

September //
2010

Erfolgreiche Asset Allocation – Experten geben Einblick.

EINE SONDERPUBLIKATION DER BörseGo AG.

ERFOLGREICHE ASSET ALLOCATION –
EXPERTEN GEBEN EINBLICK

2010

Erfolgreiche Asset Allocation.

EINE SONDERPUBLIKATION DER BörseGo AG.

INHALTSVERZEICHNIS

Niedrige Renditen Aktiv in der Seitwärtsphase – Strategische Auswirkungen einer neuen Normalität	Seite 03
Kaufen und Halten war gestern Langfristiger Vermögensaufbau durch aktive Asset Allokation	Seite 05
Börsentheorien gestern und heute	Seite 09
Ethische versus unethische Investmentstrategien	Seite 12
Verständlichkeit als Qualitätsmaßstab für Finanzprodukte?	Seite 16
Risikomanagement in der Krise Vom richtigen Umgang mit Risiken	Seite 20
GodmodeTrader.de Strategie I Der erste Fonds des Trading-Portals GodmodeTrader.de	Seite 23
Optionen konservativ einsetzen! Richtig Anlegen in volatilen Zeiten	Seite 25
Schwellenländeranleihfonds Emerging Markets profitieren von der Schuldenkrise in Europa	Seite 27
Immobilien und Versicherer Welche Risiken liegen in einer Kapital Lebensversicherung im aktuellen Umfeld?	Seite 29
Discount-Strukturen Outperformance im Seitwärtsmarkt	Seite 30
Impressum & Disclaimer	Seite 33

SEHR GEEHRTE LESERINNEN UND LESER,

weniger ist mehr. Gier scheint begraben, zumindest für eine Zeit lang. Wer mit zweistelligen Renditen wirbt, begibt sich in die Gefahr, als unseriös zu gelten. Überschuldung führt zu unterdurchschnittlichem Wirtschaftswachstum führt zu geringeren Renditeerwartungen. Diese Gleichung stellte jüngst Anleiheguru Bill Gross auf, als er auf einem Investmentkongress von einer „neuen Normalität“ sprach. Notenbanken auf dem ganzen Globus haben sich in Abstimmung mit den Regierungen dazu entschlossen, jedwede Konjunkturdelle mit Liquiditätsspritzen zu bekämpfen. Als Resultat wächst die Geldmenge beständig, während gleichzeitig die Zinsen künstlich niedrig gehalten werden. Das hilft einerseits die nominalen Kosten der immens steigenden Staatsverschuldung unter scheinbarer Kontrolle zu halten, während auch Unternehmen sich relativ günstig finanzieren können. Die Weltwirtschaft wächst mit geringeren Raten weiter, unter chronischer Ausweitung der Verschuldungsproblematik. Steigende Preise sind die zwingende Folge. Vielleicht nicht heute, aber in letzter Instanz gilt eine höhere Inflation als sicher. In dieser Sonderpublikation geben wir Ihnen einen Überblick der aktuellen Trends in der Vermögensverwaltung.

Eine angenehme und informative Lektüre wünscht Ihnen

Ihr Jochen Stanzl
Chefredakteur BörseGo AG



VERSTÄNDLICHKEIT ALS QUALITÄTSMABSTAB FÜR FINANZPRODUKTE? ZERTIFIKATE UND INVESTMENTFONDS SIND BEI ANLEGERN WIEDER SEHR BELIEBT. WIE VERSTÄNDLICH MÜSSEN SIE BESCHRIEBEN SEIN?

Volatilität, Sharpe-Ratio, diskretionärer freier Cashflow – schon diese wenigen Beispiele aus den Hochglanzbroschüren von Finanzprodukten zeigen, dass von Banken und Emittenten nach wie vor gern Fachausdrücke verwendet werden, wenn es darum geht, die Funktionsweise von Investmentfonds oder Zertifikaten darzustellen und Kosten und Risiken zu beschreiben. Dabei fordert die Ministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Ilse Aigner, dass sich die Beschreibungen am durchschnittlich informierten Anleger zu orientieren haben.

