

# Fondskäufer 2006

-Ergebnisse der neuen repräsentativen OnVista-Befragung -

Autor: Dr. Jörg Sieweck

Die  
Studie

## Fonds steigen in der Gunst der Anleger

Die Anlagepalette hat sich in den letzten Jahren stetig ausgeweitet. Zwar bevorzugen die Bundesbürger nach wie vor das Sparbuch, aber bereits 16 Prozent sparen schon mit Investmentfonds. Die Investmentkultur hat in Deutschland lange auf sich warten lassen. Erst als sich die Börse mit immer neuen Rekorden bis zum Jahr 2000 profilierte konnte und die Renditen des konventionellen Sparens immer kleiner wurden, wurden die Deutschen auch für Börsenereignisse und Aktienfonds hellhörig. Die Zahl der Haushalte, in denen Investmentfonds vorhanden sind, steigt seitdem unaufhaltsam. Daran hat auch der mehr als dreijährige Kursrückgang an den Aktienbörsen 2000 bis 2003 wenig geändert. Weitere Selbstläufereffekte werden durch die Notwendigkeit einer privaten Altersvorsorge erwartet.

Nach den aktuellen Befragungen verfolgt knapp die Hälfte der Anleger derzeit eine Anlagepolitik der „ruhigen“ Hand mit Vertragsabschlüssen, die einen sicheren Zinssatz garantieren. Die andere Hälfte ist jedoch zu „größeren“ Risiken bereit. Unter den Befragten, die aus ihrer Einschätzung der Aktienmärkte Konsequenzen ziehen werden, planen Besitzer von Aktien(fonds) überdurchschnittlich starke Aktivitäten. 56 Prozent der Aktien(fonds)besitzer äußern Kaufabsichten, 11 Prozent mehr als im vorigen Quartal. Unter dem Strich zeigt die Studie, dass die Hoffnung auf eine steigende Entwicklung der Aktienmärkte auch den Handel mit Aktien und Fonds beleben könnte.

Derzeit sind die Bundesbürger für die Entwicklung der Aktienmärkte so positiv gestimmt, wie lange nicht mehr. 53 Prozent der deutschen Anleger (nach 43 Prozent im vorigen Quartal) sind der Meinung, dass die Aktienmärkte in den nächsten sechs Monaten steigen werden. Dies geht aus der Umfrage von Union Investment zum Anlegerverhalten im ersten Quartal 2006 hervor. Nach der OnVista-Befragung von 2.011 Personen planen 76 Prozent der Befragten zukünftig Aktienfonds zu erwerben. Für 29 Prozent stehen Rentenfonds auf der Kaufliste und 22 Prozent beabsichtigen in gemischte Fonds zu investieren.

Besonders ausgeprägt ist das Kaufpotenzial für Aktienfonds in der Altersgruppe der 30 bis 39jährigen. Über 81 Prozent planen die Anschaffung von Aktienfonds. Die in den Medien groß beworbenen Absolut/Total Return Fonds stoßen dagegen nur bei jedem zehnten Befragten auf Kaufinteresse. Bei den über 60jährigen sind es sogar weniger als 5 Prozent. Die bevorzugten Kapitalanlagegesellschaften sind dabei derzeit DWS und die Deutsche Bank, gefolgt von Fidelity und Merrill Lynch.

Die neue bbw-Studie legt mit Hilfe der OnVista-Befragung die Strukturen und Wünsche der Fonds-Käufer offen. Sie gibt praxisnahe Informationen zu den Themen:

- √ Persönlicher Besitz und Kaufpotenzial von Fonds
- √ Fondserfahrung und Wissen
- √ Kaufmotive und Kriterien
- √ Kauforte
- √ Investmentsparen
- √ Fonds in Wertpapierdepots
- √ Image von Kapitalanlagegesellschaften

