



RESEARCH CENTER FOR FINANCIAL SERVICES
STEINBEIS HOCHSCHULE BERLIN



Trendbarometer Zertifikate 2011 – Studie zum deutschen Zertifikatemarkt

Ergebnisse der Umfrage

München, im Oktober 2011

Steinbeis Research Center for Financial Services

Rossmarkt 6 ■ 80331 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

	Seite
▪ Ziele und Methodik	2
▪ Zusammenfassung: Key Learnings	6
▪ Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“	
– Kunde	12
– Markt	17
– Zertifikate	25
– Verständnis Berater - Kunde	31
– Medien	40
– Rechtliche Rahmenbedingungen	45
 Anhang	 48

Ziele / Voraussetzungen:

- Die zum fünften 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 199 Interviews durchgeführt. Teilnehmer waren Banken (Kundenberater, Produktverantwortliche und Wertpapierspezialisten) sowie Vermögensverwalter
- Weiterhin stützt sich die Studie auf Veröffentlichungen sowie eigene Berechnungen
- Die Interviews wurden im Zeitraum vom 14.04.2011 bis 06.05.2011 durchgeführt

Autoren:

- Prof. Dr. Jens Kleine ist Inhaber des Lehrstuhls für Unternehmensführung und Finanzdienstleistungen an der Steinbeis-Hochschule Berlin
- Matthias Krautbauer, Alessandro Munisso und Andreas Warsönke sind wissenschaftliche Mitarbeiter am Research Center for Financial Services der Steinbeis-Hochschule Berlin

Die Untersuchung gliedert sich in 5 Themenbereiche

Themenbereiche des Fragebogens

I. Kunde

- Durchschnittliche Struktur der Portfolios
- Durchschnittlicher Anlagebetrag je Geschäftsfall bei verschiedenen Kapitalanlageprodukten

II. Markt

- Zukünftige Absatzmöglichkeiten für Zertifikate
- Zukunftsmärkte für Zertifikate
- Zukünftige Themen und Trends bei Zertifikaten

III. Zertifikate

- Erfolgsfaktoren von Zertifikaten

IV. Verständnis Berater - Kunde

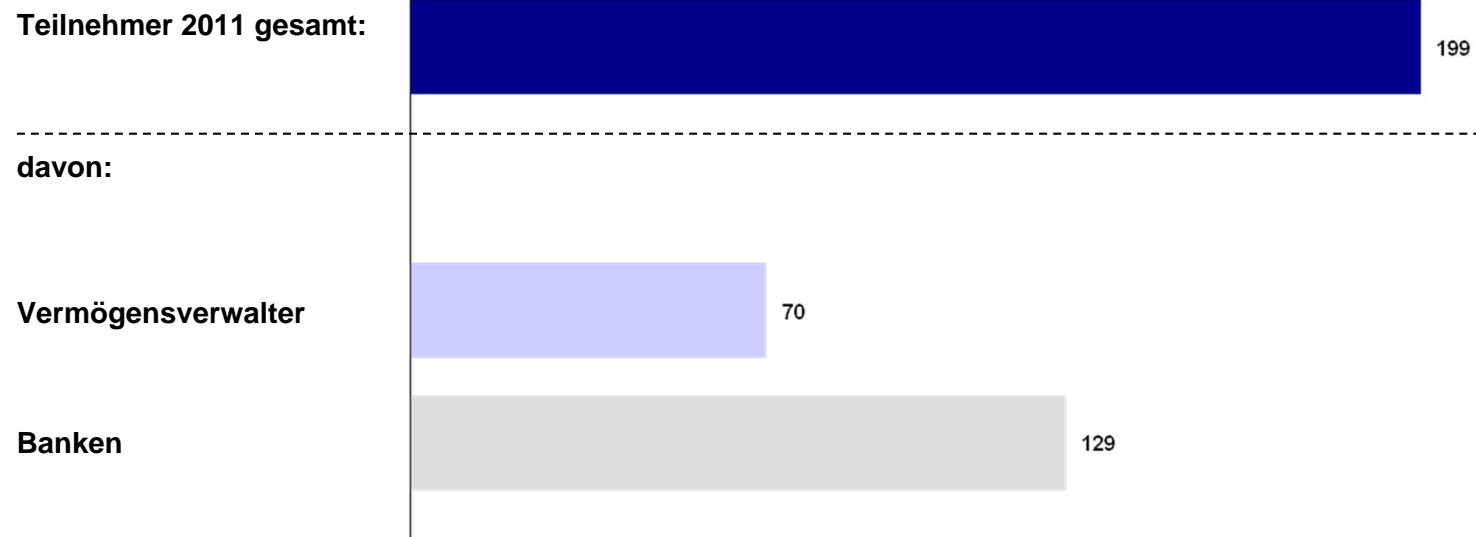
- Einschätzung des Rendite-Risiko-Profiles unterschiedlicher Zertifikate
- Häufigste gestellte Fragen in Zusammenhang mit Zertifikaten

V. Medien

- Beurteilung von Mobile-Communications-Anwendungen
- Veränderungen im Kommunikationsverhalten

Im Rahmen der Studie wurden 199 Interviews geführt

Anzahl geführter Befragungen nach Befragungsclustern



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

Anhang

I. Kunde

Aktuelle Allokation

- Der Zertifikateanteil in den Portfolios liegt aktuell bei 10%
- Bei Zertifikaten sind 69% der angelegten Mittel in Garantiezertifikate investiert, 31% in Produkte mit Teilschutz

Zukünftige Allokation

- Auf Sicht von drei Jahren steigt der Anteil von Zertifikaten in den Portfolios von 10% auf 12%
- Der Anleihenanteil sinkt auf Sicht von drei Jahren von 29% auf 27%, ebenso der Anteil offener Investmentfonds von 32% auf 30%, Exchange Traded Funds steigen von gegenwärtig 7% auf 9%
- Im Bereich der Zertifikate steigt der Anteil von Produkten mit Teilschutz um 4 Prozentpunkte auf 34% auf Sicht von 3 Jahren an

Durchschnittlich angelegte Beträge

- Bei Anlagen in Zertifikate werden im Schnitt 15.399 Euro investiert, bei Garantiezertifikaten 15.120 Euro und Teilschutzzertifikaten 10.874 Euro

II. Markt (1/2)

Zukünftiges Absatzpotential

- Bei Garantiezertifikaten erwarten 55% innerhalb der nächsten drei Jahren einen steigenden Absatz, lediglich 16% gehen von einem sinkenden Absatzpotential bei diesen Produkten aus
- Sowohl Aktienanleihen (51%) als auch Indexzertifikaten (49%) und Bonuszertifikaten (41%) wird zukünftig ein steigendes Absatzpotential zugemessen
- 40% gehen von sinkenden Absätzen bei Sprintzertifikaten aus, 45% bei Outperformancezertifikaten

II. Markt (2/2)

Zukünftige Themen/ Trends

- Erneuerbare Energien (83%), Inflation (79%), Energieeffizienz (72%) und Nachhaltigkeit (68%) sind Themen, denen zukünftig eine wachsende Bedeutung zugemessen wird
- Bezogen auf Assetklassen werden Rohstoffe von 78% als ein Thema eingestuft, das zukünftig an Bedeutung gewinnt, auch speziell Energierohstoffe (73%), Emerging Markets (71%) und Agrarrohstoffe (67%) werden positiv beurteilt
- Geringes Potential wird den PIGS-/ PIIGS-Staaten (57%) und Alternativen Investments/ Hedgefonds (52%) zugemessen

III. Zertifikate

Erfolgsfaktoren von Zertifikaten

- Die wichtigsten Erfolgsfaktoren von Zertifikaten sind das Risiko-Rendite-Verhältnis (95%), die Transparenz (95%), die Verständlichkeit der Produktinformationen (94%) und die Produktqualität (92%)
- Das Angebot mit einer Zeichnungsfrist ist nur für 32% der Teilnehmer wichtig, eine innovative Produktstruktur sogar nur für 25%

Faktoren, um das Wachstum des Zertifikatemarktes zu erhöhen

- Eine verbesserte Dokumentation und Information für den Kunden ist für 64% der wichtigste Faktor, um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen, 41% erachten die Reduzierung der Anzahl der aufgelegten Zertifikate für ein bedeutendes Kriterium

IV. Verständnis Berater - Kunde

Rendite-Risiko-Profil

- 61% messen Aktienanleihen ein positives Rendite-Risiko-Profil zu, auch Bonus- (57%) und Discountzertifikate (56%) werden in diesem Punkt positiv bewertet
- Outperformancezertifikate haben nach Meinung von 43% der Studienteilnehmer ein negatives Rendite-Risiko-Verhältnis

Am häufigsten gestellte Fragen

- Die am häufigsten gestellten Fragen der Kunden betreffen das Risikoniveau (54%), die Kosten für den Kunden (52%) und die Funktionsweise/ Auszahlungsmechanismus (Konstruktion) (44%)

V. Medien

- Mobile-Communications-Anwendungen in Bezug auf Finanzen werden von den Studienteilnehmern eher selten genutzt, knapp 60% nutzen diese nie
- 84% der Studienteilnehmer sind der Meinung, dass Kunden aufgrund der Finanzkrise ihr Kommunikationsverhalten geändert haben und 90% stimmen zu, dass Kunden im Beratungsgespräch häufiger nachfragen sowie detaillierte Auskünfte verlangen
- Eine Nutzung von Web 2.0 Möglichkeiten seitens der Kunden zur Informationsgewinnung sehen lediglich 34%

Zusammenfassung: Key Learnings

Veränderungen im Vergleich zu 2007, 2008, 2009 und 2010

Veränderungen im Vergleich zu 2007, 2008, 2009 und 2010			
Kunde	<p>Aktueller Zertifikateanteil</p> <ul style="list-style-type: none"> Der aktuelle Anteil an Zertifikaten liegt mit 10% auf dem Niveau von 2007 und hat sich auch im Vergleich zu 2010 nicht verändert 	Zertifikate	<p>Erfolgsfaktoren von Zertifikaten</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Reputation des Emittenten hat im Zuge der Finanzkrise deutlich an Bedeutung gewonnen und betrug 2009 96%, in den Folgejahren ist die Bedeutung deutlich zurückgegangen und liegt 2011 bei nur noch 62% Die Verständlichkeit der Produktinformationen wird immer wichtiger, war diese in 2009 für 81% und in 2010 für 87% wichtig, stieg dieser Wert in 2011 auf 94% an
	<p>Zukünftiger Zertifikateanteil</p> <ul style="list-style-type: none"> Der auf Sicht von drei Jahren erwartete Zertifikateanteil am Portfolio ist von 11% in 2010 auf 12% in 2011 angestiegen 		<p>Wichtigste Punkte, um das Investitionsvolumen zu erhöhen</p> <ul style="list-style-type: none"> Eine gute Emittentenbonität und eine verbesserte Information und Dokumentation sind, wie in 2010, die wichtigsten Faktoren, um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen
	<p>Durchschnittlich angelegte Beträge</p> <ul style="list-style-type: none"> Die durchschnittlich angelegten Beträge je Geschäftsfall sind verglichen zu 2010 wieder angestiegen Allerdings sind die in Zertifikate angelegten Beträge in 2011 mit 15.399 Euro immer noch unter dem Wert von 2007 mit 17.269 Euro 		<p>Rendite-Risiko-Profil</p> <ul style="list-style-type: none"> Das Rendite-Risiko-Profil von Aktienanleihen (61%) und Bonuszertifikaten (57%) wird im Vergleich zu den Vorjahren positiver bewertet Partizipations-Garantiezertifikate werden nur noch von 27% als positiv bewertet, 2009 waren es noch 50%
Markt	<p>Absatzpotential unterschiedlicher Zertifikatetypen</p> <ul style="list-style-type: none"> Eine deutliche Steigerung des Absatzpotentials wird bei Bonuszertifikaten von 29% in 2010 auf 41% in 2011 erwartet, in 2007 war dieser Wert allerdings noch bei 81% Aktienanleihen wurde seit 2008 kontinuierlich ein verbessertes Absatzpotential zugewiesen, 2008 lag dieser Wert noch bei 31%, in 2011 bereits bei 51% 	Verständnis Berater - Kunde	<p>Häufigste von den Kunden gestellte Fragen</p> <ul style="list-style-type: none"> Immer häufiger fragen Kunden nach der Funktionsweise der Zertifikate, waren es in 2009 und 2010 ca. 25%, ist dieser Wert in 2011 bereits auf 44% angestiegen

Key Learnings Fünfjahresvergleich 2007 - 2011

1

Durchschnittliche Anlagebeträge je Geschäftsfall

- Der durchschnittliche Anlagebetrag bei Zertifikaten ist im Fünfjahreszeitraum um 11% von 17.269 auf 15.399 Euro gesunken
- Allgemein sind auch bei Aktien (-21%) und Anleihen (-2%) die durchschnittlichen Beträge gesunken, lediglich bei Investmentfonds (aktiv) sind die Beträge leicht angestiegen

2

Entwicklung des Zertifikateabsatzes

- Im Vergleich zu den Einschätzungen von 2007 hat sich lediglich die Absatzerwartung der Garantiezertifikate positiv entwickelt (von 52% steigend in 2007 auf 55% in 2011)
- Bei Index-, Bonus-, Express-, Discoutzertifikaten wird jeweils eine deutlich schwächere Absatzentwicklung erwartet

3

Bedeutende Faktoren für den Erfolg

- Während die Bedeutung der Reputation und der Bonität des Emittenten sowie eine angemessene Verkaufsprovision und die Transparenz als Kriterien für den Erfolg von Zertifikaten, im Vergleich zu 2007 zugenommen haben, sind die Handelbarkeit und eine innovative Produktstruktur in 2011 weniger wichtig als noch in 2007
- Die Bedeutung der Bonität des Emittenten und der Transparenz stieg dabei am deutlichsten an (+31% bzw. +25% der Antworten mindestens „wichtig“)

4

Faktoren, die das Wachstum des Zertifikatemarktes erhöhen

- Die Erhöhung der Transparenz wurde 2007 noch von 77% als ein wesentliches Kriterium um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen angesehen, 2011 waren dies lediglich noch 14%
- Die verbesserte Information und Dokumentation für den Kunden und eine Änderung des Gebührenmodells ist hingegen von etwas höherer Bedeutung als in 2007

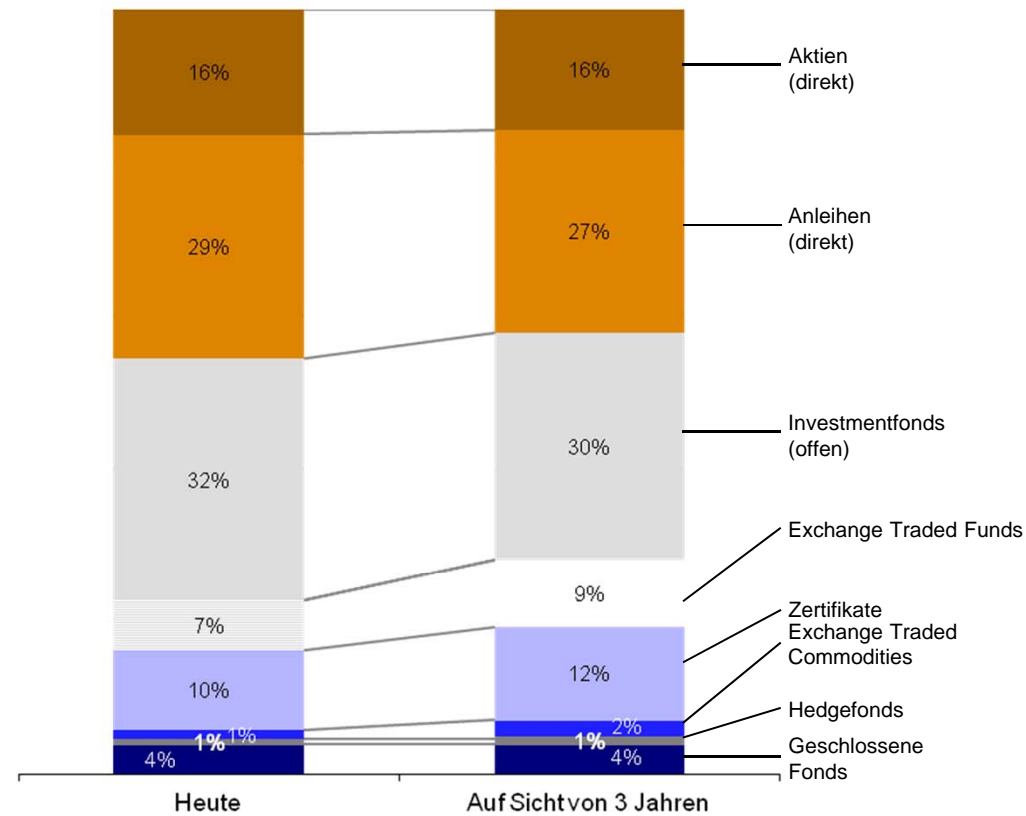
- Ziele und Methodik
- Zusammenfassung: Key Learnings
- Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“
 - **Kunde**
 - Markt
 - Zertifikate
 - Verständnis Berater - Kunde
 - Medien
 - Rechtliche Rahmenbedingungen

