

Schroders Global Investor Study 2016

Selbstüberschätzung von Anlegern und die Hilfe, die sie suchen



Schroders

Inhalt

Überblick	3
Das Risiko der Selbstüberschätzung	3
Lernbereitschaft	4
Interaktion mit Anlageverwaltern	5
Privatanleger	5
Berater	5
Aktive und passive Anlageverwalter	6
Der Generationenunterschied	6
Anlageverständnis	6
Interaktion mit Anlageverwaltern.....	7
Fazit	7

Überblick

Für Anleger ist das derzeitige Umfeld schwierig. Allerdings sind die Anleger sich dieser Realität immer stärker bewusst. So zeigt die Schroders Global Investor Study 2016 zum Beispiel, dass einer wachsenden Zahl von Anlegern klar ist, dass sie voraussichtlich länger leben werden und sich verstärkt eigenhändig um ihre Versorgung im Alter kümmern müssen.

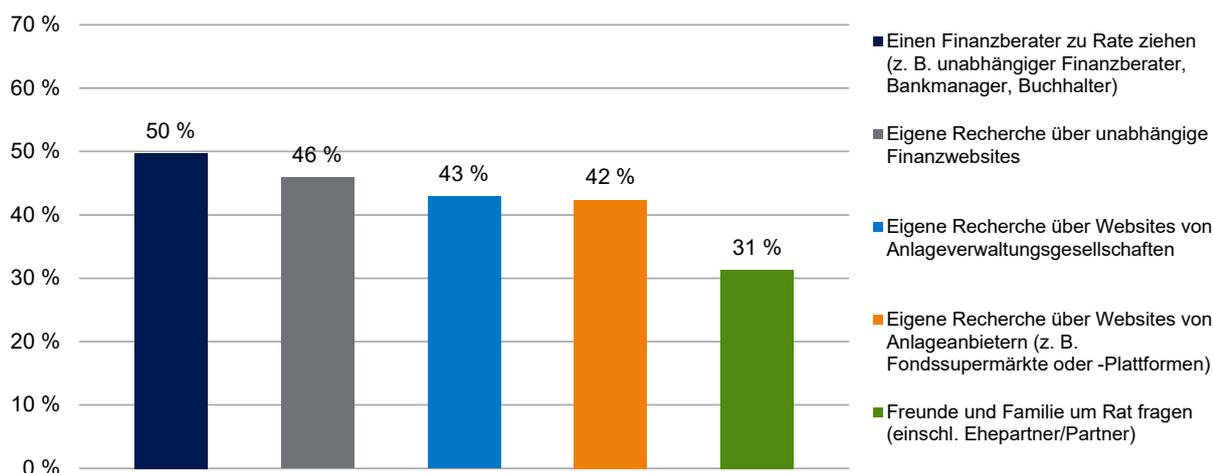
Die Studie macht jedoch auch deutlich, dass viele unzureichende Grundkenntnisse im Finanzwirtschaftsbereich aufweisen. Das könnte langfristige Ruhestands- und sonstige Anlagepläne gefährden. Besorgnis über mangelndes Finanzwissen in vielen Bereichen scheint daher durchaus angemessen.

Darüber hinaus zeigt die diesjährige Studie, dass viele Anleger ihre Anlagefähigkeiten womöglich überschätzen.

Zwar schätzt die Hälfte der Umfrageteilnehmer sich selbst besser ein als den Durchschnitt, doch beinahe zwei Drittel der Anleger weltweit waren nicht in der Lage, die Rolle einer Anlageverwaltungsgesellschaft korrekt zu beschreiben. Sie hatten Schwierigkeiten, ihre Tätigkeiten von denen eines Finanzberaters oder einer Investment-bank abzugrenzen.