Gleich in mehreren Gesetzen wird angemahnt, dass Informationen und Vertragsinhalte von Finanzprodukten klar und verständlich sein sollen. Die Wirklichkeit sieht jedoch oft ganz anders aus: Unzählige Fachausdrücke, unverständliche Beschreibungen von Funktionsweisen und Auszahlungsprofilen sowie juristische Klauseln machen es dem Anleger häufig schwer, Informationen zu verstehen.

PRODUKTINFORMATIONSBLETT MIT ZEHN MERKMALEN

Kurz gefasste, transparente und verständliche Informationen sind jedoch unerlässlich, um gute Anlageentscheidungen

zu treffen. Unvollständige und intransparente Informationen über Risiken bei Lehman-Zertifikaten hatten in Verbindung mit der letzten Finanzkrise eine heftige Diskussion ausgelöst. Das Verbraucherschutzministerium hat im Sommer 2009 ein Produktinformationsblatt entworfen, in dem die zehn wesentlichen Merkmale und Eigenschaften eines Finanzprodukts dargestellt werden sollen. Aber lassen sich einfache Sparbriefe sowie gehebelte Anlagezertifikate und komplexe Fonds in ein solch starres Korsett zwingen? Tragen strenge Vorgaben für Art und Umfang der Darstellung tatsächlich zur Vergleichbarkeit bei? Die Antwort heißt leider eindeutig: Jein!

ZWEI SEITEN PRODUKTINFORMATIONSBLETT – DIE LÖSUNG ALLER FRAGEN?

So löblich der Grundgedanke des vereinheitlichten Produktinformationsblatts auch sein mag, sollte dennoch beachtet werden, dass es nicht ausreicht, eine Information über ein Finanzprodukt auf zwei Seiten zu zwingen. Die Information muss auch inhaltlich so verfasst sein, dass sie für den durchschnittlich gebildeten Anleger klar und verständlich ist. Nur wenn die gesamte Kommunikation mit dem Kunden transparent ist, ist diese auch anleger- und kundenfreund-

Verständlichkeit als Qualitätsmaßstab für Finanzprodukte?

lich. Entsprechendes gilt für Informationen über Versicherungen, andere Finanzanlagen und Finanzgeschäfte.

Viele der bisherigen Vorschläge einzelner Verbände und Banken dienen mit ihren Formulierungen eher dazu, ein mögliches Haftungsrisiko auszuschließen, als dem Anleger eine kurze und verständliche Darstellung zu bieten.

Auch Emissionsprospekte von Anleihen und Investmentfonds sowie Endgültige Bedingungen von Zertifikaten müssen für den Anleger verständlich formuliert werden und über eine aussagefähige Zusammenfassung verfügen. Dazu zählen nicht nur Informationen über Produkte, auch die allgemeinen Informationen über das Finanzinstitut, gesetzlich vorgeschriebene Informationen wie z.B. die Grundsätze für die Ausführung von Wertpapieraufträgen sollten so formuliert sein, dass sie von den Kunden auch verstanden werden können. Das schließt die regelmäßige Berichterstattung über die erbrachten Dienstleistungen natürlich mit ein.

Daher sollte es selbstverständlich sein, dass Informationen über Produkte nicht nur aus fachlicher und rechtlicher Sicht geprüft werden, sondern auch darauf, ob diese Informationen auch für die angesprochene Zielgruppe verständlich sind.

VERGLEICHBARKEIT? GEHT DAS ÜBERHAUPT?

Produkte vergleichbar zu machen, das ist eine große Aufgabe. Hier hilft ein Blick in die Lebensmittelindustrie: Leberwurst, Tiefkühlpizzen, Altbier und Gummibärchen – mit einer Auflistung der Inhaltsstoffe, Nährwerte und chemischen Zusätze werden sie vergleichbar. Das muss zwar kontrolliert werden, denn niemand hält Regeln gern freiwillig ein. Aber die Hersteller haben längst gelernt, sich auf andere Weise von ihren Wettbewerbern abzuheben – über den Preis, das Image oder die Kundenfreundlichkeit. Es fällt ihnen immer wieder etwas Neues ein. Warum ist das bei Finanzprodukten so schwierig?

