

Fondskäufer 2006

-Ergebnisse der neuen repräsentativen OnVista-Befragung -

Autor: Dr. Jörg Sieweck

Die
Studie
Die

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: Haltedauer 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.bbwmkteting.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

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
 Umfangreiche und stets aktuelle Informationen erwarten Sie unter www.bbwmkteting.de