Anhang

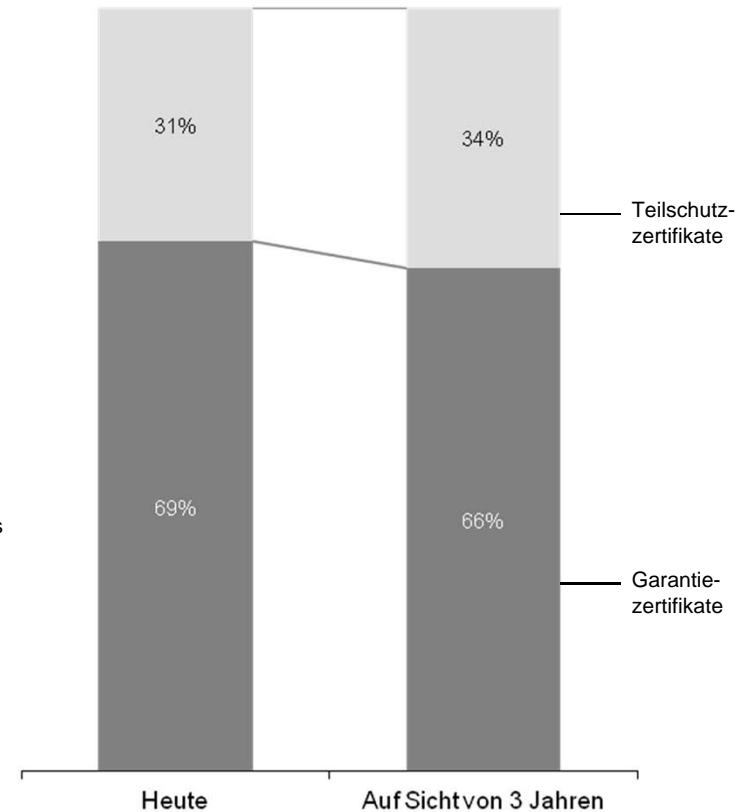
Auf Sicht von drei Jahren wird mit einem Anstieg des Zertifikateanteils an den Portfolios gerechnet von aktuell 10% auf 12% gerechnet

Anteil folgender Kapitalmarktprodukte an den betreuten Portfolios

Gesamt 2011



Davon Zertifikate mit:

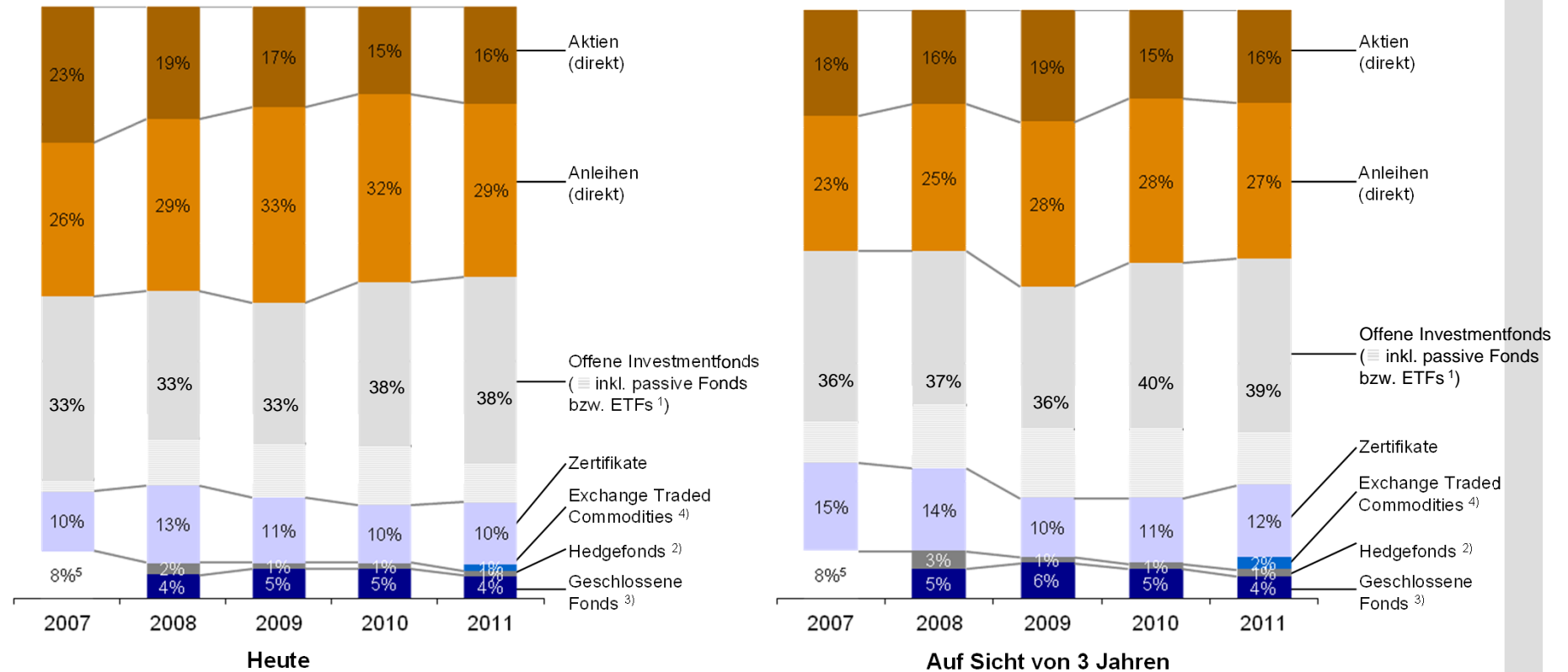


Werte auf 100 Prozent normiert, Zahlen in Grafiken auf ganze Zahlen ohne Nullstellen auf- bzw. abgerundet

Nach dem Rückgang des Zertifikateanteils am Portfolio zwischen 2008 und 2010 hat sich der Anteil seitdem bei 10% des Portfolios stabilisiert

Anteil folgender Kapitalmarktprodukte an den betreuten Portfolios

Vergleich Gesamt 2007, 2008, 2009, 2010 und 2011

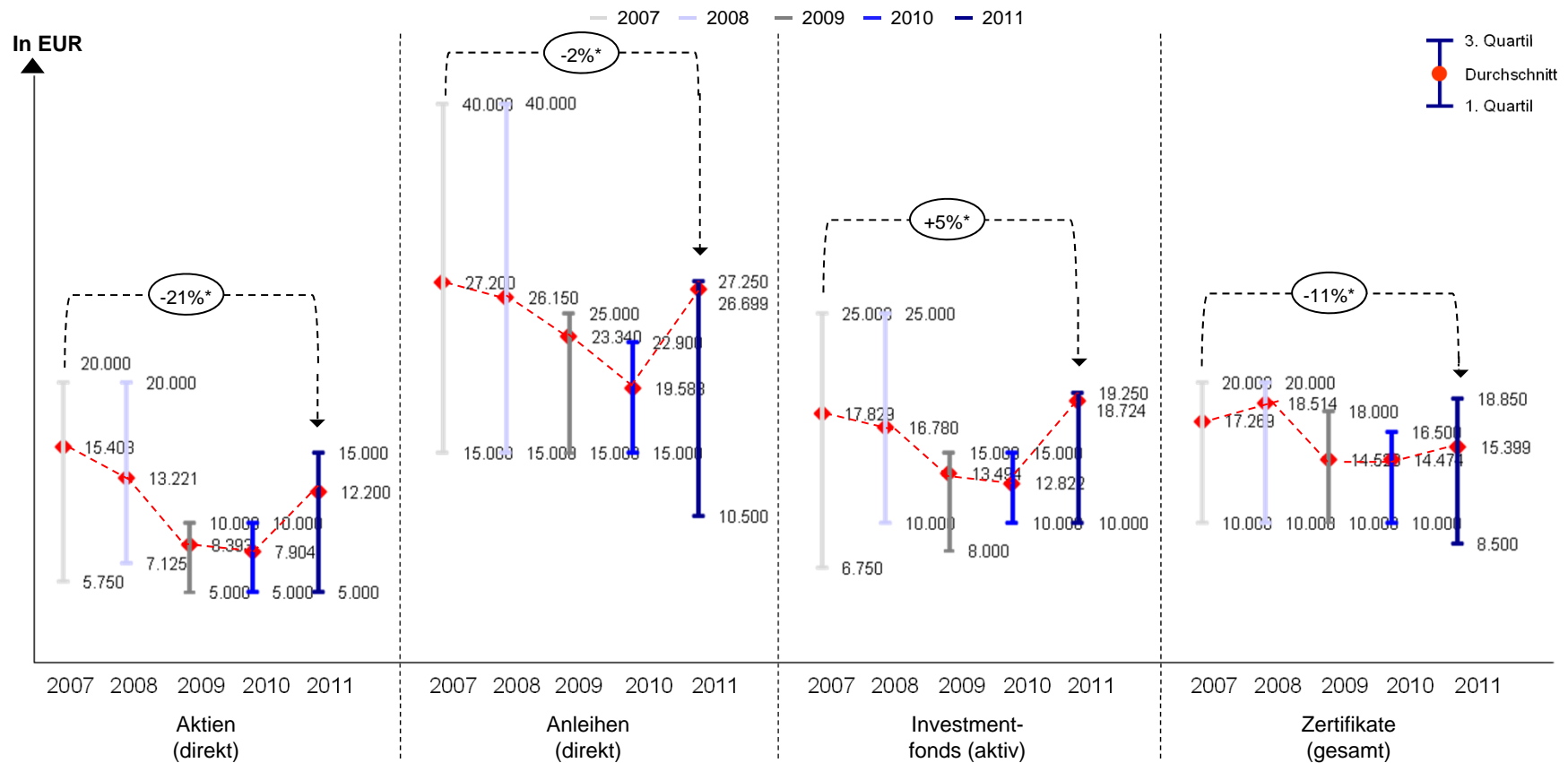


Durchführungszeiträume der Studien waren März und April 2007, 2008, 2009, 2010 und 2011 ¹ 2007 und 2011 wurden ausschließlich ETFs (passiv) abgefragt, in den Jahren 2008, 2009 und 2010 passive Fonds allg. (leichter Rückgang vermutlich durch Umstellung der Frage) ² Hedgefonds wurden 2008 erstmals abgefragt, in 2007 dafür kapitalbildende Versicherungen ³ Geschlossene Fonds wurden 2008 erstmals abgefragt ⁴ Exchange Traded Commodities wurden 2011 erstmals abgefragt, Werte auf 100 Prozent normiert, Zahlen in Grafiken auf ganze Zahlen ohne Nullstellen auf- bzw. abgerundet ⁵ Kapitalbildende Versicherungen wurden nur 2007 abgefragt

Während die durchschnittlichen Anlagebeträge in den letzten Jahren zurückgegangen sind kam es aktuell im Vergleich zu 2010 wieder zu einem Anstieg

Durchschnittlicher Anlagebetrag je Geschäftsfall

Vergleich 2007, 2008, 2009, 2010 und 2011

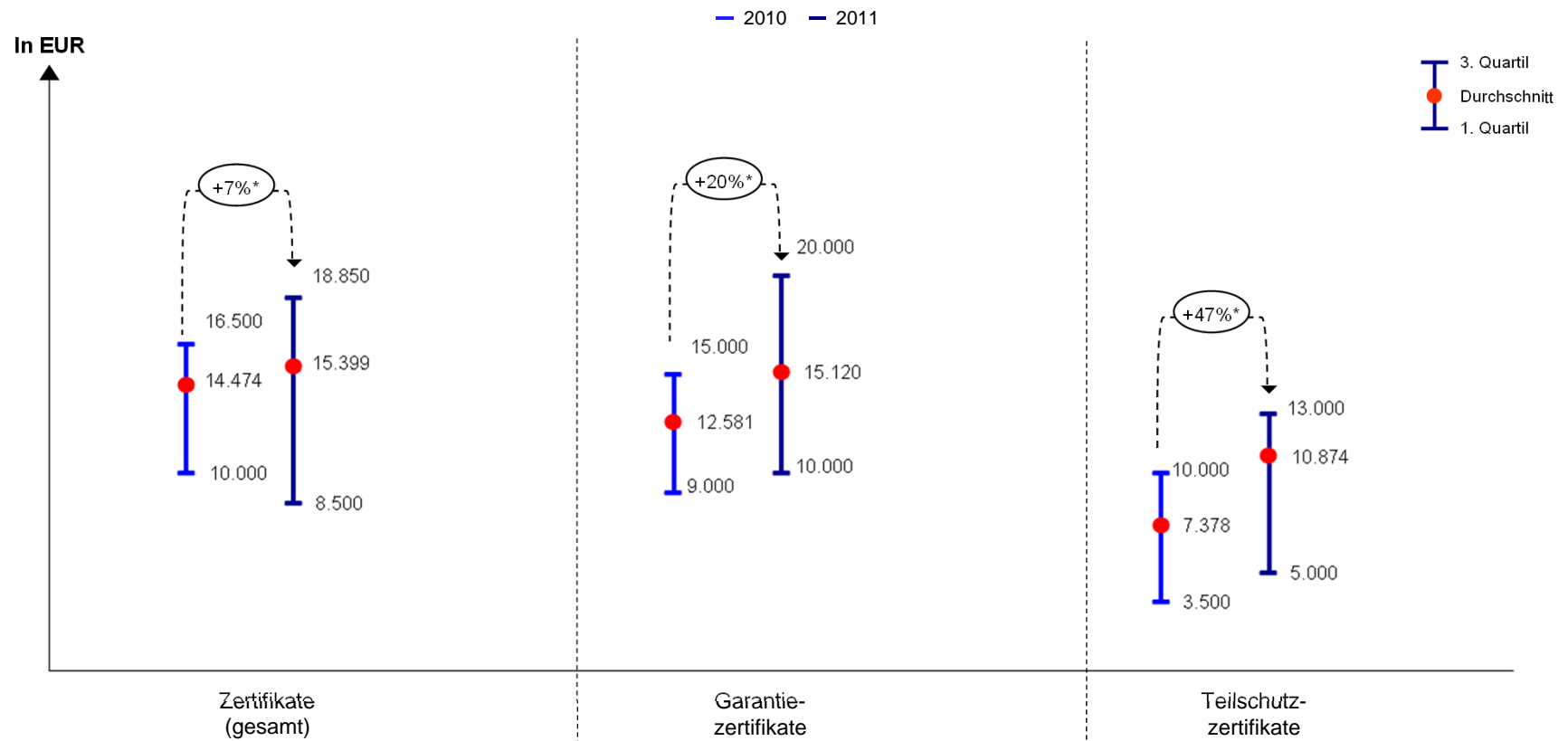


Alle Werte um Ausreißer bereinigt *) Relative Veränderung Durchschnitt 2007 zum Durchschnitt 2011

Die durchschnittlich in Zertifikate angelegten Mittel sind von knapp 14.500 Euro in 2010 auf etwa 15.400 Euro in 2011 angestiegen