Viele der Befragten zeigen aber eine Lernbereitschaft, und nur ein kleiner Anteil der Anleger gibt an, dass sie nicht daran interessiert seien, ihre Anlagekenntnisse zu verbessern. Bei der Erweiterung des Anlagewissens dürften sowohl Finanzberater als auch die Online-Recherche eine wichtige Rolle spielen. Erstere sind die wahrscheinlichere Anlaufstelle, wenn Anleger über ihre nächsten Investmententscheidungen nachdenken (siehe nachstehende Abbildung). In Bezug auf das Internet geht aus der Studie hervor, dass der Kontakt mit Fondsmanagern vermehrt online erfolgt, doch auch die „traditionelleren“ Kanäle Telefon, E-Mail oder Berater sind weiterhin üblich.

Wie werden Sie bei Ihrer nächsten Anlageentscheidung voraussichtlich vorgehen?



Quelle: Schroders Global Investor Study 2016.

Zweifelsohne muss die Anlageverwaltungsbranche stärker daran arbeiten, die Beziehung zu den Endanlegern und deren Verständnis zu fördern. Sicherlich hat kaum jemand der Beteiligten etwas zu befürchten, wenn die Verbraucher die Arbeit der Investmentmanager mehr zu schätzen lernen und ihnen bewusst ist, wie die Anlage-experten sie bei der Erreichung ihrer langfristigen Finanzziele unterstützen können.

Das Risiko der Selbstüberschätzung

Im Rahmen der Umfrage Global Financial Literacy Survey 2015¹ stellte Standard & Poor's 150.000 Personen aus 140 Ländern fünf Multiple-Choice-Fragen zu den Themen Diversifizierung, Inflation und Zinsen. Daraus ging hervor, dass zwei von drei Teilnehmern sehr wenig über finanzielle Angelegenheiten wissen. Der Studie zufolge verfügen beispielsweise 57 % der Erwachsenen in den USA über Finanzkenntnisse. Innerhalb der Europäischen Union variierte dieser Anteil enorm: So liegen Dänemark und Schweden mit jeweils 71 % vorne, während Rumänien mit 21 % das Schlusslicht bildet.

Doch das fehlende Wissen mindert nicht notwendigerweise das Vertrauen in die eigenen Anlageentscheidungen: Ähnlich wie bei einer schwedischen psychologischen Studie² aus den 1980er Jahren, bei der mehr als drei Viertel aller Befragten angaben, dass

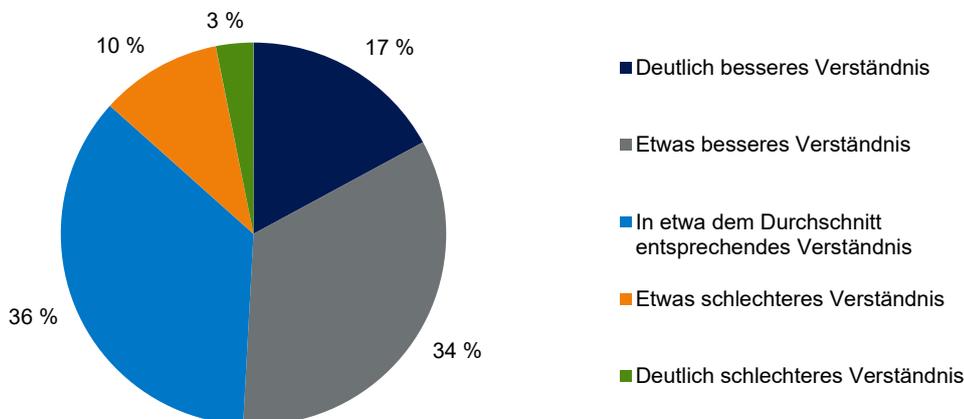
¹ <https://www.spglobal.com/corporate-responsibility/global-financial-literacy-survey?keyfindings>

² <http://heatherlench.com/wp-content/uploads/2008/07/svenson.pdf>



sie zu den besten 50 % aller Autofahrer gehören, waren bei unserer Umfrage mehr als die Hälfte der Teilnehmer (51 %) davon überzeugt, dass sie ein wesentlich oder leicht besseres Verständnis von Investments haben als der durchschnittliche Anleger. Wie die Grafik unten zeigt, glauben nur 13 %, dass ihre Kenntnisse unterdurchschnittlich sind.