Im Internet gibt es eine Reihe von interessanten Vergleichsportalen, doch häufig stellt man fest, dass wieder einmal

Äpfel mit Birnen verglichen wurden. Und das ist auch so gewollt. Schließlich fürchten die Emittenten von Zertifikaten und Fondsprodukten nichts mehr, als dass Anleger die Kosten, Risiken und Chancen der einzelnen Anlageformen direkt einander gegenüberstellen könnten. Da genügt schon die Einführung unterjähriger Verzinsung oder eine kreative Zusatzoption – und schon ist ein „Alleinstellungsmerkmal“ entstanden und ein Vergleich kaum oder gar nicht möglich.

WELCHEN BEITRAG KÖNNEN DIE BANKENVERBÄNDE LEISTEN?

Die Interessenverbände der Banken haben bereits Vorschläge ausgearbeitet, wie einheitliche Produktinformationen aussehen könnten. Dabei müssen sie beachten, dass ihre Mitglieder einerseits meist heftig untereinander konkurrieren, andererseits allerdings auch gemeinsame Ziele verfolgen. Da kann es schon mal vorkommen, dass nach außen Transparenz und Einheitlichkeit gepredigt werden, sich aber dennoch niemand in die Karten schauen lassen will. Die mehr oder weniger einheitliche Verwendung von Fachbegriffen in der Zertifikateindustrie ist hierfür ein schönes Beispiel.

Einige Verbände leisten aber noch einen anderen, wichtigen Beitrag: Sie sehen sich selbst in der Verantwortung für die unermüdliche Aus- und Weiterbildung der Anleger und bieten hierfür viele, meist kostenlose Möglichkeiten an: im Schulunterricht, auf Veranstaltungen oder im Internet. Sie wenden sich mit ihrem Angebot an diejenigen, die sich stets aktuell über die verschiedenen Anlageformen und neue Produkte informieren möchten. Das heißt noch nicht, dass jeder Anleger, der sich gründlich informiert, seine Entscheidungen ganz allein trifft. Er will einfach verstehen, was der Berater ihm empfiehlt und davon können beide nur profitieren.

„KAUFE NUR, WAS DU VERSTEHST“

„Kaufe nur, was du verstehst“, fordern die Verbraucherschutzverbände nicht erst seit gestern und ermutigen Anleger, so lange nachzufragen, bis sie ein Produkt wirklich

verstanden haben – oder von einem Kauf abzusehen. Es ist zu hoffen, dass die Kunden in Zukunft kritischer mit diesem Thema umgehen. Sie sollten das Recht auf klare und verständliche Information einfordern. Falls ihnen eine Information unverständlich oder kompliziert erscheint, sollten sie dieses Produkt oder diese Dienstleistung nicht erwerben.

VERSTÄNDLICHKEIT IST AUCH IM ZEITALTER VON WEB 2.0/3.0 WICHTIG

Kein Tag ohne Twitter, Facebook, YouTube und Flickr: Manche Anbieter stellen große Budgets bereit, um mit jeder neuen Entwicklung Schritt zu halten. Wer in der modernen Bankenwelt etwas auf sich hält, ist in allen sozialen Netzen vertreten und spricht den Kunden gleich auf mehreren Kanälen an. Die Entwicklung verläuft so rasant, dass die Kinder oft gar nicht damit hinterherkommen, ihren Eltern die neusten Anwendungen zu erklären. Aber wer kümmert sich um die Inhalte? Ist eine Nachricht automatisch besser verständlich, nur weil sie getwittert wird? Laufen wir nicht Gefahr, über die Form den Inhalt zu vergessen?