Durchschnittlicher Anlagebetrag je Geschäftsfall

Vergleich 2010 und 2011



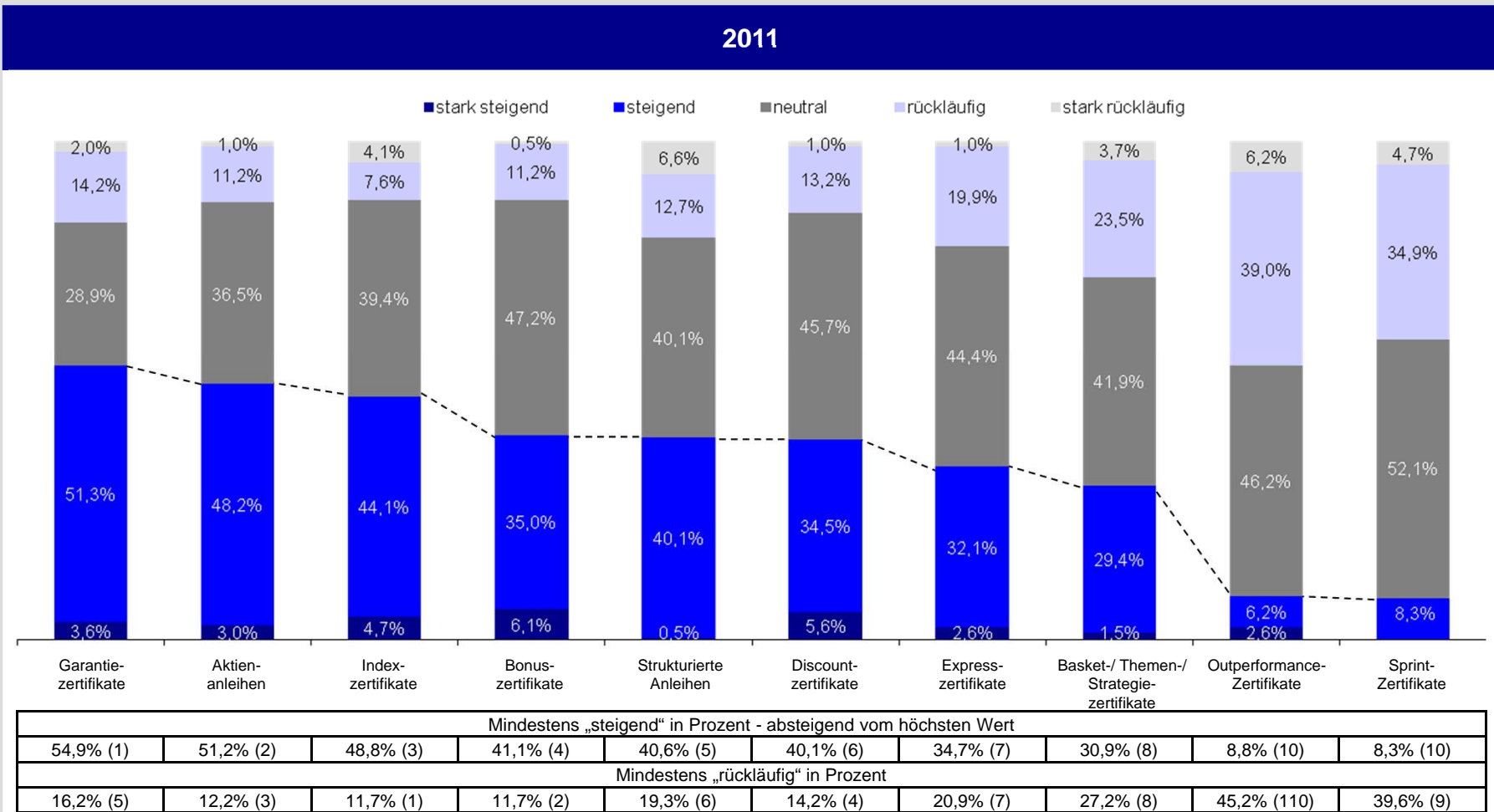
Alle Werte um Ausreißer bereinigt *) Relative Veränderung Durchschnitt 2010 zum Durchschnitt 2011

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

Anhang

55% rechnen innerhalb der nächsten drei Jahre mit einem steigenden Absatz von Garantiezertifikaten

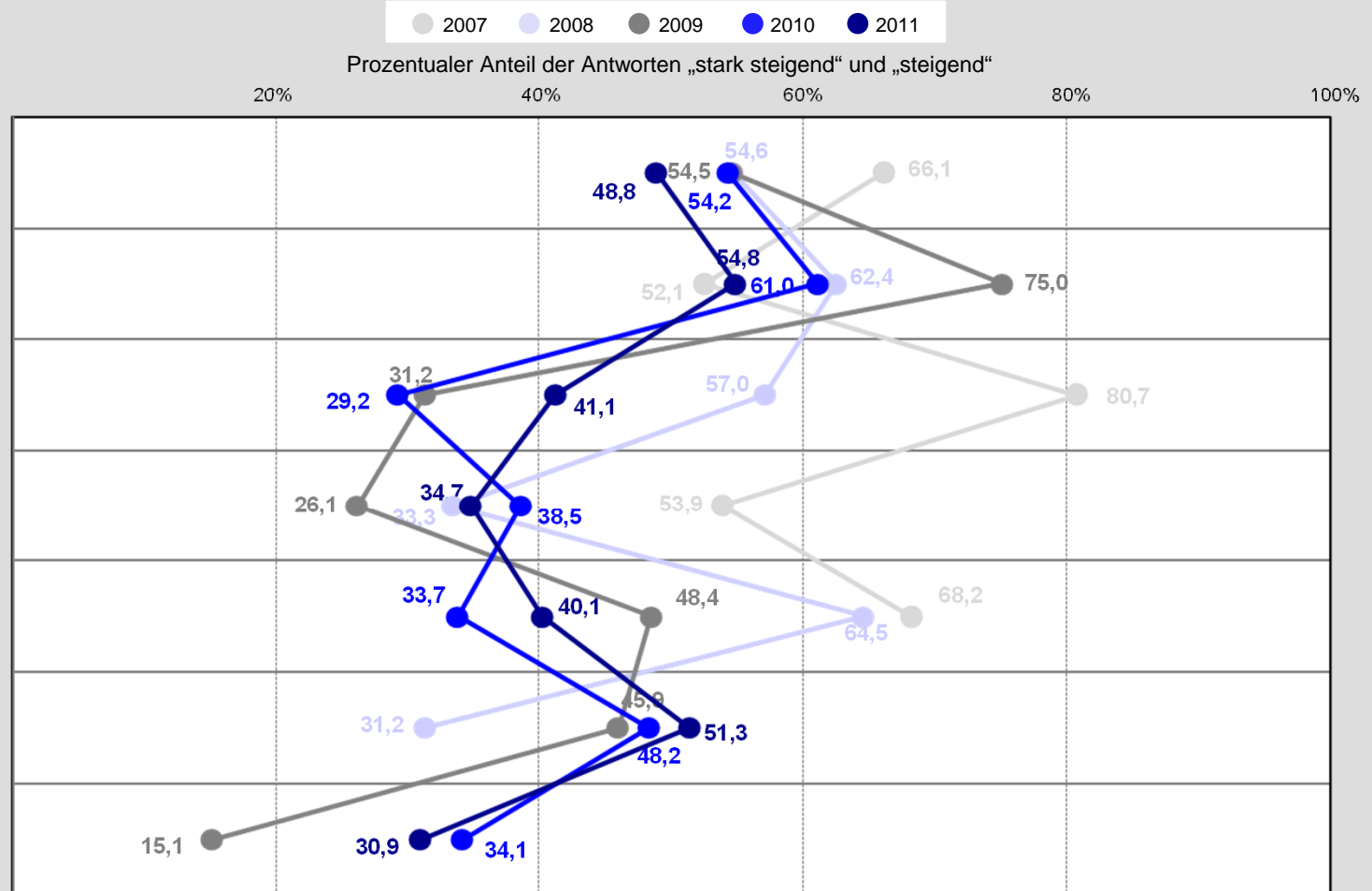
Entwicklung des Absatzes der folgenden Zertifikate innerhalb der nächsten drei Jahre



Das zukünftige Absatzpotential Discount- und Bonuszertifikaten wird aktuell positiver beurteilt als im Vorjahr

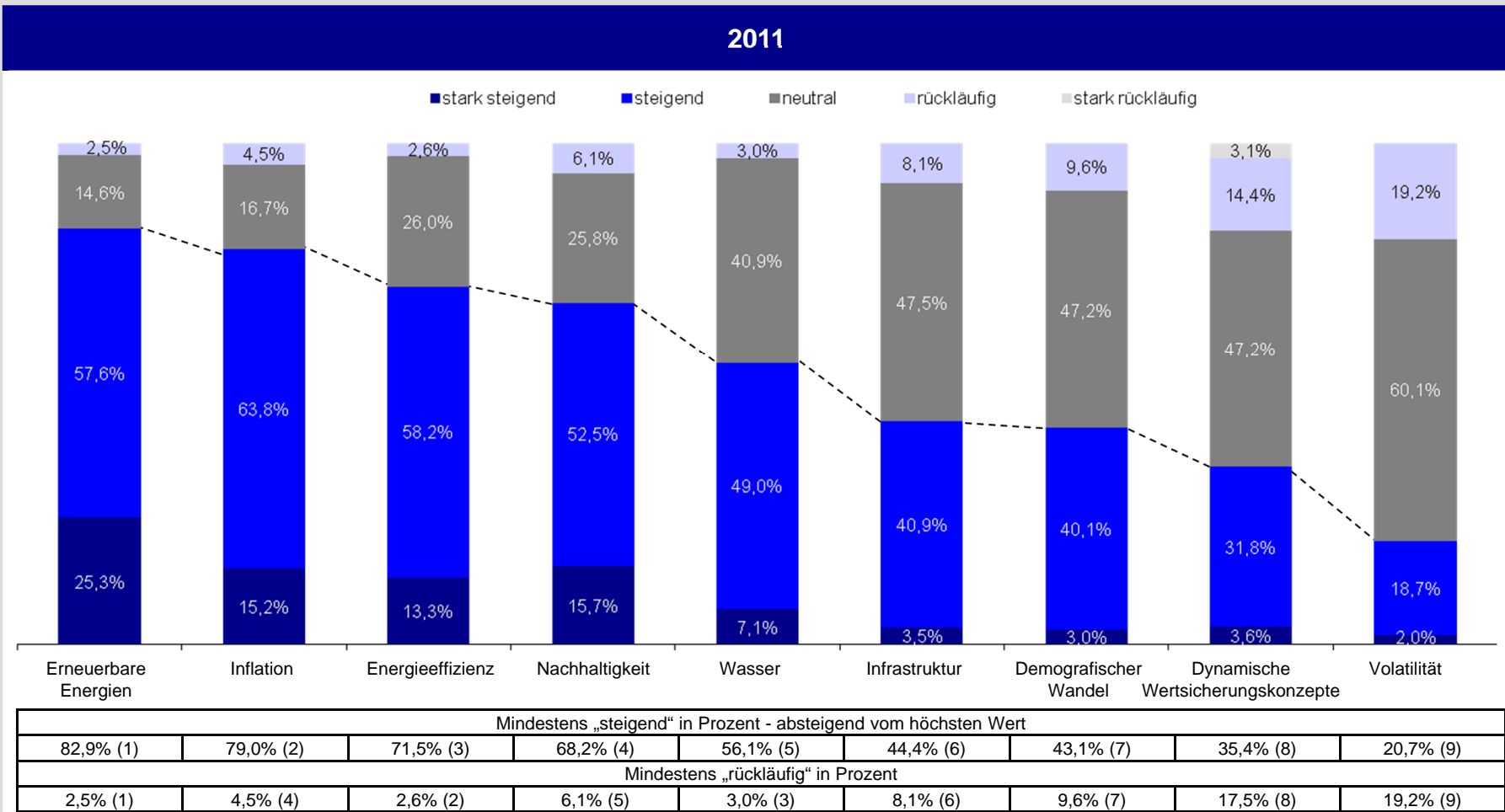
Entwicklung des Absatzes der folgenden Zertifikate innerhalb der nächsten drei Jahre

(Alle Angaben in Prozent)



83% sind der Ansicht, dass das Thema Erneuerbare Energien zukünftig an Bedeutung gewinnt

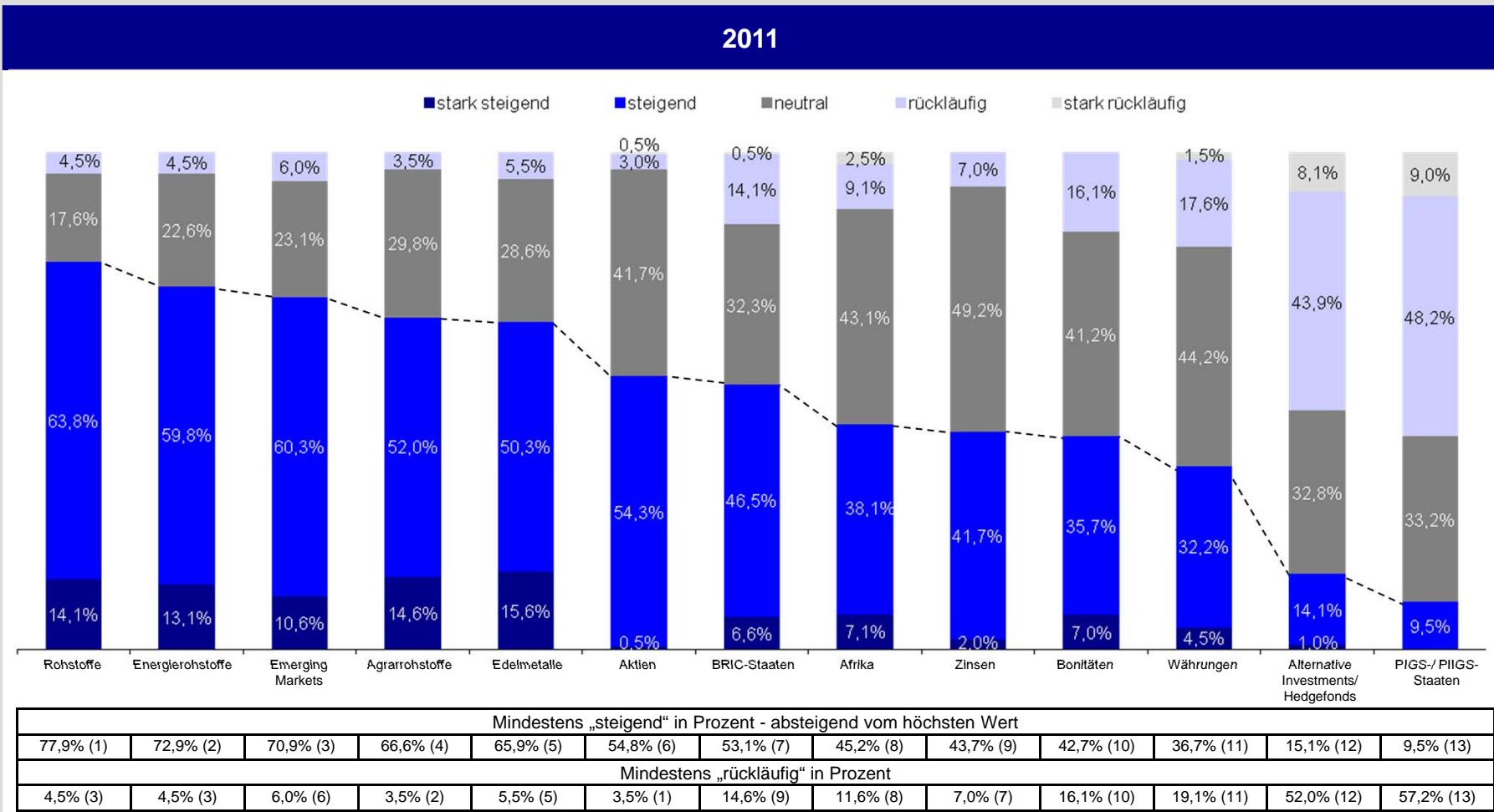
Zukünftige Themen/ Trends bei Zertifikaten (bezogen auf Themen-/ Investmentstil)



Sonstige: u.a. konservative Produkte, selbst berechenbare Produkte, Themen haben allgemein nur einen eher geringen Einfluss

