

Studieninformation



## Investmentfonds-Studie

Studieninformation zur Befragung von Beratern  
und Zentralverantwortlichen in Banken & Sparkassen,  
unabhängigen Finanzdienstleistern, unabhängigen  
Vermögensverwaltern und Versicherungen  
zum Vertrieb von Investmentfonds  
im Januar/Februar 2009

## Die Studienautoren

### Durchführung der Studie:



MC4MS

### Wissenschaftlicher Partner der Studie:



Lehrstuhl Bankbetriebslehre  
der Universität Mainz

### Medienpartner der Studie:



Fonds professionell

## Studiendesign

### Methode

- Quantitative Erhebung über einen Online-Fragebogen

### Teilnehmer

**Insgesamt wurden 374 Personen befragt, die sich wie folgt unterteilen lassen:**

- **Art des Finanzdienstleisters**

-Bank/Sparkasse	36%
-Unabhängige Finanzdienstleister	53%
-Unabhängige Vermögensverwalter	7%
-Versicherungen	4%

- \* **innerhalb des Segments Bank/Sparkasse:**

Private Geschäftsbanken (43%), Sparkassen (31%)  
und VR-Banken (26%)

- \* **innerhalb des Segments Unabhängige Finanzdienstleister:**

Berater in Finanzvertrieben (23%), Berater an Pools  
angeschlossen (20%) und freie Berater (53%), Sonstiges (5%)

- **Tätigkeit im Kundensegment**

-Retail-Banking	65%
-Private Banking	26%
-Private Wealth Management	9%

- **Funktion**

-Vertrieb/Kundenberatung	83%
-Zentrale (Produktmanagement, Marketing...)	17%

- **Einfluß auf Fondsanbieterauswahl**

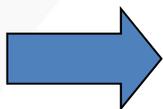
-keinen/geringen Einfluß	28%
-Beeinflussung durch interne Vorschläge	17%
-Mitentscheider	20%
-Hauptentscheider	35%

### Zeitraum

- 17. Januar 2009 bis 13. Februar 2009

## Inhalte und Zielsetzung der Investmentfonds-Studie

- Tiefgehende Befragung in der Finanzdienstleistungsindustrie zum **Vertrieb von Investmentfonds** mit aktueller Markteinschätzung, Bekanntheit/Bewertung von Fondsgesellschaften etc.
- Ermittlung, welche **Kriterien Finanzdienstleister bei der Fondsanbieterwahl** und dem **Vertrieb von Investmentfonds** haben und wie wichtig dabei einzelne **Leistungsfaktoren von Fondsgesellschaften** sind  
=> die Bedeutung von mehr als 50 Leistungsfaktoren wird hierbei abgefragt
- **Bekanntheit und Empfehlung der wichtigsten Investmentfonds-Anbieter** in Deutschland
- Detailanalysen zu folgenden Themenbereichen:
  - Markteinschätzung z.B. Einschätzung Entwicklung des Investmentfondsvolumens
  - Bekanntheit: z.B. wie bekannt sind Fondsgesellschaften?
  - Kundenempfehlung z.B. welche Fondsgesellschaften werden empfohlen?
  - Bedeutung Leistungsfaktoren z.B. wie wichtig sind einzelne Leistungsfaktoren einer KAG?
  - Bewertung führender KAG: z.B. wie werden führende KAG bewertet?
- Auswertung der **Ergebnisse über alle Befragten** sowie über **diverse Teilsegmentanalysen** wie z.B. Typ des Finanzdienstleisters, Funktion und Einflußnahme auf Anbieterauswahl



**Die große Investmentfonds-Studie ermöglicht u.a. eine sehr umfangreiche Analyse der Bedeutung verschiedener Leistungsfaktoren von Fondsgesellschaften für die Anbieterauswahl von Finanzdienstleistungsunternehmen**

## Die hohe Teilnehmeranzahl ermöglichte diverse Segmentanalysen

Studienergebnisse über alle Befragten

Analysedimension „Art des Finanzdienstleisters“

- Bank/Sparkasse vs.
- Unabhängige Finanzdienstleister vs.
- Unabhängige Vermögensverwalter vs.
- Versicherungen

Analysedimension „Teilsegmente Bank/Sparkasse“

- Private Geschäftsbanken vs.
- Sparkassen vs.
- VR-Banken

Analysedimension „Teilsegmente Unabhängige Finanzdienstleister“

- Berater in Finanzvertrieben vs.
- Berater an Pools angeschlossen vs.
- Freie Berater