# Inhaltsverzeichnis

# Der Inhalt

	Seite
1 Teilnehmer der Befragung	1
2 Verbreitungsgrad von Investmentfonds	2
2.1 Persönlicher Besitz	2
2.2 Fondskategorien und Fondsgesellschaften	16
2.3 Kaufpotenzial für Investmentfonds	24
3 Fondserfahrung und Wissen	40
3.1 Anlageerfahrung und Haltedauer	40
3.2 Kenntnis Fondsarten	44
3.3 Vorteile von Fonds-Investments	47
4 Informationen über Fonds	53
4.1 Informationsquellen	53
4.2 Nutzung von Internetseiten	58
4.3 Nutzung von Zeitschriften	63
4.4 Nutzung von Ratings für Fondsauswahl	64
5 Kauf von Fonds	66
5.1 Kaufmotive für Fonds	66
5.2 Kriterien für den Fondskauf	73
5.3 Anlageentscheidung für Fonds	87
6 Vertriebswege von Fonds	89
6.1 Kauforte	89
6.2 Banken und Sparkassen	94
6.3 Direktbanken	96
6.4 Fondsdiscouter und Fondsshops	100
7 Formen des Investmentsparens	102
7.1 Überblick	102
7.2 Investmentanlage mit Sparplänen	105
7.3 Fondskauf als einmalige Geldanlage	111
8 Fonds in Wertpapierdepots	115
8.1 Depotvolumen	115
8.2 Anlageformen	120
9 Kapitalanlagegesellschaften	122
9.1 Bekanntheit	122
9.2 Seriosität	126
9.3 Fortschrittlichkeit	127
9.4 Sympathie für Kapitalanlagegesellschaften	128
9.5 Marketing und Service	131

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Teilnehmer der Befragung	1
Tabelle 2: Verbreitungsgrad von Investmentfonds im Vergleich	2
Tabelle 3: Verbreitung von Investmentfonds in Privathaushalten	3
Tabelle 4: Verbreitung von Investmentfonds in westdeutschen Privathaushalten	4
Tabelle 5: Verbreitung von Investmentfonds in ostdeutschen Privathaushalten	5
Tabelle 6: Fondsbesitzer von Aktienfonds nach Geschlecht und Alter	5
Tabelle 7: Besitzer von Aktienfonds nach Einkommen	6

# Der Inhalt

Tabelle 8: Besitzer von Rentenfonds nach Geschlecht und Alter	6
Tabelle 9: Besitzer von Rentenfonds nach Einkommen	7
Tabelle 10: Aktienfondsbesitzer nach Altersgruppen	7
Tabelle 11: Besitz von Fondsarten	8
Tabelle 12: Besitzer von Aktienfonds und Gemischten Fonds	9
Tabelle 13: Fondsbesitzer nach Bildung	10
Tabelle 14: Besitz von Fondsarten nach Geschlecht	11
Tabelle 15: Besitz von Fondsarten nach Altersgruppen	12
Tabelle 16: Besitz von Fondsarten nach Einkommen	13
Tabelle 17: Kauf nach Fondskategorien	16
Tabelle 18: Kauf nach Fondskategorien	16
Tabelle 19: Kauf von Fondskategorien nach Altersgruppen	17
Tabelle 20: Kauf von Fondskategorien nach Einkommen	17
Tabelle 21: Kauf und Verkauf von Einzelfonds	18
Tabelle 22: Besitz von Fondsanteilen bei Kapitalanlagegesellschaften	19
Tabelle 23: Fondsbesitz bei Kapitalanlagegesellschaften nach Geschlecht	20
Tabelle 24: Fondsbesitz bei Kapitalanlagegesellschaften nach Altersgruppen	21
Tabelle 25: Fondsbesitz bei Kapitalanlagegesellschaften nach Einkommen	22
Tabelle 26: Anschaffungsplanung für Fonds im Vergleich	24
Tabelle 27: Kaufpotenzial für Aktienfonds nach Geschlecht und Alter	25
Tabelle 28: Kaufpotenzial für Aktienfonds nach Einkommen	26
Tabelle 29: Kaufpotenzial für Rentenfonds nach Geschlecht und Alter	26
Tabelle 30: Kaufpotenzial für Rentenfonds nach Einkommen	27
Tabelle 31: Kaufpotenzial für Fondsarten	28
Tabelle 32: Kaufpotenzial für Fondsarten nach Geschlecht	29
Tabelle 33: Kaufpotenzial für Fondsarten nach Altersgruppen	30
Tabelle 34: Kaufpotenzial für Fondsarten nach Einkommen	31
Tabelle 35: Kaufpotenzial für Kapitalanlagegesellschaften	32
Tabelle 36: Kaufpotenzial für Kapitalanlagegesellschaften nach Geschlecht	33
Tabelle 37: Kaufpotenzial für Kapitalanlagegesellschaften nach Altersgruppen	34
Tabelle 38: Kaufpotenzial für Kapitalanlagegesellschaften nach Einkommen	35
Tabelle 39: Kaufpotenzial für Einzelfonds	37
Tabelle 40: Anlageerfahrung von Fondsbesitzern	40
Tabelle 41: Anlageerfahrung von Fondsbesitzern nach Geschlecht	40
Tabelle 42: Anlageerfahrung von Fondsbesitzern nach Altersgruppen	41
Tabelle 43: Anlageerfahrung von Fondsbesitzern nach Einkommen	41
Tabelle 44: Haltezeitdauer von Fonds nach Vertriebswegen	42
Tabelle 45: Fondstransaktionen pro Jahr	43
Tabelle 46: Kenntnis Fondsarten	44
Tabelle 47: Kenntnis von Fondsarten nach Geschlecht	45
Tabelle 48: Kenntnis von Fondsarten nach Altersgruppen	45
Tabelle 49: Kenntnis von Fondsarten nach Einkommen	46
Tabelle 50: Vorteile von Fonds-Investments	47
Tabelle 51: Vorteile von Fonds-Investments nach Geschlecht	48
Tabelle 52: Vorteile von Fonds-Investments nach Altersgruppen	49
Tabelle 53: Vorteile von Fonds-Investments nach Einkommen	50
Tabelle 54: Informationsbeschaffung über Fonds	53
Tabelle 55: Informationsbeschaffung über Fonds nach Geschlecht	54
Tabelle 56: Informationsbeschaffung über Fonds nach Altersgruppen	56
Tabelle 57: Informationsbeschaffung über Fonds nach Einkommen	57
Tabelle 58: Nutzung von Internetseiten für Informationen über Fonds	58
Tabelle 59: Internetseiten für Informationen über Fonds nach Altersgruppen	59
Tabelle 60: Nutzung von bankenunabhängigen Internetseiten	60
Tabelle 61: Internetseiten für Informationen über Fonds nach Einkommen	61
Tabelle 62: Nutzung von Zeitschriften für Informationen über Fonds	63
Tabelle 63: Nutzung von Ratings für die Fondsauswahl	64
Tabelle 64: Nutzung von einzelnen Ratings für die Fondsauswahl	64
Tabelle 65: Bevorzugte Bewertungsmethoden bei Ratings	65
Tabelle 66: Bewertungsansatz von Ratings	65
Tabelle 67: Kaufmotive für Fonds	66
Tabelle 68: Kaufmotive für Fonds nach Geschlecht	67