Viele Kunden werden bereit sein, einen Anbieter ihren „Favoriten hinzuzufügen“ oder ihn „einem Freund zu empfehlen“, wenn sie einen echten Mehrwert erkennen können. Und je kürzer die Information ist, die ihre vielen Empfänger so schnell und in jeder Lebenslage erreicht, um mehr kommt es darauf an, dass sie verständlich und transparent formuliert ist. Wer unverständliche Inhalte in neuer Verpackung präsentiert, darf sich nicht wundern, wenn sich die Kunden wehmütig an vermeintlich gute, alte Zeiten erinnern. Hier sind Orientierung und ernsthaftes Mitdenken gefordert.

ANLAGEBERATER FORDERN TRANSPARENTE INFORMATIONEN UND QUALITÄTSSIEGEL FÜR VERSTÄNDLICHE FINANZPRODUKTE!

Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie, die das Europäische Institut für verständliche Information im Mai dieses Jahres unter Anlageberatern in der Xing-Gruppe Banking Club Online durchgeführt hatte. Darin fordern diejenigen, die

tagtäglich ihren Kunden zu den verschiedensten Finanzprodukten Rede und Antwort stehen müssen, dass endlich ein wirkliches Umdenken stattfindet: „Wir müssen kundenfreundlicher werden und verständlicher informieren.“ Selbst sie – die Profis – fühlen sich also häufig mit den angebotenen Informationen über Finanzprodukte überfordert.

WIE KOMMEN BERATER UND KUNDEN HEUTE MIT DEN ANGEBOTENEN PRODUKTINFORMATIONEN VON ANLAGEPRODUKTEN ZURECHT?



1. Viele Produktinformationen von Anlageprodukten sind so gestaltet, dass es selbst mir als Fachmann schwerfällt die für den Kunden wichtigen Informationen herauszulesen. (63,3%)

2. Viele meiner Kunden sind mit den aktuellen Produktinformationen von Anlageprodukten überfordert. (86,2%)

DIE BERATER FORDERN:

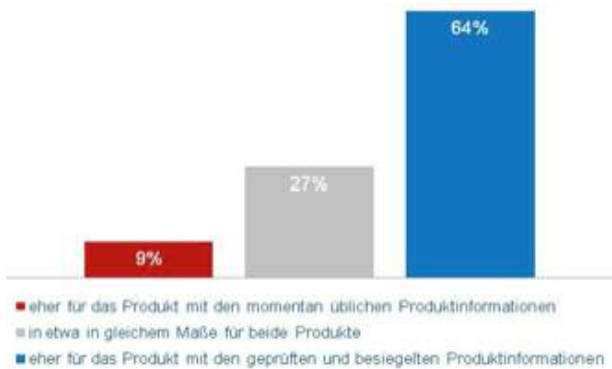
- kurze Texte,
- die verständliche und transparente Darstellung von Chancen, Risiken und Kosten und
- eine verständliche Sprache bei juristischen Texten.

70% der Befragten achten bei Finanzprodukten auch heute schon auf Testberichte und sogar 85% glauben, dass die Bedeutung von Prüfsiegeln in den nächsten Jahren steigen wird. Sie halten Prüfsiegel für ein wichtiges Entscheidungskriterium für Selbstentscheider und Beratungskunden und gehen davon aus, dass Kunden sich eher für ein geprüftes und besiegeltes Produkt entscheiden werden. So entsteht Glaubwürdigkeit.

Verständlichkeit als Qualitätsmaßstab für Finanzprodukte?

September // 2010

FÜR WELCHES DIESER BEIDEN ANLAGEPRODUKTE WERDEN SICH IHRER ANSICHT NACH KUNDEN ENTSCHEIDEN, DIE IHRE GELDANLAGE OHNE DIE UNTERSTÜTZUNG DURCH EINEN BANKBERATER TÄTIGEN?