78% gehen von einer zukünftig steigenden Bedeutung des Themas Rohstoffe aus

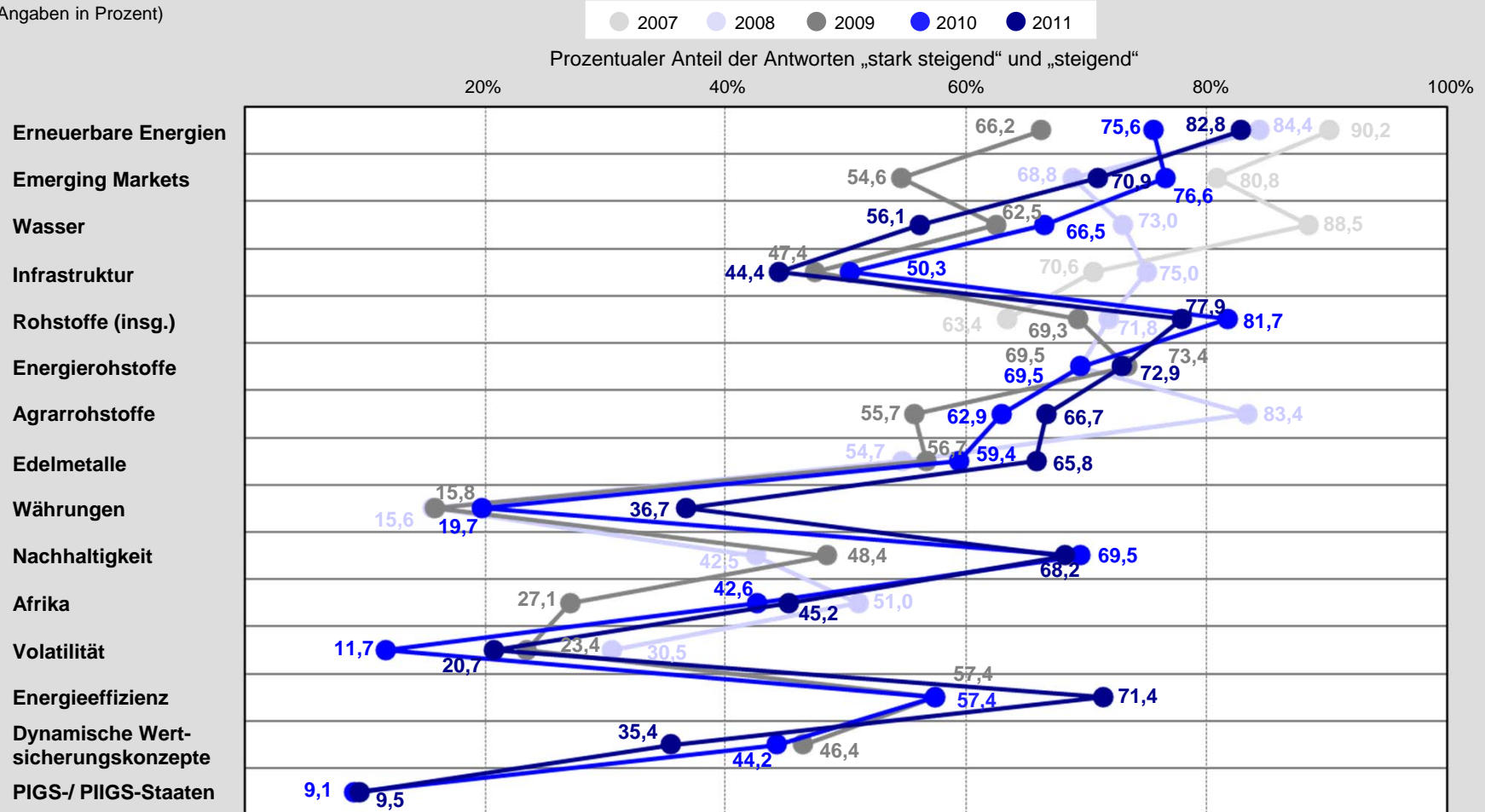
Zukünftige Themen/ Trends bei Zertifikaten (bezogen auf Asset Klassen/ Regionen/ Länder)



Das Thema Energieeffizienz hat im Vergleich zu den Vorjahren deutlich an Relevanz gewonnen, 71% messen diesem eine zukünftig steigende Bedeutung zu

Zukünftige Themen/ Trends bei Zertifikaten

(Alle Angaben in Prozent)



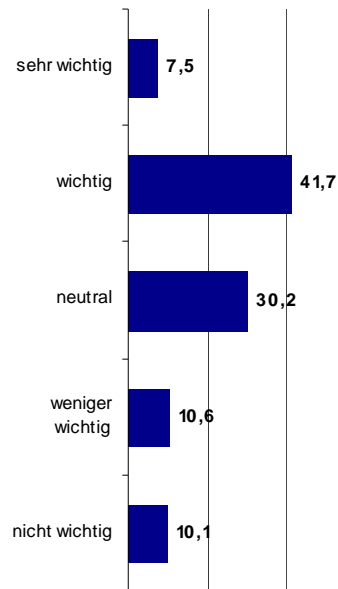
69% stufen die Bedeutung von Zertifikate Sparplänen als eher gering ein

Bedeutung von Zertifikaten und speziell Zertifikate Sparplänen in den Bereichen Vermögensaufbau und Altersvorsorge

(Alle Angaben in Prozent)

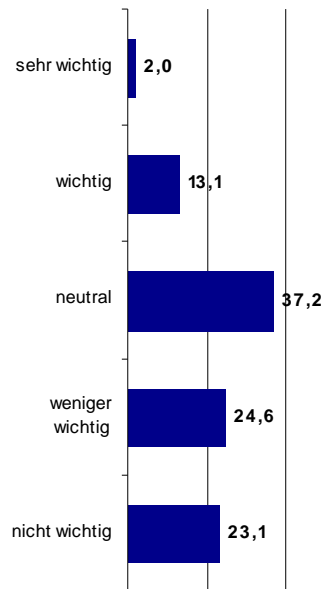
Zertifikate zum Vermögensaufbau

Gesamt



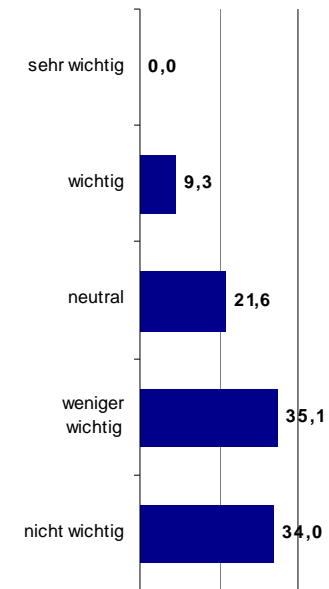
Zertifikate zur Altersvorsorge

Gesamt



Bedeutung von Zertifikate Sparplänen

Gesamt



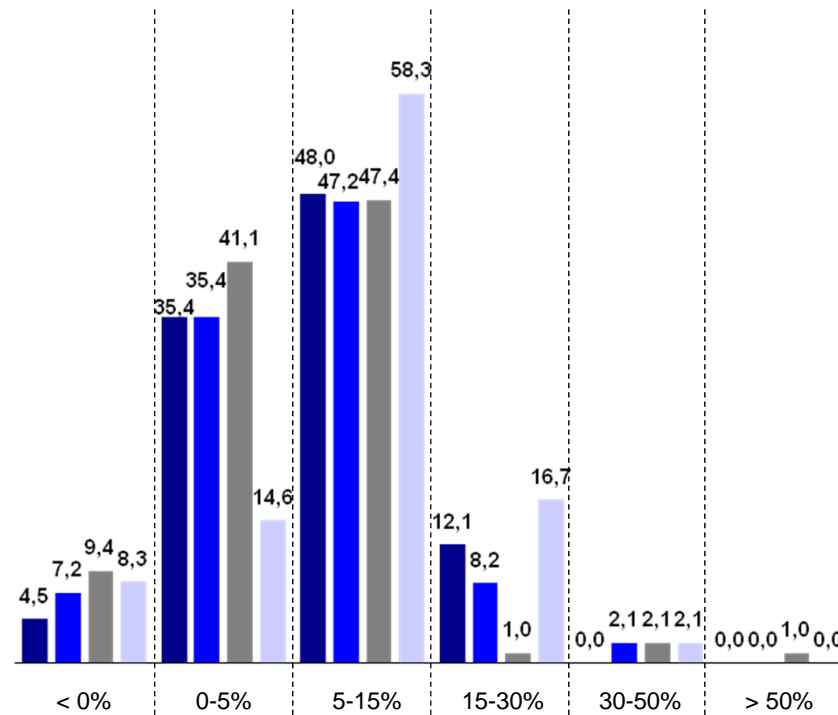
Im Vergleich zum Vorjahr wird von den Studienteilnehmern auf Sicht von 5 Jahren mit einem stärkeren Wachstum des Zertifikatemarktes gerechnet

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

Vergleich Gesamt 2008, 2009, 2010 und 2011

(Alle Angaben in Prozent)

■ 2011 ■ 2010 ■ 2009 ■ 2008

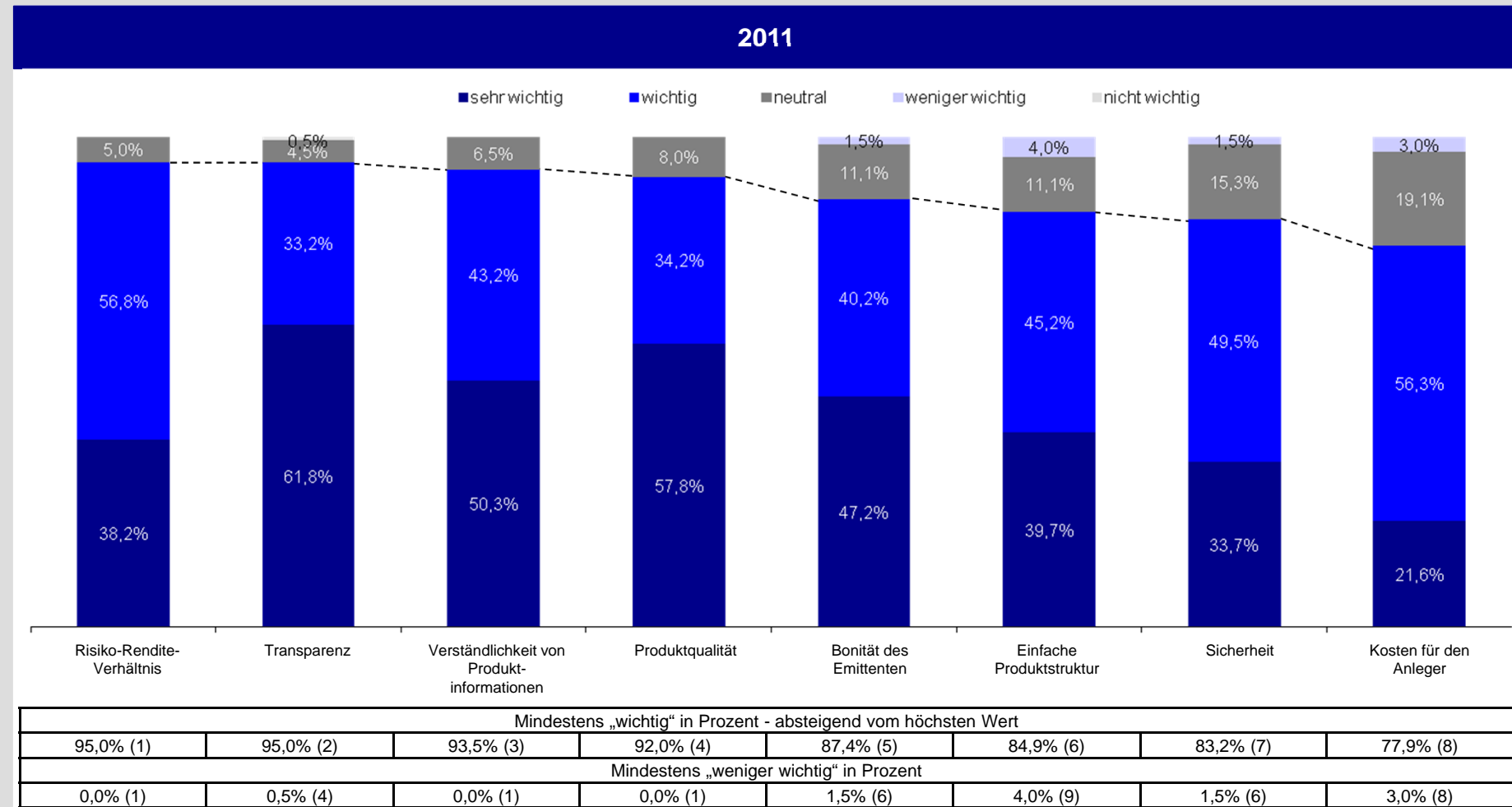


- Ziele und Methodik
- Zusammenfassung: Key Learnings
- Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“
 - Kunde
 - Markt
 - **Zertifikate**
 - Verständnis Berater - Kunde
 - Medien
 - Rechtliche Rahmenbedingungen

Anhang

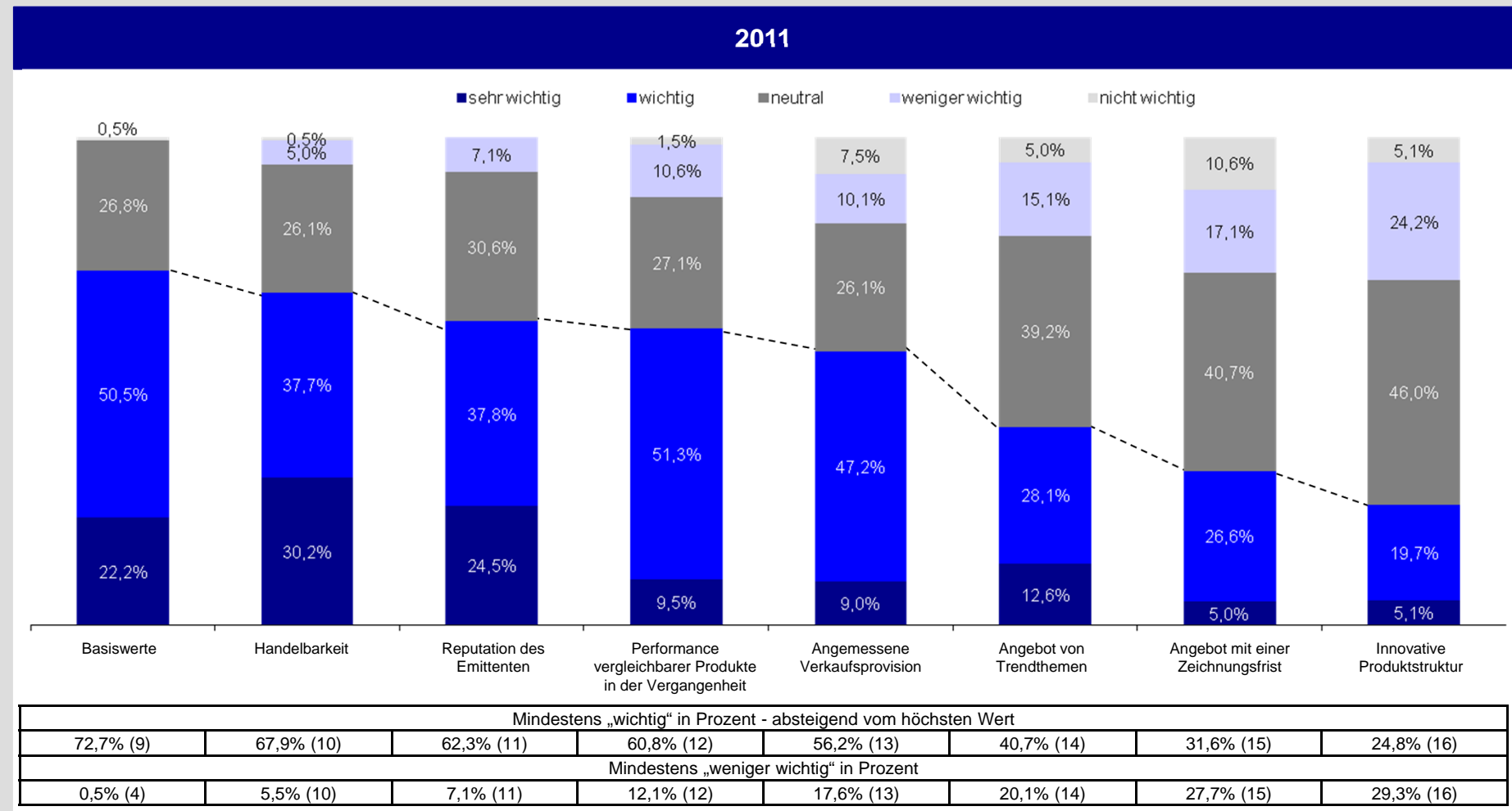
Jeweils 95% erachten das Rendite-Risiko-Verhältnis und die Transparenz als wichtige Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten

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



Eine innovative Produktstruktur stellt nur aus Sicht von knapp 25% der Studienteilnehmer einen wesentlichen Erfolgsfaktor von Zertifikaten dar