# Der Inhalt

Tabelle 69: Kaufmotive für Fonds nach Altersgruppen	68
Tabelle 70: Kaufmotive für Fonds nach Einkommen	69
Tabelle 71: Kaufkriterien von Wertpapierbesitzern	73
Tabelle 72: Kaufkriterien bei Investmentfonds	74
Tabelle 73: Kriterien für den Fondskauf	75
Tabelle 74: Performance als Kriterium für den Fondskauf	76
Tabelle 75: Fondskauf nach Empfehlung von Bekannten und Freunden	77
Tabelle 76: Fondskauf nach Empfehlung eines Beraters	80
Tabelle 77: Fondskauf durch redaktionellen Beitrag	82
Tabelle 78: Fondskauf nach Online-Analyse	83
Tabelle 79: Fondskauf durch Werbekampagne	85
Tabelle 80: Fondskauf durch Verkaufsbroschüre der Fondsgesellschaft	86
Tabelle 81: Anlageentscheidung für Fonds	87
Tabelle 82: Anlageentscheidung für Fonds nach Geschlecht	87
Tabelle 83: Anlageentscheidung für Fonds nach Altersgruppen	88
Tabelle 84: Anlageentscheidung für Fonds nach Einkommen	88
Tabelle 85: Kauforte für Fonds	89
Tabelle 86: Kauforte für Fonds nach Geschlecht	90
Tabelle 87: Kauforte für Fonds nach Altersgruppen	91
Tabelle 88: Kauforte für Fonds nach Einkommen	92
Tabelle 89: Kauf von Fonds bei Banken und Sparkassen	94
Tabelle 90: Kauf von Fonds bei Banken und Sparkassen nach Altersgruppen	95
Tabelle 91: Kauf von Fonds bei Banken und Sparkassen nach Einkommen	95
Tabelle 92: Kauf von Fonds bei Direktbanken	96
Tabelle 93: Kauf von Fonds bei Direktbanken nach Altersgruppen	97
Tabelle 94: Kauf von Fonds bei Direktbanken nach Einkommen	98
Tabelle 95: Kauf von Fonds bei Fondsdiskountern und Fondsshops	100
Tabelle 96: Formen des Investmentsparens	102
Tabelle 97: Formen des Investmentsparens nach Geschlecht	102
Tabelle 98: Formen des Investmentsparens nach Altersgruppen	103
Tabelle 99: Formen des Investmentsparens nach Einkommen	103
Tabelle 100: Investmentanlage mit Sparplan nach Ratenhöhe	105
Tabelle 101: Investmentanlage mit Sparplan nach Geschlecht	106
Tabelle 102: Ergebnisse von Sparplänen nach Fondsgruppen	107
Tabelle 103: Investmentanlage mit Sparplan nach Altersgruppen	108
Tabelle 104: Anzahl und Wert der VI-Depots mit Fonds	109
Tabelle 105: Investmentanlage mit Sparplan nach Einkommen	110
Tabelle 106: Ergebnisse von Einmalanlagen nach Fondsgruppen	111
Tabelle 107: Fondskauf als einmaliges Investment nach Anlagehöhe	112
Tabelle 108: Fondskauf als einmaliges Investment nach Geschlecht	113
Tabelle 109: Fondskauf als einmaliges Investment nach Altersgruppen	114
Tabelle 110: Fondskauf als einmaliges Investment nach Einkommen	114
Tabelle 111: Wertpapier-Kundendepots nach Bankengruppen	115
Tabelle 112: Depotbestände von Privatpersonen nach Anlageformen	116
Tabelle 113: Wertpapierdepotvolumen	116
Tabelle 114: Wertpapierdepotvolumen nach Altersgruppen	117
Tabelle 115: Wertpapierdepotvolumen nach Einkommen	118
Tabelle 116: Anlageformen in Depots	120
Tabelle 117: Anlageformen im Depot nach Geschlecht	120
Tabelle 118: Anlageformen im Depot nach Altersgruppen	121
Tabelle 119: Anlageformen im Depot nach Einkommen	121
Tabelle 120: Bekanntheitsgrad von Kapitalanlagegesellschaften	122
Tabelle 121: Bekanntheitsgrad von Kapitalanlagegesellschaften nach Geschlecht	123
Tabelle 122: Bekanntheit von Kapitalanlagegesellschaften nach Altersgruppen	124
Tabelle 123: Bekanntheit von Kapitalanlagegesellschaften nach Einkommen	125
Tabelle 124: Seriosität von Kapitalanlagegesellschaften	126
Tabelle 125: Fortschrittlichkeit von Kapitalanlagegesellschaften	127
Tabelle 126: Sympathie für Kapitalanlagegesellschaften	129
Tabelle 127: Marketing von Kapitalanlagegesellschaften	132
Tabelle 128: Bedeutung von einzelnen Services der Kapitalanlagegesellschaften	133
Tabelle 129: Serviceleistungen von Kapitalanlagegesellschaften	134