Quelle: exameo GmbH

„Banken und andere Anbieter von Finanzprodukten können einiges dafür tun, um das Vertrauen der Anleger wieder zu verdienen. Nur wer offen und transparent kommuniziert, ist glaubwürdig. Und nur, wer Vertrauen genießt, kann langfristig eine erfolgreiche Kundenbeziehung aufbauen!“

von



Exameo GmbH
Europäisches Institut für verständliche Information
Gabi Trillhaas und Kurt Bürkin
Savignystraße 34
60 325 Frankfurt am Main
Tel.: 069 2444 85 550
Fax.: 069 2444 85 555
Mobil: 0173 65 65 719
Email: gabi.trillhaas@exameo.de
www.exameo.de

Anzeige

***Auch ein guter Trade
braucht nur 5 Minuten.
Dank dem Godmode Highspeed Daytrader.***

Professioneller Futurehandel mit Indizes

- ▶ Ultrakurzfristiges Daytrading mit Futures-Scalptrading
- ▶ Handel direkt aus dem Chart heraus
- ▶ Positionen sowohl Long als auch Short mit extrem engen Stopps

Jetzt 14 Tage kostenlos testen: www.godmode-trader.de/Premium/Trading/Highspeed-Daytrader

Herausgeber:

BörseGo AG
Balanstrasse 73
Haus 11/3.0G
81541 München

Telefon: +49 89 767369-0

Fax: +49 89 767369-290

E-Mail info@boerse-go.de

Internet www.boerse-go.ag

Aktiengesellschaft mit Sitz in München

Registergericht: Amtsgericht München

Register-Nr: HRB 169607

Umsatzsteueridentifikationsnummer gemäß § 27a UStG:

DE207240211

Chefredaktion:

Jochen Stanzl

Redaktion:

Nico Popp

Vorstand:

Robert Abend, Christian Ehmig, Thomas Waibel,
Harald Weygand

Aufsichtsratsvorsitzender:

Theodor Petersen

Sämtliche Inhalte sind urheberrechtlich geschützt und nicht zur weiteren Vervielfältigung bzw. Verbreitung frei. Ohne vorherige schriftliche Einwilligung der Herausgeber nicht zulässig ist ferner die nachträgliche Veränderung bzw. Bearbeitung der Dokumente oder deren kommerzielle Weiterverwertung. Bei Zitaten ist in angemessenem Umfang auf die jeweilige Quelle zu verweisen. Sämtliche herausgegebenen Publikationen werden nach bestem Wissen und Gewissen recherchiert und formuliert. Dennoch kann seitens der Herausgeber bzw. der Redaktion keine Gewähr für die Richtigkeit dieser Informationen gegeben werden. Die Ausführungen im Rahmen der herausgegebenen Publikationen sowie sämtliche Inhalte der Website stellen keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren dar. Eine Haftung für eventuelle Vermögensschäden, die durch Anwendung von Hinweisen und Empfehlungen im Rahmen der herausgegebenen Publikationen oder der Website aufgetreten sind, wird sowohl seitens der Herausgeber bzw. der Redaktion kategorisch ausgeschlossen. Verlinkungen: Mit Urteil vom 12. Mai 1998 (Az. 312 O 85/98) hat das Landgericht Hamburg entschieden, dass die Erstellung eines Links zu einer externen Website unter Umständen eine Mitverantwortlichkeit für die Inhalte der gelinkten Website zur Folge hat. Dies kann, so das Gericht, nur durch eine eindeutige Distanzierung von den verlinkten Inhalten ausgeschlossen werden. Vor diesem Hintergrund distanzieren wir uns ausdrücklich von den Inhalten sämtlicher externer Websites, auf die im Rahmen der herausgegebenen Publikationen oder der Website verwiesen wird. Jegliche Haftung für Inhalte extern verlinkter Websites ist somit kategorisch ausgeschlossen.

Das Dokument mit Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere des Nachdrucks, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen sowie das Darstellen auf einer Website liegen, auch nur bei auszugsweiser Verwertung, bei der BörseGo AG. Alle Rechte vorbehalten.

www.boerse-go.ag © BörseGo AG