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

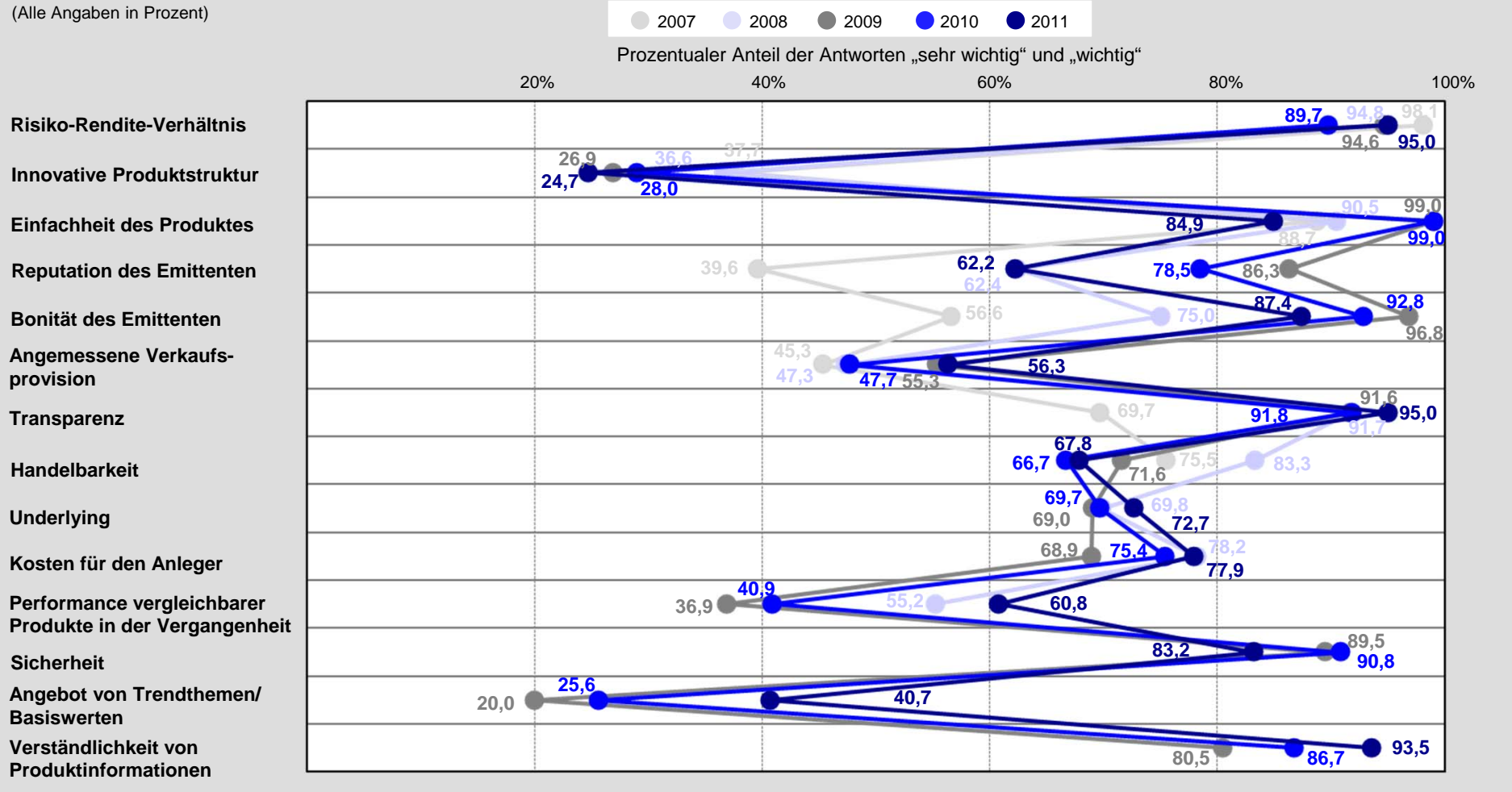


Zertifikate

Die Verständlichkeit der Produktinformationen hat in den letzten Jahren kontant an Bedeutung gewonnen, aktuell stufen knapp 94% diese als wesentlich für den Erfolg ein

Bedeutung folgender Faktoren für den Erfolg von Zertifikaten

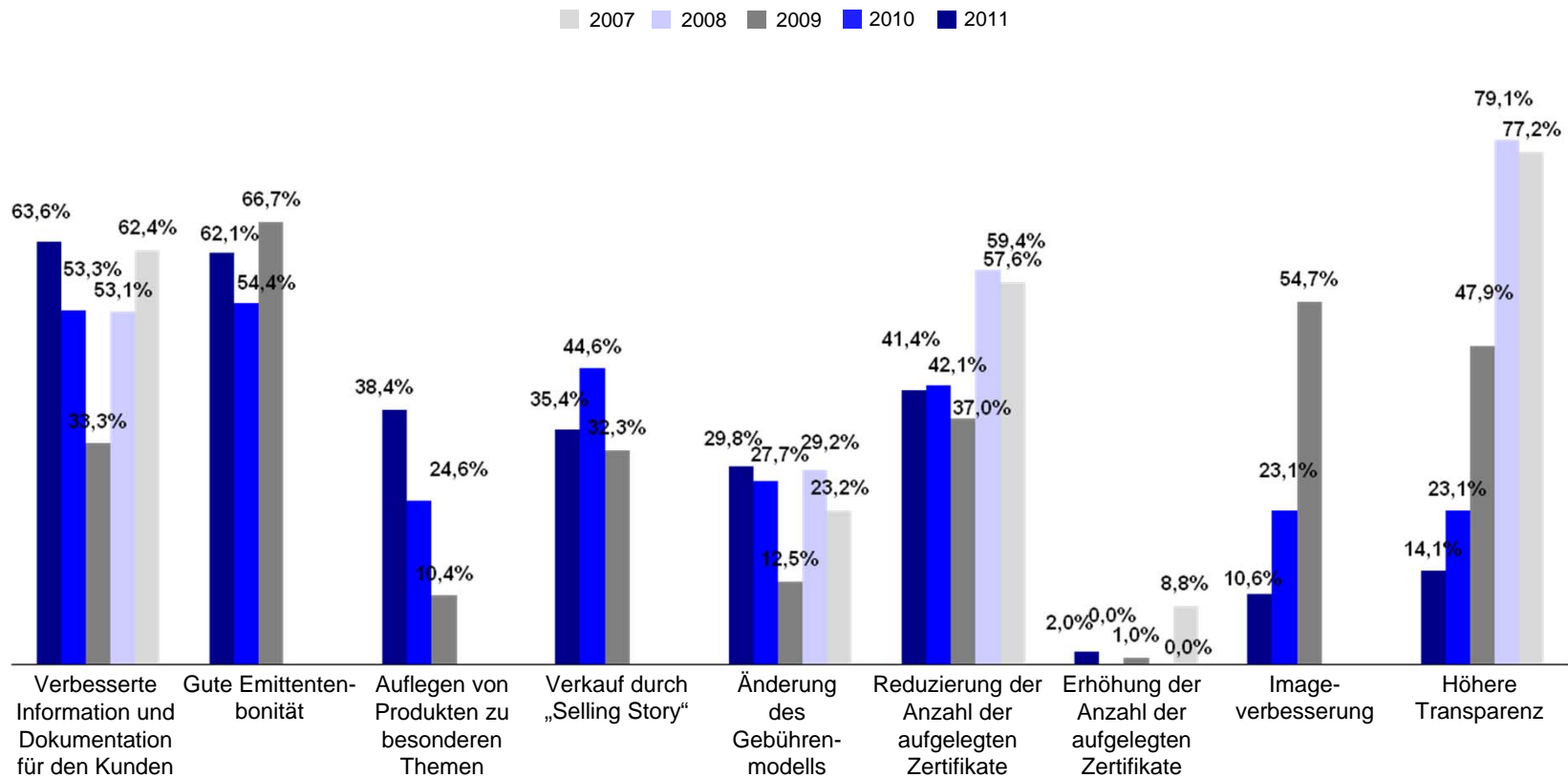
(Alle Angaben in Prozent)



Während eine Imageverbesserung seit 2009 kontinuierlich an Bedeutung verloren hat, wurde die Auflage von „Themenprodukten“, um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen, wichtiger

Wichtigste Punkte, um das Investitionsvolumen in Zertifikate zu erhöhen

Vergleich 2007, 2008, 2009, 2010 und 2011

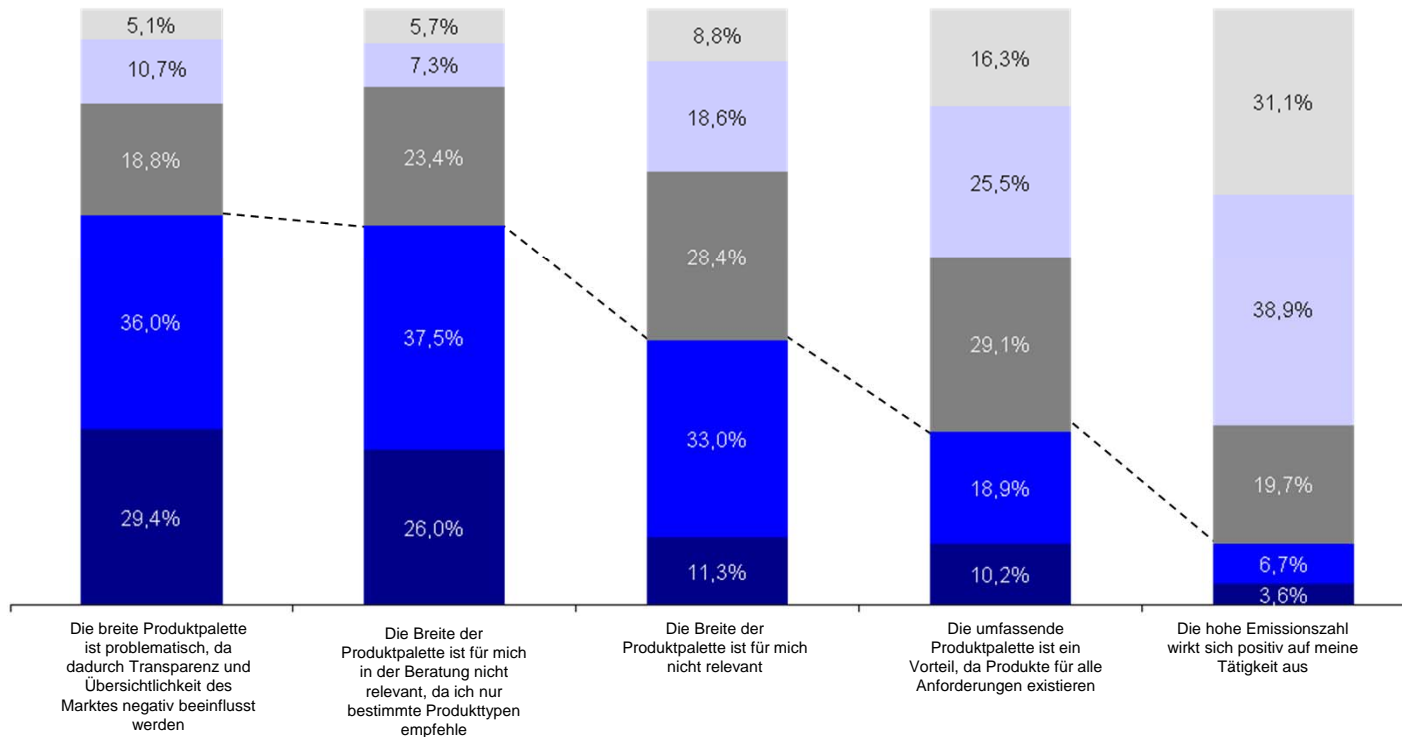


65% der Teilnehmer stufen die breite Produktpalette als problematisch ein, da hierdurch die Transparenz des Marktes negativ beeinflusst wird

Beurteilung folgender Aussagen

Gesamt 2011

■ stimme voll zu ■ stimme zu ■ neutral ■ stimme weniger zu ■ stimme nicht zu



Ableitungen

- Nur 10% der Studienteilnehmer geben an, dass sich die hohe Emissionszahl positiv auf ihre Tätigkeit auswirkt, 70% lehnen diese Aussage ab
- 64% stufen die Breite der Produktpalette nur als wenig relevant ein, da in der Beratung nur bestimmte Produkttypen empfohlen werden

Mindestens „stimme zu“ in Prozent - absteigend vom höchsten Wert				
65,4% (1)	63,5% (2)	44,3% (3)	29,1% (4)	10,3% (5)
Mindestens „stimme weniger zu“ in Prozent				
15,8% (2)	13,0% (1)	27,4% (3)	41,8% (4)	70,0% (5)

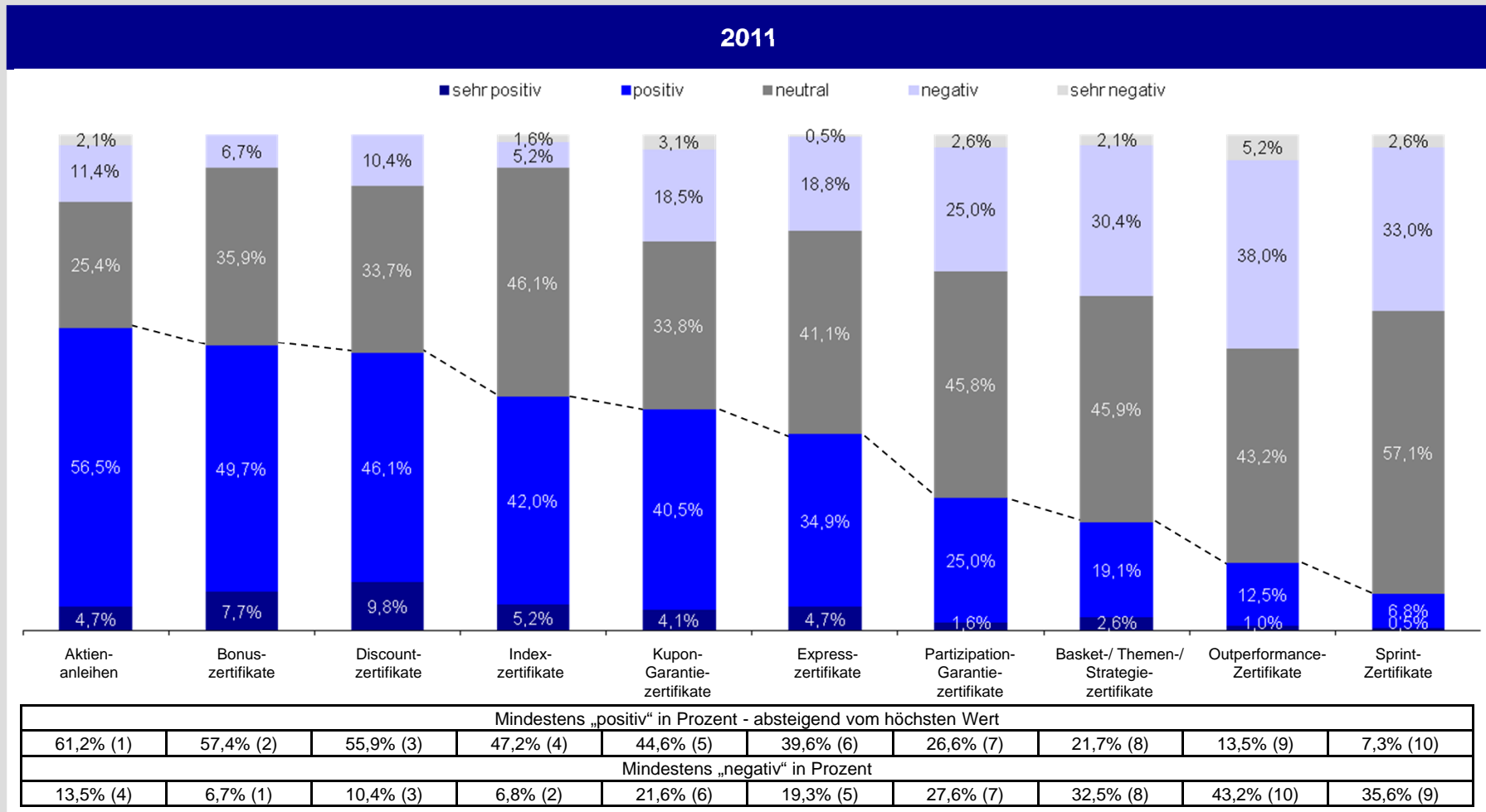
Einführung zur Frage: Die Zahl der Emissionen ist in der jüngster Zeit sehr stark angestiegen. Aktuell gibt es über 650.000 ausstehende Zertifikate und Hebelprodukte, wobei täglich neue Produkte hinzukommen.