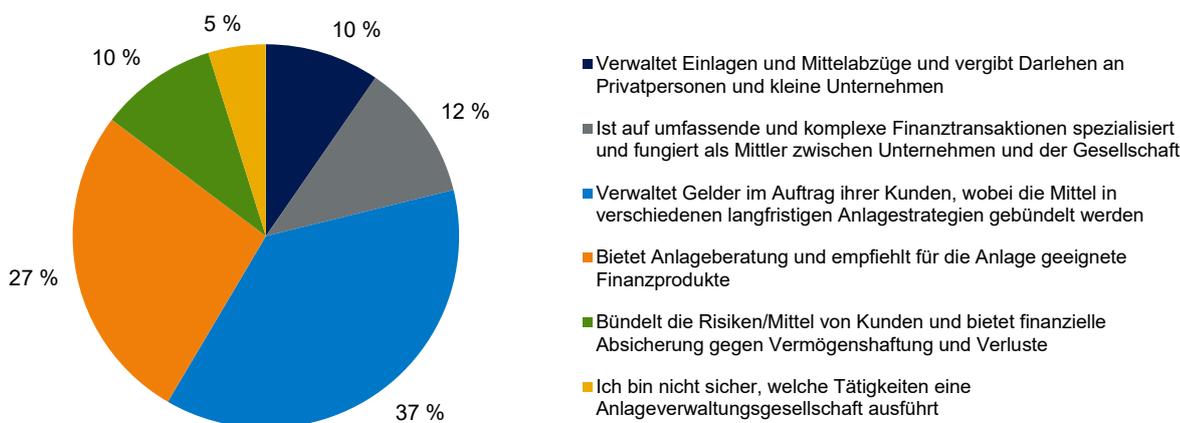
Wie würden Sie Ihr generelles Anlageverständnis im Vergleich zu einem „durchschnittlichen Anleger“ einschätzen?



Quelle: Schroders Global Investor Study 2016.

Die Frage nach den Aufgaben der Anlageverwaltungsbranche deutet jedoch darauf hin, dass die Verbraucher sich überschätzen. So zeigt die nachfolgende Grafik, dass über ein Viertel der Befragten (27 %) der Ansicht sind, eine Anlageverwaltungsgesellschaft biete Anlageberatung und empfehle für die Anlage geeignete Finanzprodukte – die Aufgaben eines Finanzberaters.

Welcher der folgenden Sätze beschreibt Ihrer Einschätzung nach am besten die Tätigkeiten einer Anlageverwaltungsgesellschaft?



Quelle: Schroders Global Investor Study 2016.

Zudem gehen 12 % der Umfrageteilnehmer davon aus, dass ein Anlageverwalter auf „umfassende und komplexe Finanztransaktionen“ spezialisiert sei und als „Mittler zwischen Unternehmen und der Öffentlichkeit“ fungiere, was dem Aufgabenbereich einer Investmentbank entspricht. Lediglich etwas mehr als ein Drittel (37 %) der Befragten gaben die korrekte Antwort: „Verwaltet Gelder im Auftrag ihrer Kunden, wobei die Mittel in verschiedenen langfristigen Anlagestrategien gebündelt werden“.

Lernbereitschaft

Während viele Anleger ihr Verständnis des Investmentwesens anscheinend überschätzen, machte die Studie ebenfalls deutlich, dass viele Anleger gewillt sind, ihre Kenntnisse zu verbessern. Nur einer von neun Anlegern (11 %) hält es nicht für notwendig, sein Wissen zu erweitern. Um ihr Verständnis zu fördern, würden zwei Fünftel (43 %) mit einem Anlageberater sprechen, und ein vergleichbarer Anteil (42 %) würde eigene Recherche über Finanzwebsites betreiben. Zudem sind einige Anleger (36 %) daran interessiert, Online-Ratgeber und -Tutorials sowie von Regierungen bereitgestellte Informationsmaterialien zu nutzen.