Analysedimension „Tätigkeit im Kundensegment“

- Retail-Banking vs.
- Private Banking vs.
- Private Wealth Management

Analysedimension „Funktion Vertrieb vs. Zentrale“

- Vertrieb/Kundenberatung vs.
- Zentralfunktion: Produktmanagement, Marketing, Vertriebssteuerung

Analysedimension „Grad der Einflußnahme auf Anbieterauswahl“

- kein Einfluß vs. Beeinflußer vs. Mitentscheider, vs. Hauptentscheider

BASIS-  
PRÄSENTATION

SEGMENT-  
ANALYSEN

## Die drei Großen im Drittvertrieb wurden zudem sehr detailliert analysiert

### Spezialanalyse mit detaillierter Bewertung von AGI, DWS und Fidelity

Die Spezialanalyse umfaßt eine **sehr detaillierte Bewertung der Leistungsfaktoren** der drei großen Player im Drittvertrieb **Allianz Global Investors, DWS und Fidelity**.

Mehr als **50 Leistungsfaktoren dieser drei Fondsgesellschaften** werden in den folgenden Hauptbereichen bewerten:

- I **Marke und Image**
- II **Produktpalette**
- III **Produktqualität**
- IV **Informations- und Marketingmaterialien**
- V **Betreuung durch Sales Manager / Sales-Support**
- VI **Konditionen und Gebühren**
- VII **Abwicklung durch Fondsgesellschaft**
- VIII **Gesamtbewertung**

Die Analyse zu AGI, DWS und Fidelity erfolgte sowohl über alle befragten Teilnehmer als auch über Teilsegmente:

über alle Befragten	über einzelne Segmente
374 Teilnehmer	„Art des Finanzdienstleisters“
	„Teilsegmente Bank/Sparkasse“
	„Teilsegmente Unabhängige Finanzdienstleister“
	„Tätigkeit im Kundensegment“
	„Funktion Vertrieb vs. Zentrale“
	„Grad der Einflußnahme auf Anbieterauswahl“

Spezialanalyse mit  
Detailbewertung  
zu  
ALLIANZ GLOBAL  
INVESTORS,  
DWS  
und  
FIDELITY

# Bei den Leistungsfaktoren wurde sowohl allgemein die „Wichtigkeit“ abgefragt wie auch konkrete ausgewählte Wettbewerber hierzu bewertet

Detailbewertung über mehr als 50 Leistungsfaktoren

Bewertung Bekanntheit und Kundempfehlung

Die **Wichtigkeit** von über 50 Leistungsfaktoren von Fondsgesellschaften wurde allgemein bewertet:

- I Marke und Image**  
... 4 relevante Leistungsfaktoren
- II Produktpalette**  
... 7 relevante Leistungsfaktoren
- III Produktqualität**  
... 8 relevante Leistungsfaktoren
- IV Info- & Marketingmaterialien**  
... 4 relevante Leistungsfaktoren
- V Betreuung**  
... 14 relevante Leistungsfaktoren
- VI Konditionen & Gebühren**  
... 5 relevante Leistungsfaktoren
- VII Abwicklung**  
... 5 relevante Leistungsfaktoren
- VIII Zusammenfassende Bewertung**  
... 6 relevante Leistungsfaktoren




Analysierte Unternehmen:

- Allianz Global Investors,
- AXA Investment Managers
- Blackrock
- Carmignac Gestion,
- Cominvest
- Deka
- Dr. Jens Ehrhardt (DJE)
- DWS
- F&C Investments
- Fidelity
- Fortis Investments
- Frankfurt Trust
- ING Investment Manager
- Pictet
- Nordea
- Invesco
- Metzler
- Franklin Templeton Investments,
- Pioneer
- M&G Investment
- J.P. Morgan
- Schrodgers
- Oppenheim Trust
- threadneedle
- SEB Investment,
- Warburg Invest
- Union Investment

Wichtigkeit allgemein

Bewertung von Anbietern

## Informationen zur Unternehmensberatung MC4MS

MC4MS ist eine Managementberatung für marktorientierte Unternehmensstrategien für die Finanzindustrie in den Bereichen Research, Strategie und Marketing - immer im Hinblick auf eine Verbesserung der Marktposition der Kunden.