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

Anhang

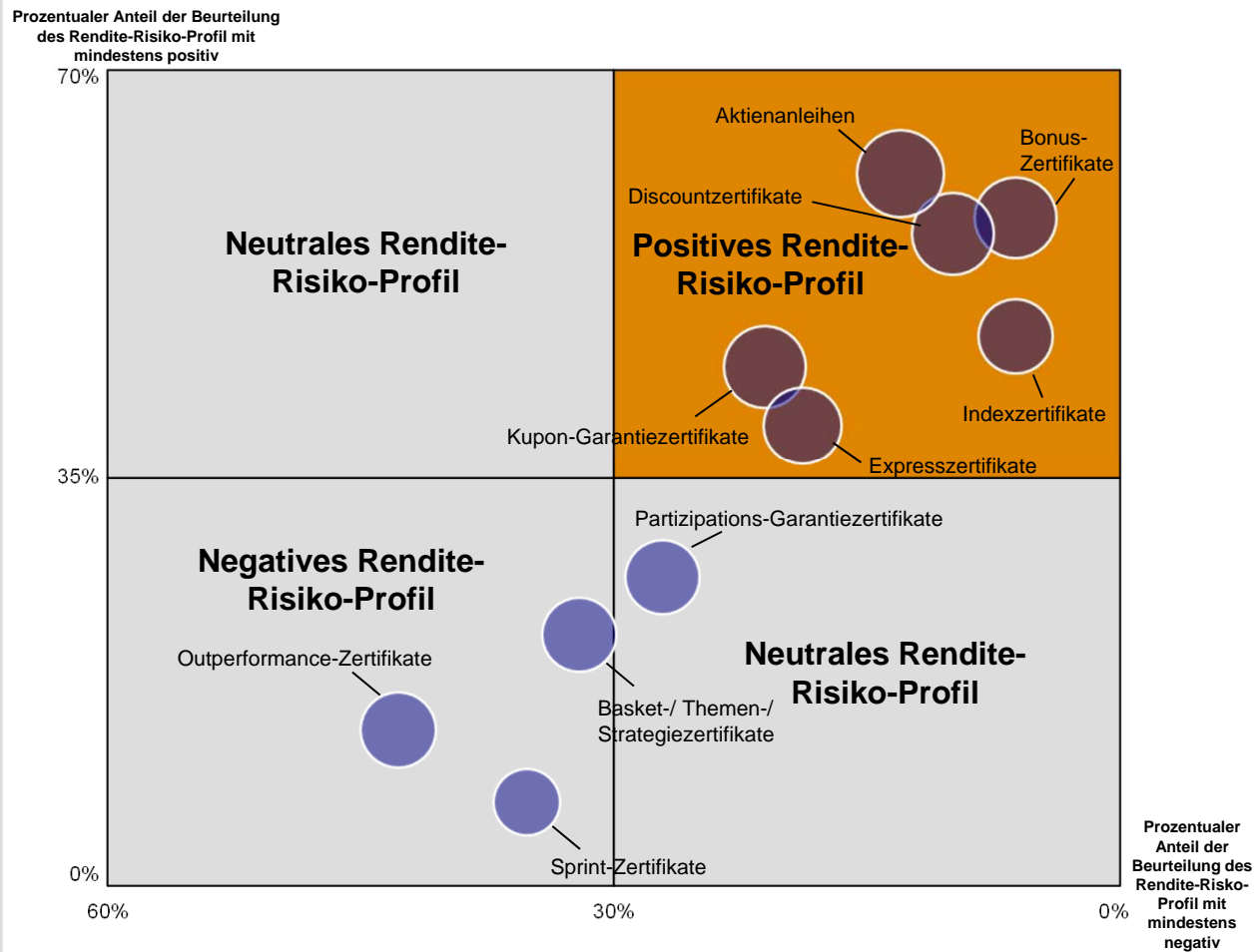
61% der Studienteilnehmer weisen Aktienanleihen ein positives Rendite-Risiko-Profil zu

Einschätzung des Rendite-Risiko-Profiles der nachfolgenden Zertifikatgruppen



Aktienanleihen, Bonus-, Discount-, Index- und Expresszertifikate sowie Kupon-Garantie-zertifikate haben aus Sicht der Studienteilnehmer ein positives Rendite-Risiko-Profil

Einschätzung des Rendite-Risiko-Profiles der nachfolgenden Zertifikatgruppen



Ableitungen

- Bei Outperformance- und Sprint-Zertifikaten wird das Risiko-Rendite-Profil eher negativ bewertet
- Basket-/Themen-/Strategie-zertifikate sowie Partizipations-Zertifikate, werden als neutral angesehen

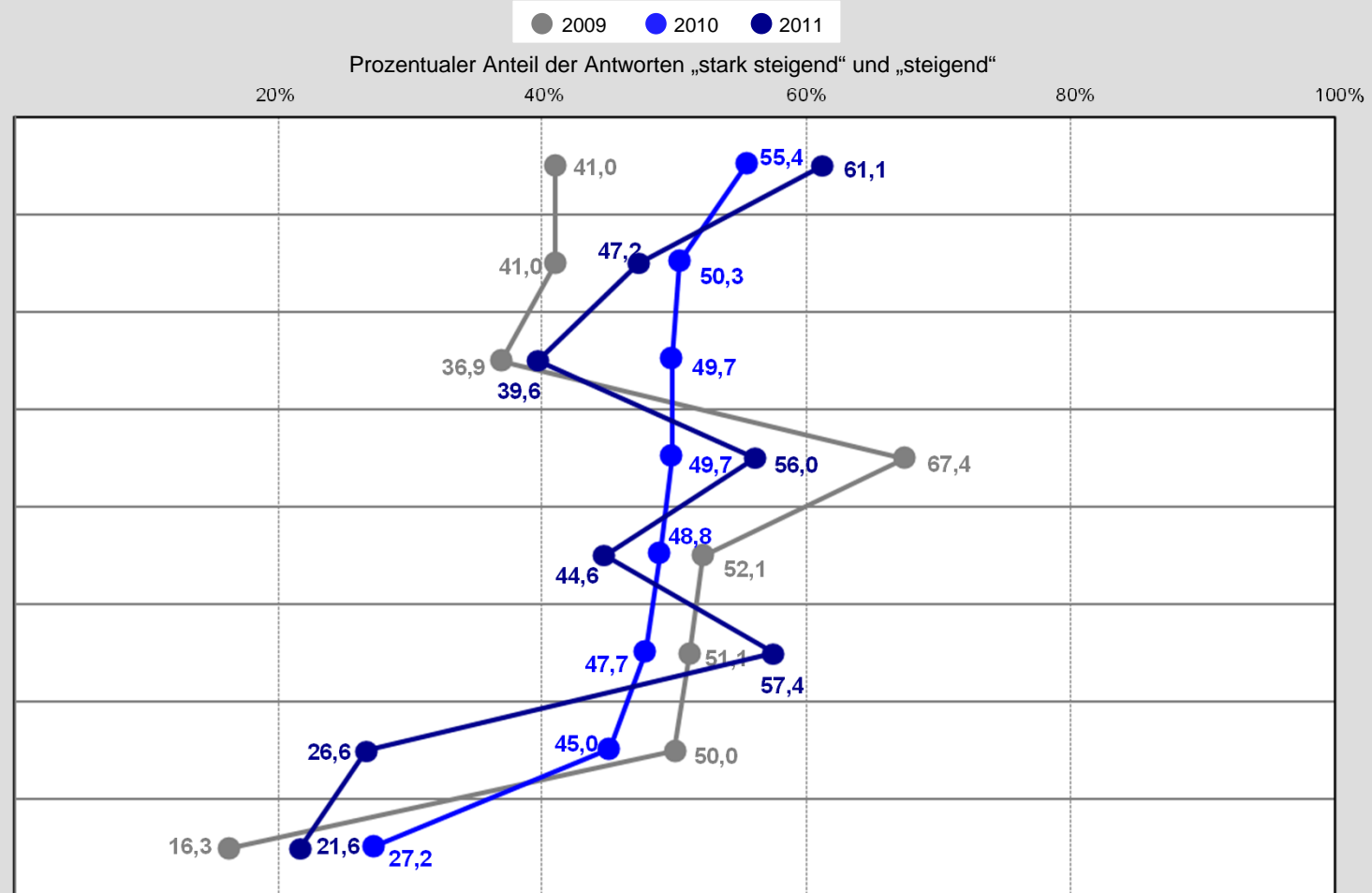
Durchmesser repräsentiert den inversen prozentualen Anteil der Nennungen „neutral“, steigende Größe bei sinkender Anzahl



Das Rendite-Risiko-Profil von Partizipations-Garantiezertifikaten wird seit 2009 kontinuierlich negativer bewertet, aktuell stufen nur noch 27% dieses als positiv ein

Einschätzung des Rendite-Risiko-Profiles der nachfolgenden Zertifikatgruppen

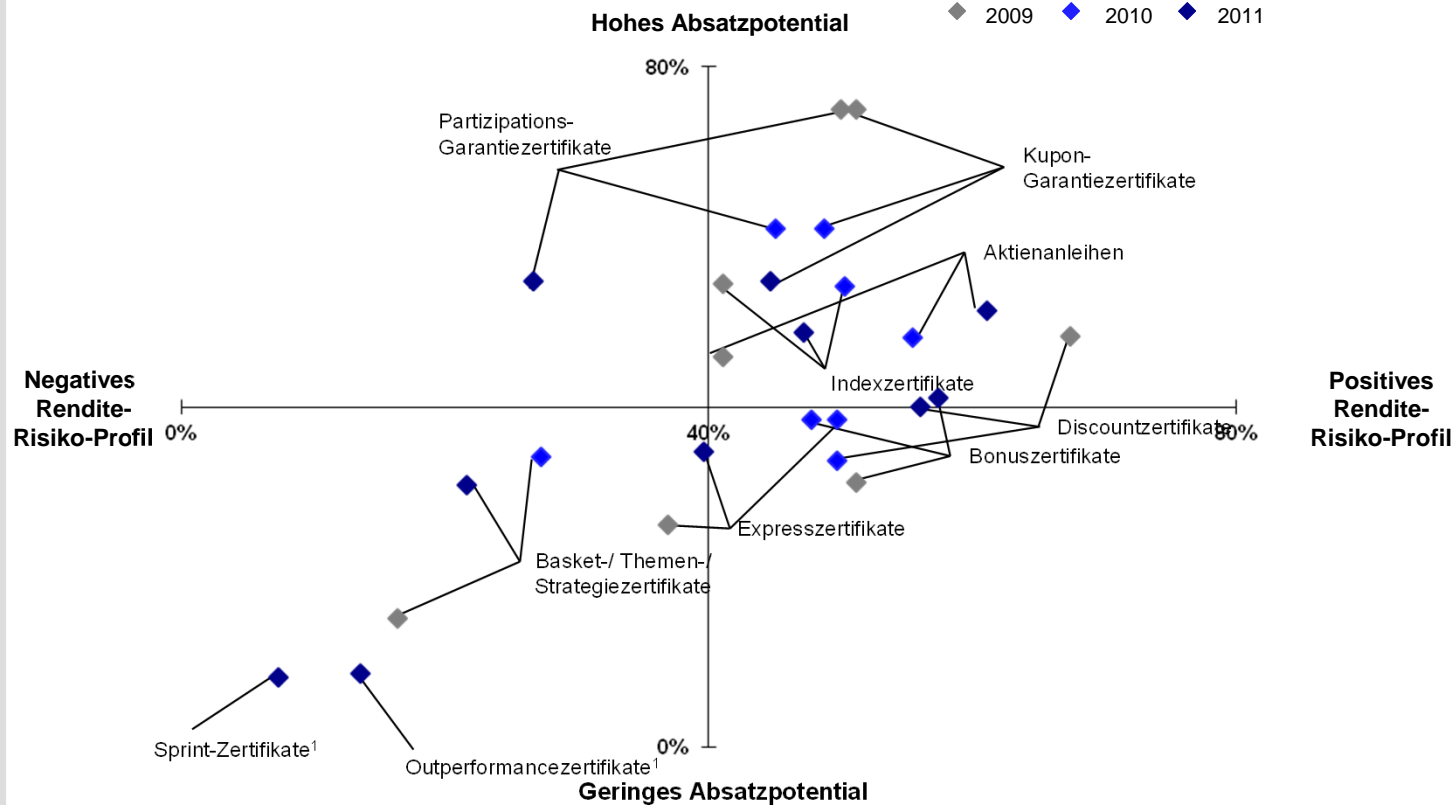
(Alle Angaben in Prozent)



Sowohl die Bewertung des Rendite-Risiko-Profiles als auch die Prognose des zukünftigen Absatzpotentials hat sich bei Aktienanleihen verbessert

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

Vergleich 2009, 2010 und 2011



Ableitungen

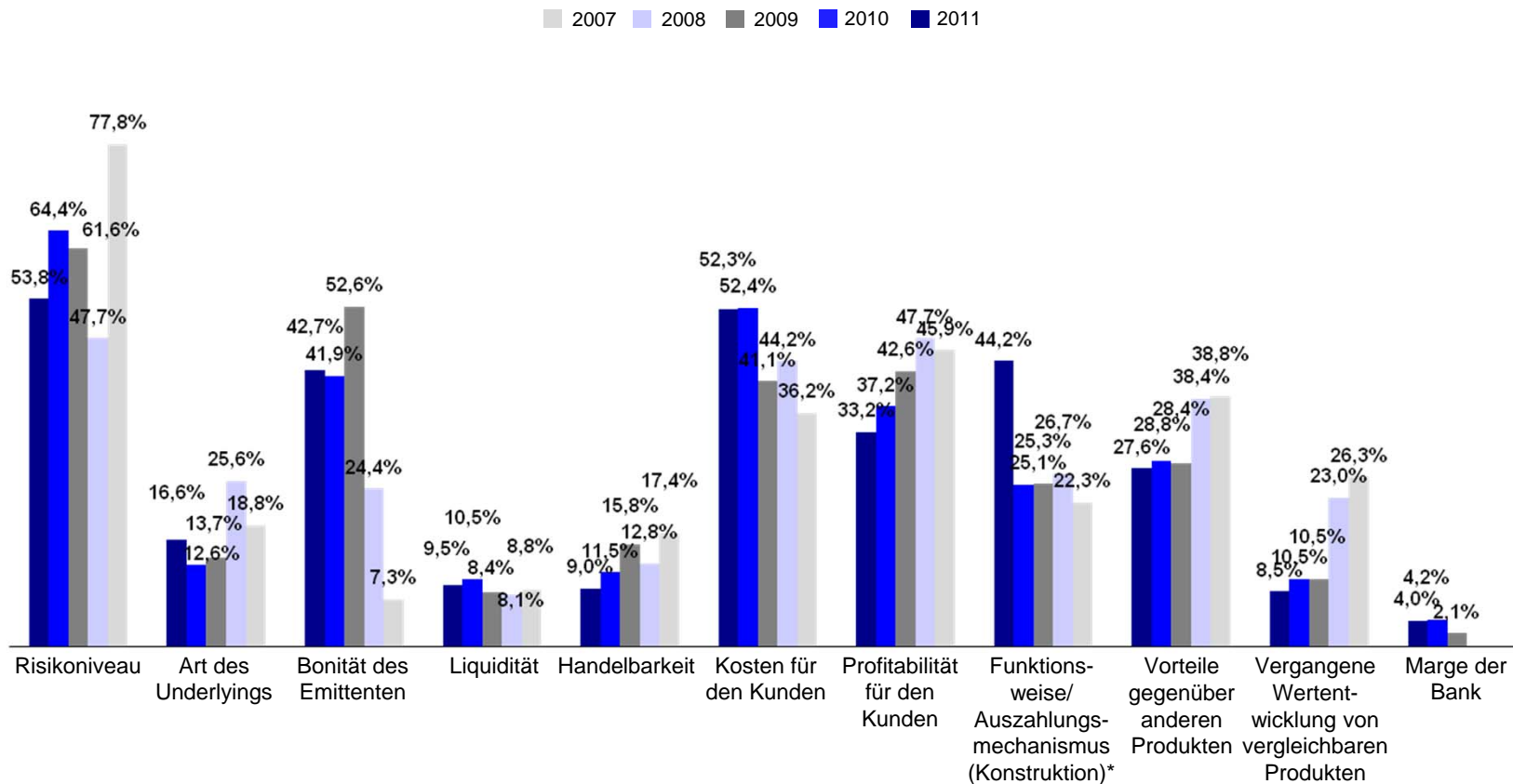
- Allgemein besteht eine deutliche Korrelation zwischen der Bewertung des Rendite-Risiko-Profiles eines Zertifikates und dem diesen, auf Sicht von 3 Jahren zugewiesenen Absatzpotentials
- Sowohl Kupon- als auch Partizipations-Garantiezertifikate werden sowohl bezüglich ihres Chance-Risiko-Verhältnisses als auch des zukünftigen Absatzpotentials negativer eingeschätzt als noch in den Vorjahren

1) 2011 erstmals abgefragt

Im Vergleich zu den Vorjahren werden die Studienteilnehmer von den Kunden deutlich häufiger nach der Funktionsweise und dem Auszahlungsmechanismus eines Zertifikats gefragt