Ebenso gab die Hälfte (50 %) der Teilnehmer an, dass sie bei ihrer nächsten Finanzentscheidung einen Berater konsultieren würden, während 46 % sich auf ihre eigene Recherche über unabhängige Finanzwebsites stützen würden. Zudem ziehen die Anleger gern die Internetseiten von Investmentgesellschaften (43 %) und Fonds-supermärkten oder -Plattformen (42 %) zurate,

doch weniger als ein Drittel (31 %) der Befragten gab an, dass sie Freunde und Familie bei Anlageentscheidungen einbeziehen würden.

Interaktion mit Anlageverwaltern

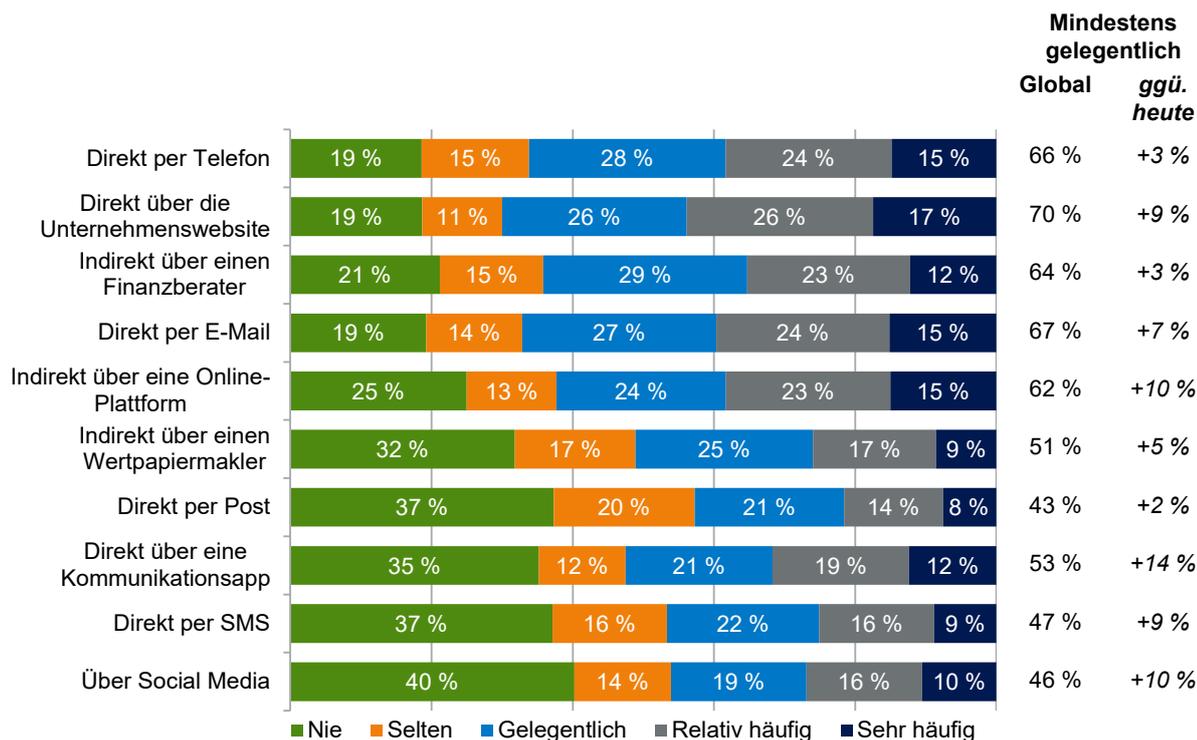
Privatanleger

Der meiste Kontakt mit Anlageverwaltern erfolgt weiterhin über das Telefon: 63 % der Befragten gaben an, diesen Kanal mindestens „gelegentlich“ zu nutzen. Ein ähnlich hoher Anteil nutzt – zumindest „gelegentlich“ die Websites von Unternehmen (61 %) oder E-Mail (60 %), während bei vielen die Interaktion weiterhin indirekt über den Finanzberater erfolgt.