## ... der Schlüssel zu mehr Erfolg!

Weitere Informationen zu vielen weiteren Publikationen finden Sie im Internet unter [www.bbwwmarketing.de](http://www.bbwwmarketing.de)! Beachten Sie bitte auch im Internet die Darstellung der weiteren **Repräsentativbefragungen** von bbw Marketing Dr. Vossen & Partner:

- >>> **Immobilienfinanzierung 2006**
- >>> **Verwendung von Lebensversicherungen – nach Ablaufleistung**
- >>> **Altersvorsorge 2005**
- >>> **Erwerb von Finanzprodukten – Verhalten der Kunden**
- >>> **Fondsvertrieb 2005 – Fondsberaterumfrage**

### **Auftrags - Coupon (Fax: 0251 6261117)**

Die Studie „**Fondskäufer 2006 – OnVista-Umfrage**“ ist in Form einer CD-ROM ist bis zum 2. Juli 2006 zum AMC-Preis 531,- € (später 790,- €) plus Mehrwertsteuer zu beziehen über:

**AMC Münster, Geiststr. 4, 48151 Münster**

**Fon: 0251 / 6261-0 Fax: 0251 / 6261-117 eMail: [kersten@amc-forum.de](mailto:kersten@amc-forum.de)**

Auf Wunsch liefern wir gegen Aufpreis die Studie auch in einer gebundenen Papierversion.

Ich bestelle die Studie „**Fondskäufer 2006**“ in Form einer CD-ROM

zum AMC-Preis bis 02.07.2006 von € 531,- zzgl. 16 % MwSt. **Sie sparen 180,- Euro !**

zum AMC-Preis ab 03.07.2006 von € 711,- zzgl. 16 % MwSt.

Unternehmen \_\_\_\_\_

Name \_\_\_\_\_ Vorname \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_ Email \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

bbw Marketing, Dr. Vossen & Partner  
 Liebigstraße 23, D-41464 Neuss  
 Fon 02131/2989722 – Fax 02131/2989721 – [bbwdr.vossen@email.de](mailto:bbwdr.vossen@email.de)  
 Umfangreiche und stets aktuelle Informationen erwarten Sie unter [www.bbwwmarketing.de](http://www.bbwwmarketing.de)