Im Asset Management berät MC4MS Unternehmen z.B. in Fragen des **Drittvertriebs**. Aufmerksamkeit im Asset-Management-Markt hat MC4MS zuletzt Ende 2008 mit der großen **ETF-Vertriebsstudie** zusammen mit dem portfolio Verlag erzielt ([www.etf-marktstudie.de](http://www.etf-marktstudie.de)).

Die Managementberatung MC4MS wurde von **Herrn Dipl.-Kfm. Marc Ahlers** nach langjähriger Berufserfahrung in Großunternehmen im In- und Ausland sowie in einer im Finanzdienstleistungsmarkt tätigen Top-Managementberatung Anfang 2008 gegründet. Herr Ahlers hat Betriebswirtschaftslehre an den Universitäten Mainz und Köln studiert.

[www.mc4ms.com](http://www.mc4ms.com)



Marc Ahlers

## Mehr Informationen zur Studie finden Sie auch Online:



JOHANNES  
GUTENBERG  
UNIVERSITÄT  
MAINZ



### Investmentfonds- Studie

#### Studienautoren

Lernen Sie die Autoren der Studie kennen.

#### Presse

Die Studie in der Presse.

#### Kontakt

Wir freuen uns auf Ihre Nachricht!

Januar/Februar 2009

Studienpartner:



### Investmentfonds-Studie 2009

Die große Investmentfonds-Studie analysiert aus Sicht von Banken, Sparkassen, unabhängigen Finanzdienstleistern, unabhängigen Vermögensverwaltern und Versicherungen deren Anbietersauswahl von Fondsgesellschaften und die Produktauswahl von Investmentfonds. Insbesondere wird betrachtet, was Fondsgesellschaften als Produzenten und Third-Party-Anbieter für Leistungsdimensionen bieten müssen und wie wichtig diese im Vergleich sind, um für den beratungsintensiven Vertrieb/Drittvertrieb in Frage zu kommen.

#### Wer führte die Studie durch?

Die Studie wurde gemeinsam von der Unternehmensberatung MC4MS® und dem Lehrstuhl für Bankbetriebslehre der Johannes Gutenberg-Universität Mainz durchgeführt. Medienpartner ist die Zeitschrift Fonds professionell.

[www.investmentfonds-studie.de](http://www.investmentfonds-studie.de)

## Kontakt

### **MC4MS**

Kreidelstraße 2a  
D-65193 Wiesbaden

Telefon: +49 (0)611-9757500  
E-Mail: [info@mc4ms.de](mailto:info@mc4ms.de)

[www.mc4ms.com](http://www.mc4ms.com)

# Bestellformular Investmentfonds-Studie



Hiermit bestellen wir:

per Fax an +49(0)611-17444-83

## I Basispräsentation

- Basispräsentation inkl. Teilanalysen nach Bank/ Sparkasse vs. unabhängige Finanzdienstleister, vs. unabhängige VV vs. Versicherungen (102 Charts) 980 EUR

In **Kombination** mit der Basispräsentation können folgende weiteren Analysen bestellt werden:

## II Segmentanalysen

- a) nach Privaten Geschäftsbanken, Sparkassen und VR-Banken (86 Charts) 399 EUR
- b) nach Mitarbeitern in Finanzvertrieben, in Pools und freien Beratern (86 Charts) 399 EUR
- c) nach Kundensegmenten: Retail-Banking, Private Banking, Private Wealth Management (83 Charts) 399 EUR
- d) nach Funktion: Vertrieb vs. Zentrale (55 Charts) 399 EUR
- e) nach Einflußnahme auf Fondsanbieterauswahl (73 Charts) 399 EUR

## III Anbieter-Spezialanalyse: AGI, DWS, Fidelity

- Detaillierte Analyse der Leistungsfaktoren von AGI, DWS und Fidelity (Auswertung analog Basispräsentation inkl. Segment FDL-Typ, 106 Charts) 799 EUR
- Sofern möglich folgende Segmentanalysen zu AGI, DWS und Fidelity über Teilnehmertypen je 399 EUR
  - II a)    II b)    II c)    II d)    II e)

Name: \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

Institution: \_\_\_\_\_

Funktion: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ: \_\_\_\_\_

Ort: \_\_\_\_\_

Tel.: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_

Die Preise verstehen sich zzgl. MwSt. Eine Weitergabe von Ergebnissen außerhalb der o.g. Institution ist ausgeschlossen.

Datum, Unterschrift, Stempel: \_\_\_\_\_