Häufigste gestellte Fragen der Kunden im Zusammenhang mit Zertifikaten

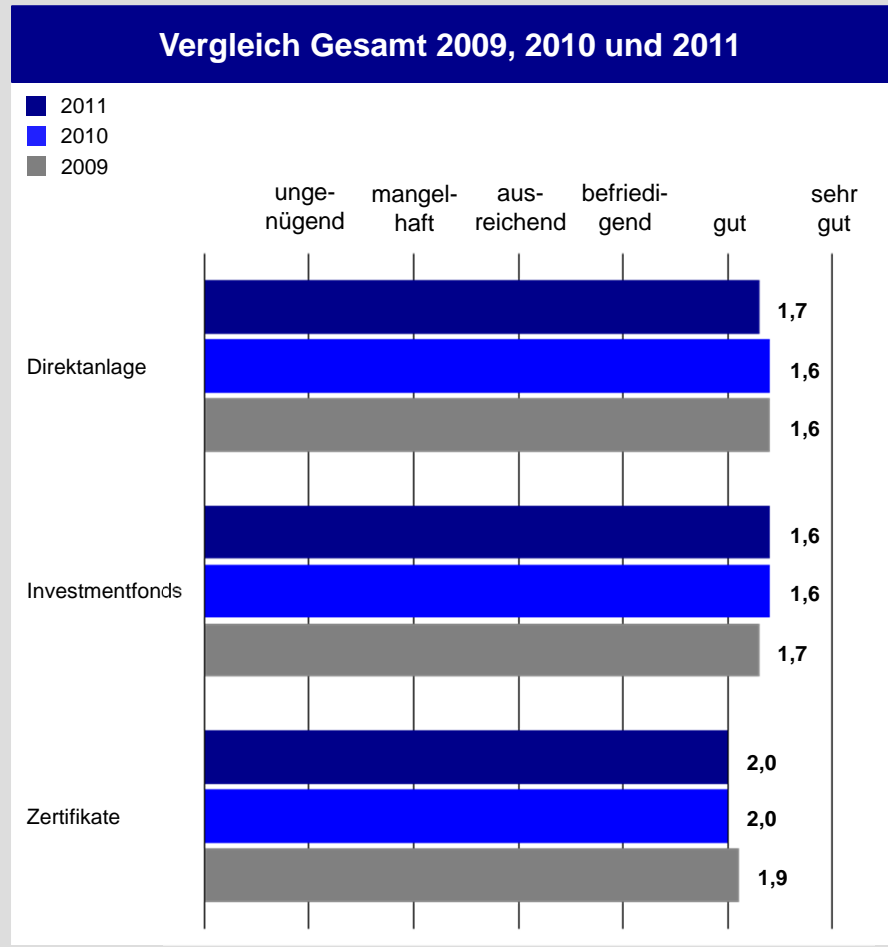
Vergleich 2007, 2008, 2009, 2010 und 2011



* 2007/2008/2009/2010: Konstruktion

Die Studienteilnehmer bewerten ihr Produktwissen im Bereich Zertifikate weiterhin mit „gut“

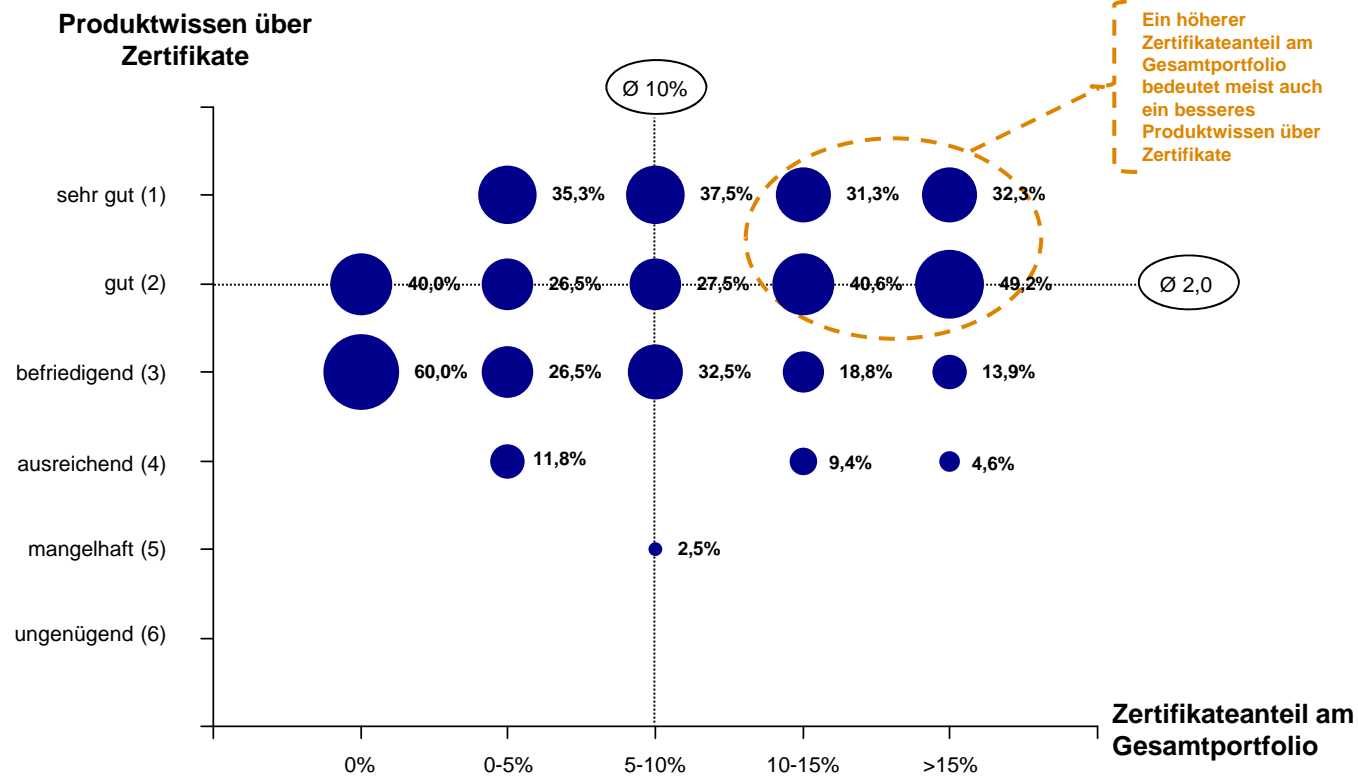
Beurteilung des Produktverständnisses in folgenden Anlagebereichen



Mit zunehmendem Produktverständnis nimmt der durchschnittliche Zertifikateanteil in den Kundenportfolios zu

Kombinierte Auswertung Produktverständnis bei Zertifikaten und aktueller Zertifikateanteil am Portfolio

Zusammenhang von Produktwissen und Zertifikateanteil am Gesamtportfolio



Ableitungen

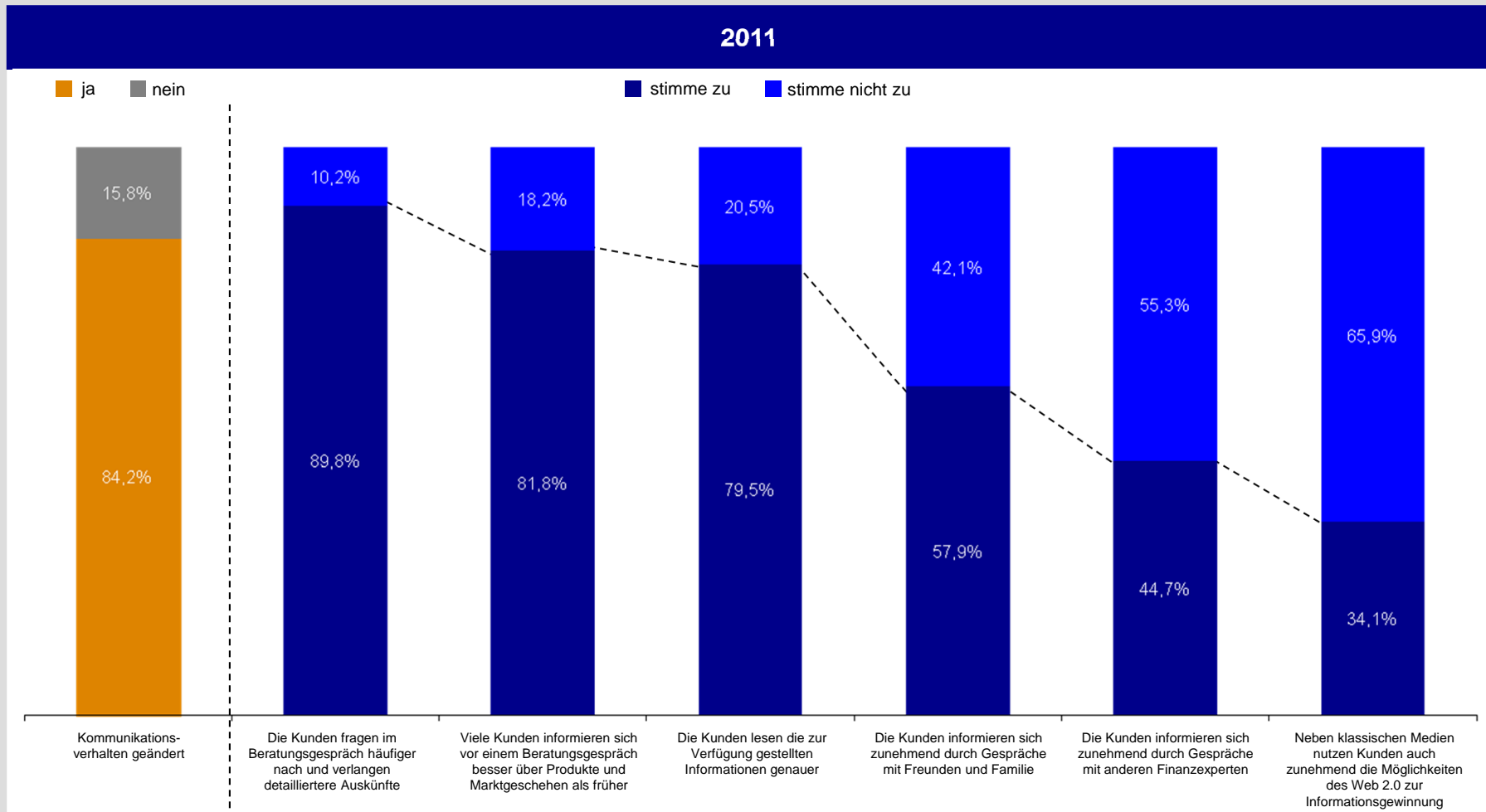
- Mehr als 80% derjenigen, die einen Zertifikateanteil von über 15% am Portfolio haben, stufen ihr Wissen als gut oder sehr gut ein
- Grundsätzlich steht das Produktverständnis im Zusammenhang mit dem Zertifikateanteil am Portfolio, bei einem geringen Zertifikateanteil besteht auch i.d.R. ein etwas geringerer Wissensstand

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

Anhang

84% sind der Meinung, dass sich das Kommunikationsverhalten der Kunden durch die Finanzkrise geändert hat

Verändertes Kommunikationsverhalten der Kunden durch die Finanzkrise

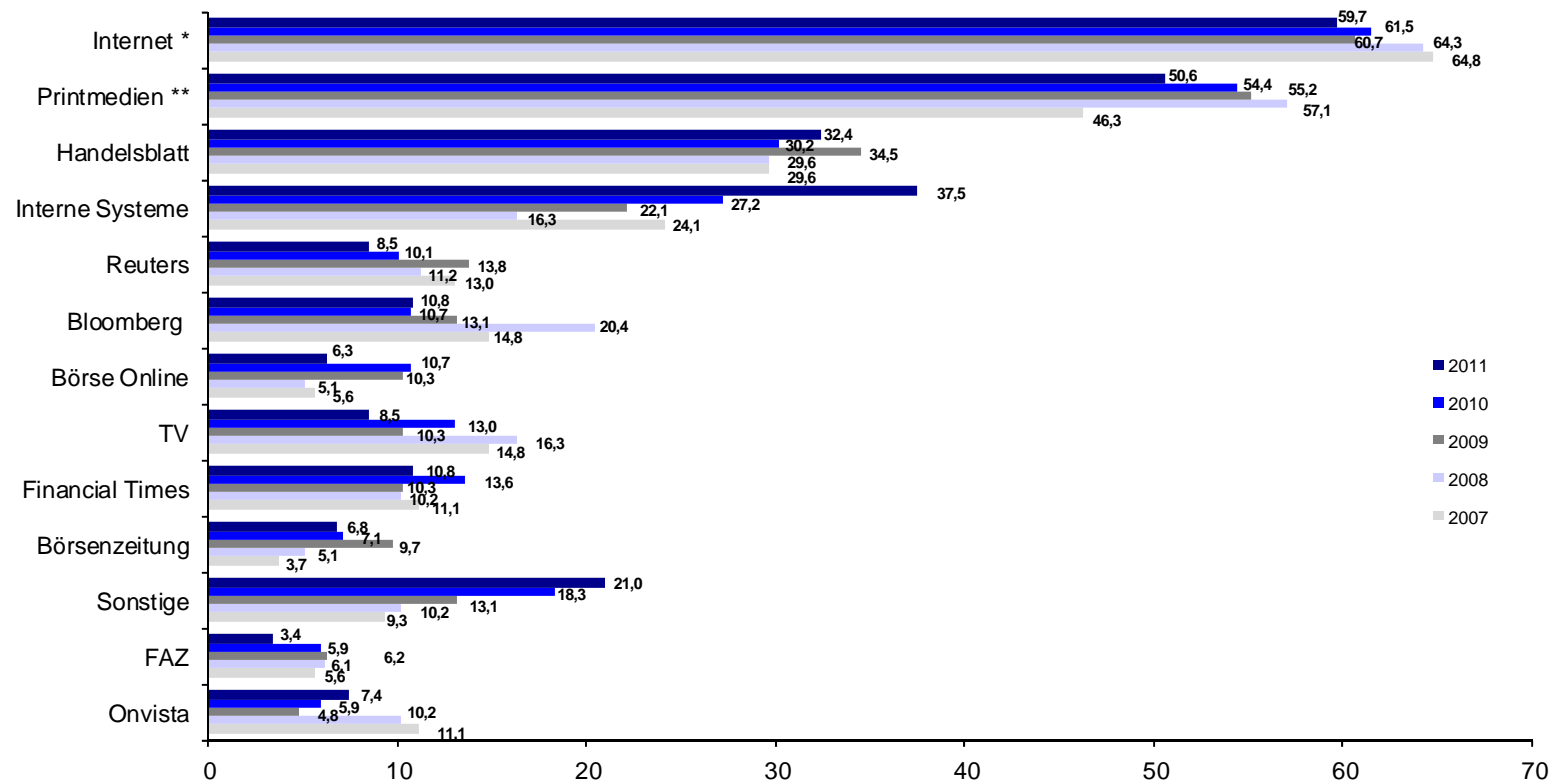


Die Bedeutung interner Systeme zur allgemeinen Finanzinformation ist im Vergleich zu den Vorjahren deutlich angestiegen

Genutzte Medien zur allgemeinen Finanzinformation

Vergleich Gesamt 2007, 2008, 2009, 2010 und 2011

(Alle Angaben in Prozent)



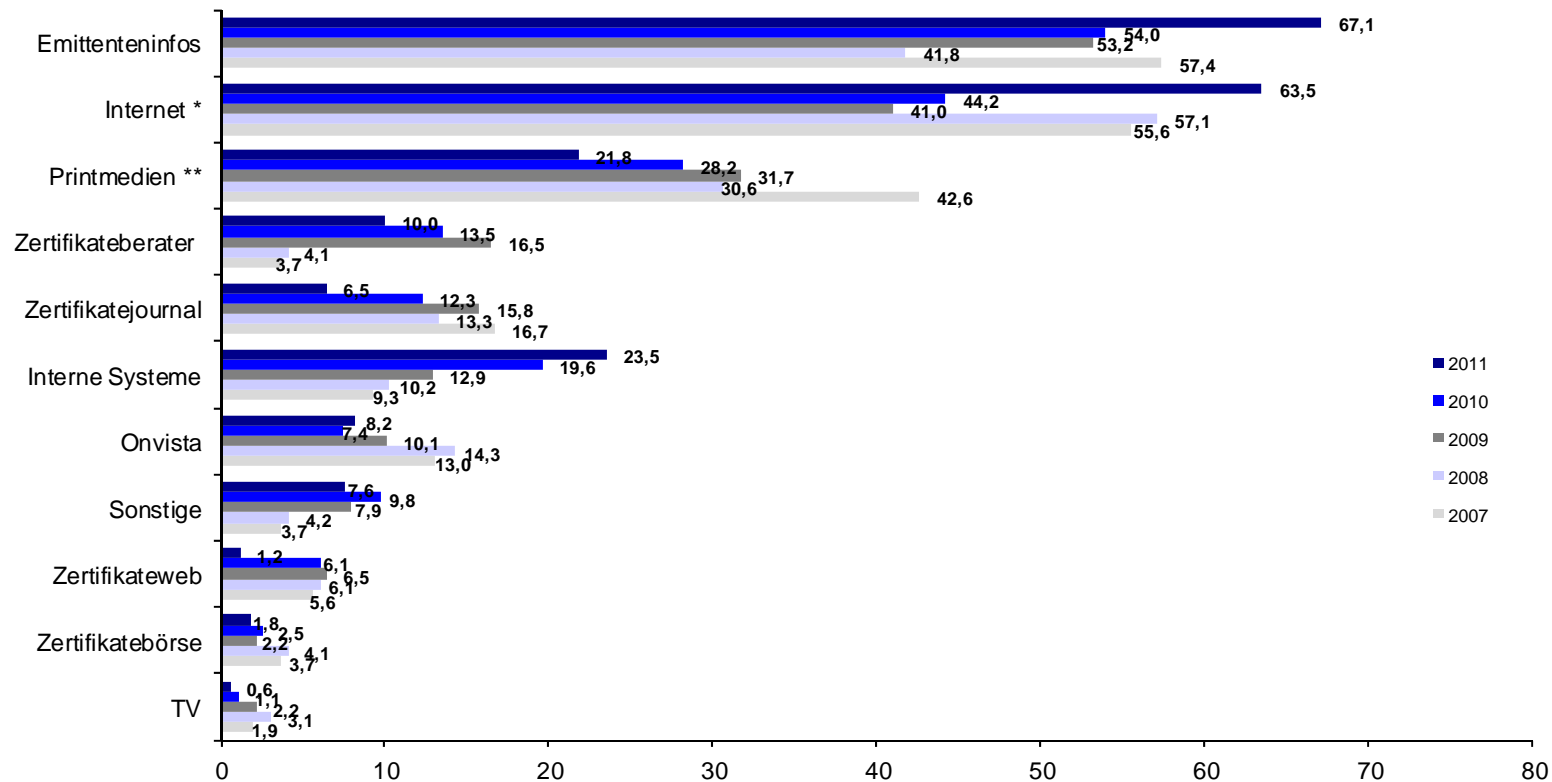
*) ex Onvista, **) ex Handelsblatt, Financial Times, FAZ, Börsenzeitung, Börse Online