Der traditionelle Postweg ist vergleichsweise unbedeutend: So geben zwei Fünftel (41 %) der Befragten an, dass sie diesen Kanal gar nicht verwenden und lediglich 20 % nutzen Briefe mindestens „relativ häufig“. Doch auch Social Media wird den Studienergebnissen zufolge wenig eingesetzt, um mit den Anlageverwaltern in Interaktion zu treten: 51 % der Teilnehmer nutzen diesen Weg gar nicht. Die Kommunikation über Apps und SMS ist ebenfalls wenig verbreitet. Und obwohl Online-Plattformen sich zunehmend größerer Beliebtheit erfreuen, tritt nur die Hälfte der Anleger darüber mit Anlageverwaltern in Kontakt.

Die folgende Grafik macht deutlich, dass Social Media, SMS und Kommunikations-Apps in den kommenden fünf Jahren vermehrt eingesetzt werden, wobei das Ausgangsniveau jedoch relativ niedrig ist. Zudem dürften die Anleger auf Plattformen aktiver werden sollen: 62 % der Umfrageteilnehmer gehen davon aus, dass sie in fünf Jahren mindestens „gelegentlich“ auf diese Weise mit Anlageverwaltern in Kontakt sein werden. Im Gegensatz dazu wird für den Kontakt per Post, Telefon und über einen Finanzberater das niedrigste Wachstum erwartet.

Auf welchem Wege wird Ihre Interaktion mit einer Anlageverwaltungsgesellschaft Ihrer Einschätzung nach in fünf Jahren erfolgen?



Quelle: Schroders Global Investor Study 2016.

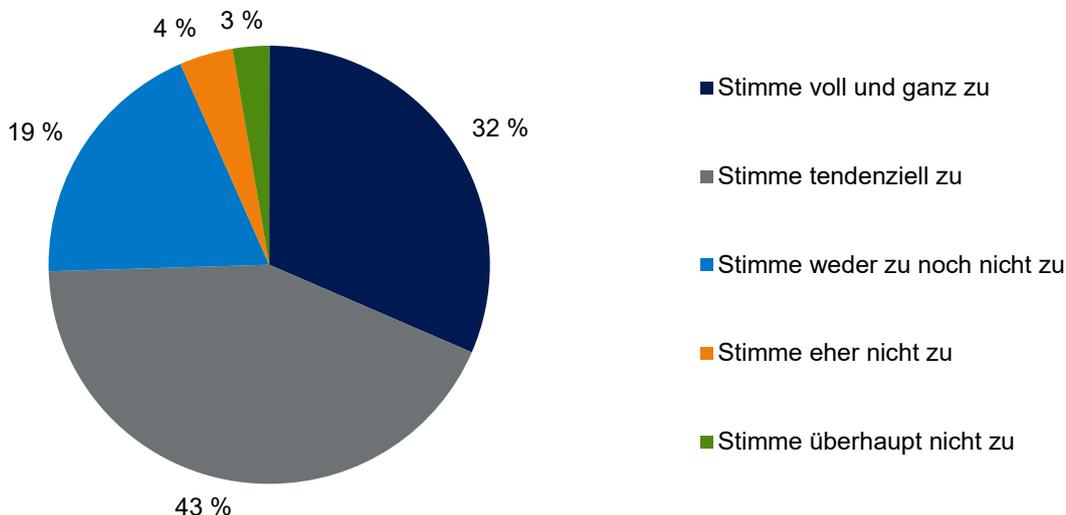
Berater

Anhand der Studienergebnisse wird zudem deutlich, wie wichtig die Interaktion aus Sicht der Finanzberater ist. Auf die Frage, welche Zugriffsart sie für Thought-Leadership-Inhalte und andere Informationen, die von Anlageverwaltern bereitgestellt werden, bevorzugen, antwortete fast die Hälfte der Berater (47 %), dass sie eine Präferenz für online abrufbare Stand-Alone-Artikel haben. Beliebte sind auch kleine Seminare oder Treffen (44 %), Online-Infografiken (41 %) und Online-White Paper (38 %). Ein Drittel der Finanzberater (33 %) entschied sich für Artikelsammlungen innerhalb eines Online-Magazins.

