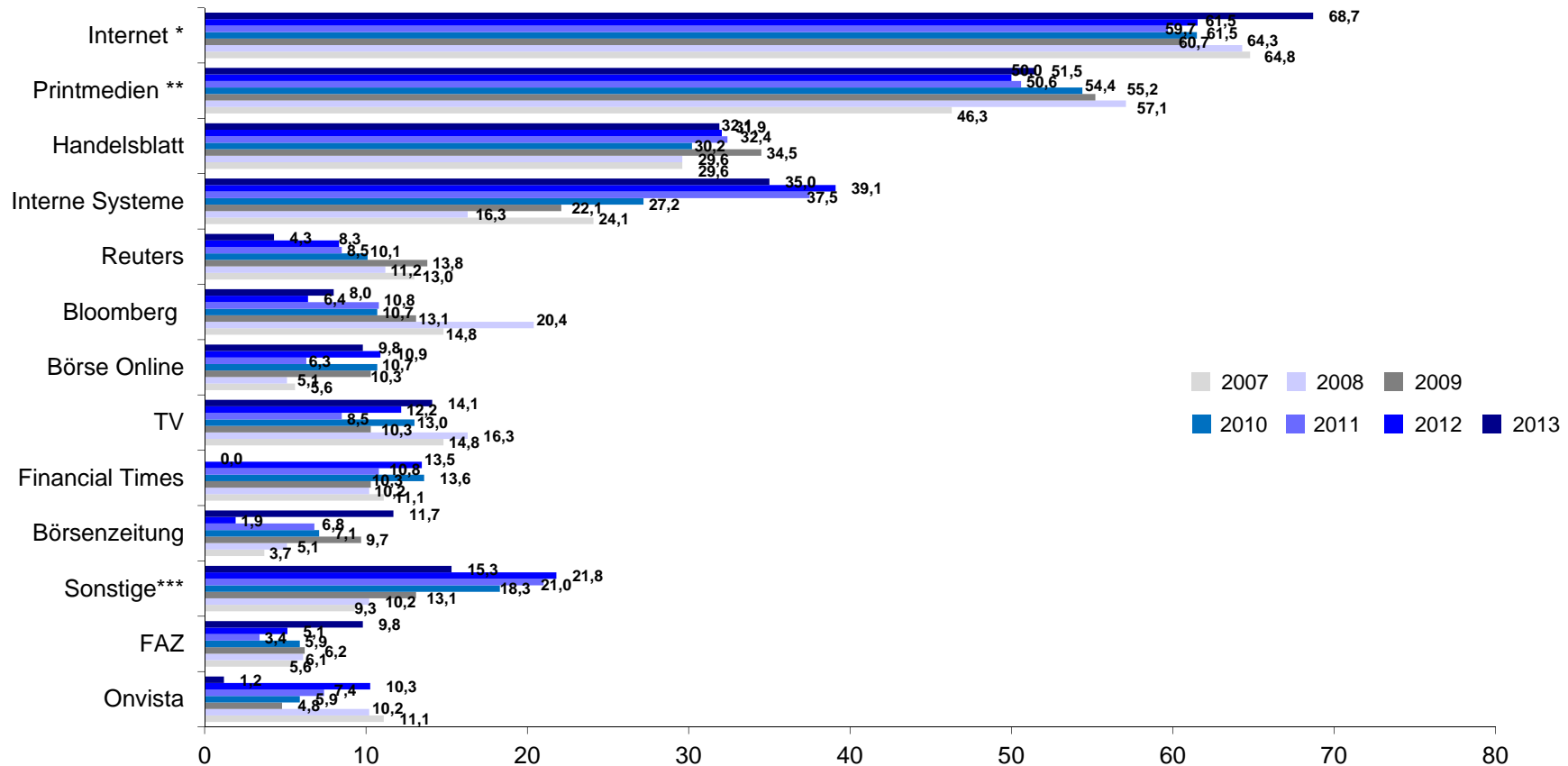
- Ziele und Methodik
- Zusammenfassung: Key Learnings
- Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“
 - Kunde
 - Markt
 - Zertifikate
 - Verständnis Berater - Kunde
 - **Medien**

Das Internet als Informationsquelle für allgemeine Finanzinformationen hat im Vergleich zu den letzten Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen

Genutzte Medien zur allgemeinen Finanzinformation (offene Frage)

Vergleich Gesamt 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 und 2013

(Alle Angaben in Prozent)



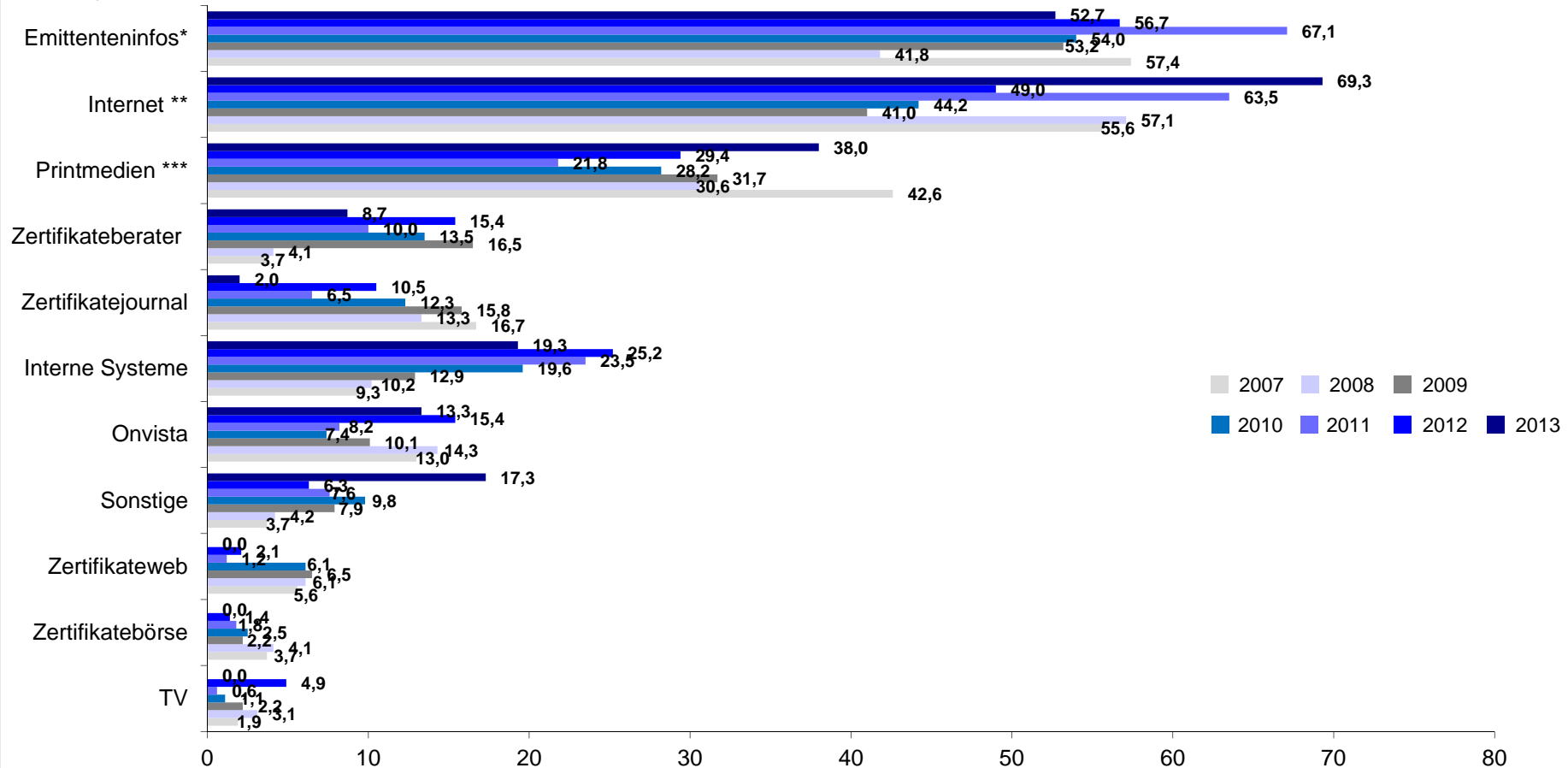
*) Ex. Onvista, **) Ex. Handelsblatt, Financial Times, FAZ, Börsenzeitung, Börse Online ***) Sonstige inkl. Infomaterial der DZ Bank; Frage: Welche Medien nutzen Sie zu Ihrer Informationsbeschaffung rund um die Geldanlage – zur allgemeinen Finanzinformation?

Während das Internet als Informationsquelle für Zertifikate im Vergleich zum vergangenen Jahr deutlich an Bedeutung gewonnen hat, haben Emittenteninformationen etwas an Relevanz verloren

Genutzte Medien zur speziellen Information rund um Zertifikate (offene Frage)

Vergleich Gesamt 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 und 2013

(Alle Angaben in Prozent)



*) Ex. Infos DZ Bank **) Ex. Onvista, Zertifikateweb ***) Ex. Börse Online, Zertifikatejournal, Zertifikateberater, Zertifikatebörse; Frage: Welche Medien nutzen Sie zu Ihrer Informationsbeschaffung rund um die Geldanlage – zur speziellen Information rund um Zertifikate?



**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



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: michael.stoerrle@dzbank.de