Allgemein haben Emittenteninformationen zur Informationsbeschaffung rund um Zertifikate bei den Studienteilnehmer im Vergleich zur Vergangenheit an Bedeutung gewonnen

Genutzte Medien zur speziellen Information rund um Zertifikate

Vergleich Gesamt 2007, 2008, 2009, 2010 und 2011

(Alle Angaben in Prozent)



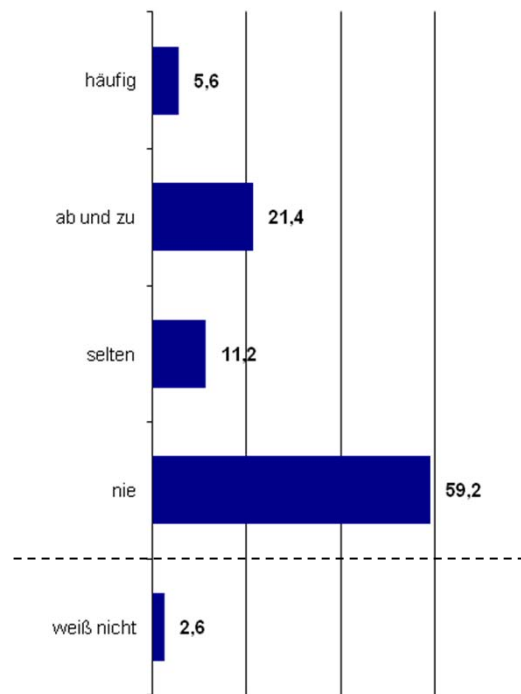
*) ex Onvista, Zertifikateweb **) ex Börse Online, Zertifikatejournal, Zertifikateberater, Zertifikatebörse

59% der Befragten nutzen keine Mobile-Communications-Anwendungen für Finanzen, 11% diese nur selten

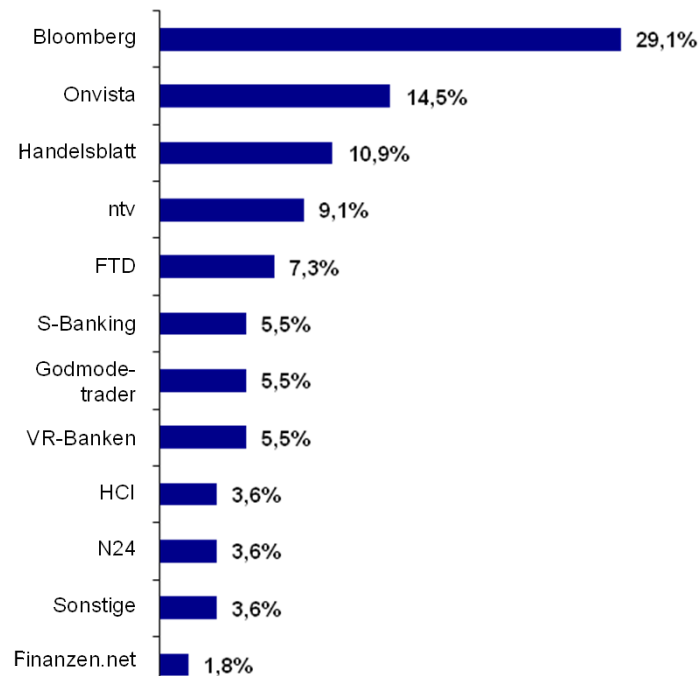
Häufigkeit der Nutzung von Mobile-Communications-Anwendungen für Finanzen

2011

(Alle Angaben in Prozent)



Beste App:



Ableitungen

- Lediglich 6% der Studienteilnehmer nutzen diese Anwendungen häufig und 21% ab und zu
- Die beliebtesten Apps sind die Anwendungen von Bloomberg (29%) und Onvista (15%)
- Die Mobile-Communication-Anwendungen von Banken, Genossenschaftsbanken und Sparkassen haben aktuell nur eine untergeordnete Bedeutung

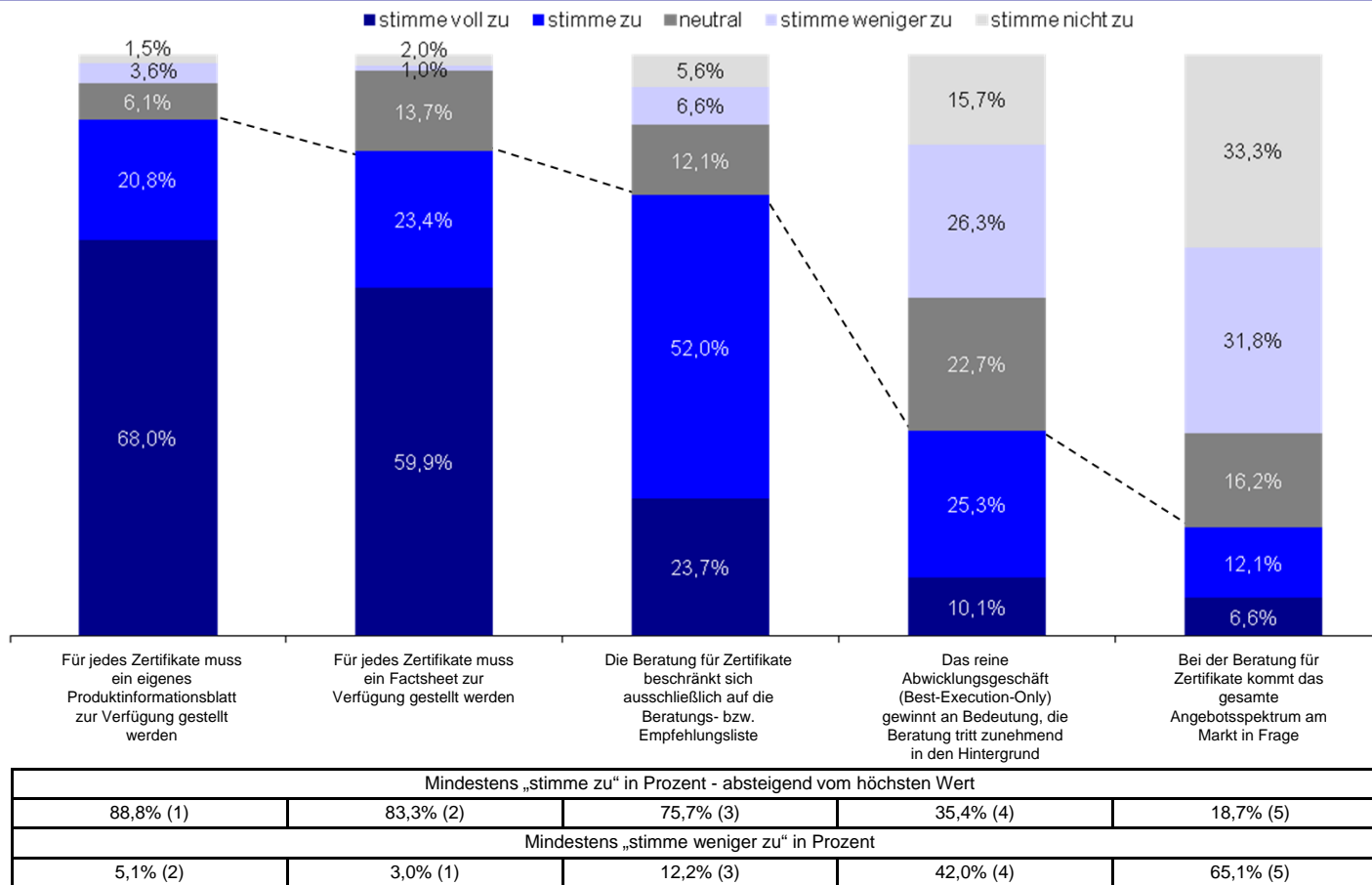
- Ziele und Methodik
- Zusammenfassung: Key Learnings
- Detaillierte Ergebnisse des „Trendbarometer Zertifikate“
 - Kunde
 - Markt
 - Zertifikate
 - Verständnis Berater - Kunde
 - Medien
 - **Rechtliche Rahmenbedingungen**

Anhang

Lediglich 19% der Teilnehmer stimmen zu, dass bei der Beratung für Zertifikate das gesamte Angebotsspektrum am Markt in Frage kommt

Beurteilung folgender Aussagen

Gesamt 2011

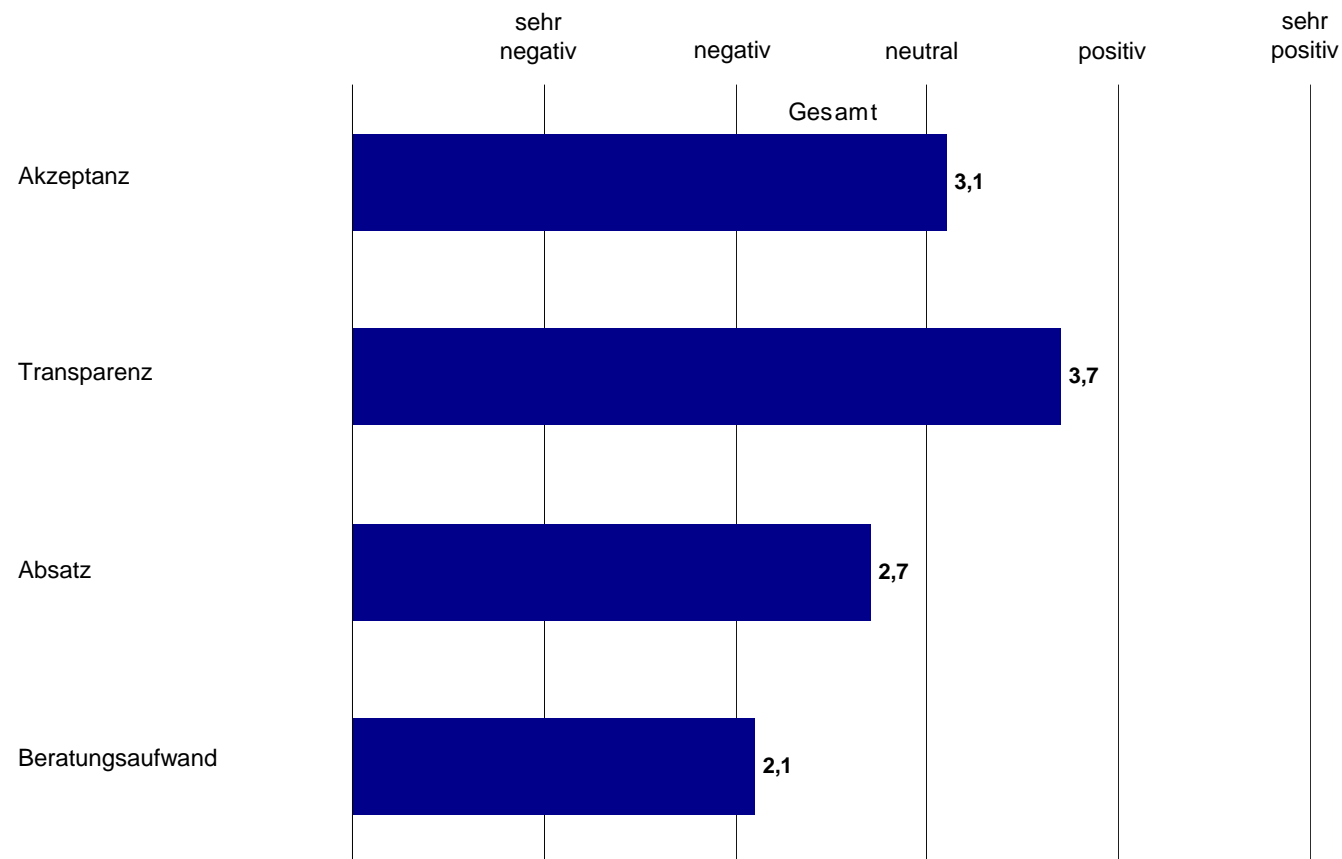


Ableitungen

- Je 80% sind der Meinung, dass für jedes Zertifikat ein Produktinformationsblatt bzw. ein Factsheet zur Verfügung stehen muss
- Dass das reine Abwicklungsgeschäft an Bedeutung gewinnt und die Beratung in den Hintergrund rückt, sehen 42% der Befragten nicht so
- 76% stimmen allerdings zu, dass sich die Beratung für Zertifikate ausschließlich auf eine Beratungs- und Empfehlungsliste beschränkt

Lediglich die Transparenz wird, nach Meinung der Studienteilnehmer, durch das Anlegerschutzverbesserungsgesetz positiv beeinflusst

Einfluss des Anlegerschutzverbesserungsgesetzes im Bereich Zertifikate auf folgende Faktoren



Ableitungen

- Auf den Beratungsaufwand hat das Gesetz hingegen einen negativen Einfluss
- Bei der Akzeptanz und dem Absatz stehen die Teilnehmer den Auswirkungen des Gesetzes eher neutral gegenüber

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

Anhang

Begriffsdefinitionen

Typen

- **Open-End-Zertifikat:** Zertifikat ohne Laufzeitbegrenzung
- **Closed-End-Zertifikat:** Zertifikat mit befristeter Laufzeit
- **Aktiv gemanagtes Zertifikat:** Zusammensetzung des Aktienkorbes gemäß der zugrundeliegenden Anlagestrategie; diese kann sich während der Laufzeit ändern
- **Passiv gemanagtes Zertifikat:** Produkte bleiben während der gesamten Laufzeit unverändert

Zertifikatekategorien

- **Garantie:** Vollständige oder teilweise Kapitalgarantie am Laufzeitende

Teilschutz

- **Bonus:** Anlage mit garantierter Rendite (solange ein Sicherheitspuffer hält)
- **Express:** Partizipation an Seitwärtstrends, mögliche vorzeitige Rückzahlung bei Prüfterminen, teilweiser Kapitalschutz am Laufzeitende
- **Discount:** Partizipieren mit Sicherheitspuffer an Basiswerten

Partizipation

- **Index:** Partizipation 1:1 an Indizes

Hebel

- **Outperformance:** Erhöhte Partizipation an Kurssteigerungen, bei gleichzeitigem Sicherheitspuffer
- **Sprinter:** Doppelte Partizipation an Kursgewinnen, ohne vergrößertes Verlustrisiko

Kennzahlen

- **Open Interest:** Anzahl der nach einer Börsensitzung nicht glattgestellten Kontrakte
- **Emissionsvolumen:** Das Emissionsvolumen ist der Gesamtnominalbetrag bzw. die Gesamtstückzahl eines Wertpapiers
- **Abgesetztes Volumen:** Betrag bzw. Stückzahl eines verkauften Wertpapiers auf Seiten der Emittenten
- **Bestandsvolumen:** Betrag bzw. Stückzahl eines gekauften Wertpapiers auf Seiten der Anleger
- **Außerbörsliches Geschäft (over the counter):** Der Anleger richtet sich direkt an seine Depotbank bzw. über eine Direktbank an den Emittenten
- **Umsatz:** Der Gesamtbetrag abgeschlossener Geschäfte in einem Wertpapier oder am Gesamtmarkt zu einem Zeitpunkt bzw. in einem Zeitraum

Zusammensetzung

- **Basiswert (Underlying):** Z.B. ein Wertpapier oder ein anderer Referenzwert, dem ein Zertifikat zugrunde liegt
- **Management Fee:** Verwaltungsvergütung, i.d.R. für aktives Management
- **Spread:** Differenz zwischen An- und Verkaufspreis zu einem bestimmten Zeitpunkt



**RESEARCH CENTER FOR FINANCIAL SERVICES
STEINBEIS HOCHSCHULE BERLIN**

Prof. Dr. Jens Kleine und Matthias Krautbauer

STEINBEIS RESEARCH CENTER FOR FINANCIAL SERVICES
Roßmarkt 6 ■ 80331 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



Thomas Vögele

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: thomas.voegele@dzbank.de