Aktive und passive Anlageverwalter

Bei der Frage, ob aktive Manager gegenüber passiven Managern einen Anlagemehrwert bieten, waren sich die meisten Berater rund um die Welt einig: Sie sind von dem Potenzial aktiver Anlagen äußerst überzeugt. Wie unten zu sehen ist, gaben drei Viertel aller Finanzberater an, dass die Anlagedisziplin einen Mehrwert generiert, während nur 7 % eine abweichende Meinung äußerten.

Inwieweit stimmen Sie folgender Aussage zu: Aktive Investmentmanager bieten gegenüber passiven Managern generell einen Anlagemehrwert?



Quelle: Schroders Global Investor Study 2016.

Der Generationenunterschied

„Millennials“, auch als „Generation Y“ bezeichnet, neigen dazu, alles anders zu machen. Dem jüngsten Deloitte Millennial Survey³, zufolge denkt die Generation Y – zwischen den frühen 1980er-Jahren und dem Jahr 2000 geborene Menschen – anders über Unternehmen. Die Umfrage unter 7.700 Millennials aus 29 Ländern ergab, dass sie dem „Big Business“ allgemein misstrauen und auch nicht die gleiche Loyalität gegenüber ihren Arbeitgebern zeigen wie frühere Generationen.

Dies stellt Investmentmanager vor eine Reihe von Herausforderungen. Nicht nur dürften Millennials weniger bereit sein, langfristig an Kapitalanlagen festzuhalten oder loyal bei bestimmten Marken zu bleiben. Ihre Neigung, öfter den Arbeitsplatz zu wechseln, schafft häufig auch eine zusätzliche Hürde bei der betrieblichen Altersvorsorge.

Während diese Generation eindeutig ein anderes Anlageprofil aufweist, lässt die Schroders Global Investor Study 2016 darauf schließen, dass dies bei einigen Aspekten möglicherweise gar nicht so stark vom Mainstream abweicht, wie bisher angenommen wurde.

Anlageverständnis

Unsere Studie deutet darauf hin, dass die Millennials einer jugendlichen Selbstüberschätzung anheimfallen. Ihnen ist zum Beispiel weniger bewusst, was eine Anlageverwaltungsgesellschaft tut: Nur etwas weniger als ein Drittel (32 %) war in der Lage, die korrekte Tätigkeitsdefinition zu identifizieren, während dieser Anteil bei älteren Umfrageteilnehmern bei zwei Fünfteln lag (41 %).

Hinzu kommt, dass ihnen ihre Wissenslücken nicht bewusst sind. Obwohl die Wahrscheinlichkeit, dass sie drei von fünf falschen Definitionen für eine Anlageverwaltungsgesellschaft wählen, bei Millennials höher ist als bei älteren Generationen, tendieren sie stärker dazu, ihr Anlageverständnis als überdurchschnittlich einzuschätzen. Dies trifft auf drei Fünftel der Millennials zu (61 %), im Gegensatz zu weniger als die Hälfte der älteren Anleger (45 %).

Dennoch gaben fast alle (94 %) der Millennials an, dass sie ihre Anlagekenntnisse verbessern möchten und auch gegenüber verschiedenen Methoden offen seien. Eine beliebte Wahl ist das Gespräch mit einem Finanzberater (46 % ggü. 41 % bei älteren Anlegern), und Millennials sind eher dazu bereit, an Online-Tutorials teilzunehmen (42 % ggü. 32 %) und Finanzvideos über das Internet anzuschauen (39 % ggü. 30 %).

³ <http://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html>

Interaktion mit Anlageverwaltern

Während man vielleicht annehmen würde, dass Millennials bei der Interaktion mit Investmentmanagern verstärkt auf Technologie zurückgreifen, bevorzugen die meisten von ihnen die gleichen Kommunikationskanäle wie die älteren Generationen. Rund drei Viertel kommunizieren zumindest „gelegentlich“ direkt über Telefon (76 %), die Unternehmenswebsite (75 %) oder E-Mail (75 %) und indirekt über einen Finanzberater (73 %). