

Studieninformation

ETF-Studie

Studieninformation zur Befragung von Beratern
in Banken & Sparkassen, Versicherungen, unabhängigen
Finanzdienstleistern sowie bankenunabhängigen
Honorarberatern zum Thema Exchange Traded Funds (ETF)
im September / Oktober 2008

0	Management Summary
1	Studiendesign und Zielsetzung
2	Kategorisierung der Teilnehmer
3	Studienergebnisse - GESAMT
4	Studienergebnisse - nach Finanzdienstleistungstyp
5	Studienergebnisse - nach dem Kunden-Gebührenmodell
6	Studienergebnisse - nach Tätigkeit im Kundensegment
7	Studienergebnisse - nach dem Berater-Entlohnungsmodell
8	Informationen zu den Studienautoren und Kontakt

Die Studienautoren

Durchführung der Studie:



Portfolio International



MC4MS

Partner der Studie:



Bankingclub

Inhalte

- **Befragung zum Thema ETF in den Dimensionen**
 - Wissen & Einstellung
 - Produktsicht
 - Kundensicht
 - Vertriebsicht
 - Markt- und Wettbewerbssicht

Methode

- Quantitative Erhebung über einen Onlinefragebogen

Teilnehmer

Insgesamt wurden 108 Berater befragt, die sich wie folgt unterteilen lassen:

• **Art des Finanzdienstleisters**

-Bank/Sparkasse	46 %
-Unabhängiger Finanzdienstleister	31 %
-Honorarberater – bankenunabhängig	23 %

• **Tätigkeit im Kundensegment**

-Retail Banking	20 %
-Private Banking	80 %

• **Kunden-Gebührenmodell**

-Provisionsberatung	50 %
-Mandatsgeschäft	16 %
-Honorarberatung	34 %

• **Berater-Entlohnungsmodell**

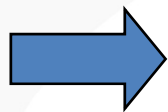
-Reines Fixgehalt	19 %
-Fixum + variabler Anteil	57 %
-Reine variable Vergütung	24 %

Zeitraum

- 09. September 2008 bis 28. Oktober 2008

Zielsetzung der ETF-Studie

- Tiefgehende Befragung in der Finanzdienstleistungsindustrie zum Thema Exchange Traded Funds (ETF)
- Ermittlung, wie der Vertrieb von Banken/Sparkassen, unabhängigen Finanzdienstleistern sowie bankenunabhängigen Honorarberatern die Thematik ETF ggü. ihren Kunden umsetzen
- Detailanalysen zu folgenden Themenbereichen:
 - Wissen & Einstellung: z.B. wie werden ETF bewertet?
 - Produktsicht: z.B. welche ETF-Produkte werden empfohlen?
 - Kundensicht: z.B. was erwarten Kunden in puncto ETF?
 - Vertriebssicht: z.B. wann kommen ETF vertrieblich in Frage?
 - Markt-/Wettbewerbssicht: z.B. welche ETF-Anbieter sind die Favoriten?



Die große ETF-Studie ermöglicht erstmalig eine umfangreiche Analyse der Bedeutung von Exchange Traded Funds im beratungsintensiven Vertrieb im Rahmen einer umfangreichen empirischen Analyse

Die Ergebnisse wurden zusätzlich auch in unterschiedlichen Teilsegmenten analysiert

Analysedimension „Art des Finanzdienstleisters“

- Bank/Sparkasse vs.
- Unabhängiger Finanzdienstleister vs.
- Honorarberater (bankenunabhängig)



Analysedimension „Tätigkeit im Kundensegment“

- Retail Banking vs.
- Private Banking



Analysedimension „Kunden-Gebührenmodell“

- Provisionsberatung vs.
- Mandatsgeschäft vs.
- Honorarberatung



Analysedimension „Berater-Entlohnungsmodell“

- Reines Fixgehalt vs.
- Fixum + variabler Anteil vs.
- Reine variable Vergütung



Die Studienautoren: portfolio Verlagsgesellschaft

Die portfolio Verlagsgesellschaft mbH gilt als Kompetenzzentrum für Finanzinformationen zur institutionellen Kapitalanlage in Deutschland. Das Haus mit Sitz in Frankfurt am Main liefert unabhängige und aktuelle Informationen sowie fundierte Analysen für Finanzberater und institutionelle Investoren.

Mit unserer tiefgehenden Kenntnis des deutschen Marktes haben wir uns als essenzielle Informationsquelle für die Entscheidungsträger der Kapitalanlagebranche sowie des institutionellen und Wholesale-Vertriebs etabliert.

Neben den beiden Flaggschiffprodukten portfolio institutionell und portfolio international sowie unserem Online-Newsletter portfolio institutionell newsflash führen wir auch Fachveranstaltungen durch, etwa das portfolio institutionell Fachforum sowie das ETF-Forum.

www.portfolio-verlag.com



Ali Masarwah

Die Studienautoren: MC4MS

MC4MS ist eine Managementberatung für marktorientierte Unternehmensstrategien. Fokus sind die klassischen Beratungsfelder Strategie, Organisation, Marketing und Vertrieb - immer im Hinblick auf eine Verbesserung der Marktposition der Kunden. Wichtigste Kundengruppe sind Unternehmen der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsindustrie.

Dabei sind die Beratungsleistungen so unterschiedlich wie die sich ständig wechselnden Herausforderungen an das heutige Management. Kunden werden auch bei Interimsmanagementaufgaben in anspruchsvollen Fach- und Führungspositionen unterstützt.

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 gegründet. Herr Ahlers hat Betriebswirtschaftslehre an den Universitäten Mainz und Köln studiert.

www.mc4ms.de



Marc Ahlers

Bestellformular ETF-Studie

Per Fax an 0611-17444-83 oder per Post an:
MC4MS, Kreidelstrasse 2a, 65193 Wiesbaden

- Hiermit bestellen wir die Ergebnispräsentation der großen **ETF-Studie 2008** als pdf-Version per Email zur freien Nutzung innerhalb der u.g. Institution für 850 EUR zzgl. MwSt. auf Rechnung
- Zusätzlich bitten wir um Übersendung einer Hardcopy (geb./Laser/Farbe)=> Aufpreis: 95 EUR + MwSt

Name, Vorname: _____

Institution: _____

Straße: _____

PLZ, Ort: _____

Tel./ Email: _____

Eine Weitergabe an Drittunternehmen, Weiterverkauf oder PR-Vermarktung der Studienergebnisse oder Teilen davon ist ausgeschlossen.

Datum, Unterschrift: _____

Kontakt zu den Studienautoren

portfolio Verlagsgesellschaft mbH

Kleine Hochstraße 9-11
60313 Frankfurt am Main

Tel.: 069/8570 8111

E-Mail: kontakt@portfolio-verlag.com
www.portfolio-verlag.com

MC4MS

Kreidelstraße 2a
D-65193 Wiesbaden

Telefon: +49 (0)611-9757500

E-Mail: info@mc4ms.de
www.mc4ms.de

Ali Masarwah

49 (0)69 8570 8121

Email: a.masarwah@portfolio-verlag.com

Dipl.-Kfm. Marc Ahlers

Tel.: 49-(0)-172-6138724

Email: m.ahlers@mc4ms.de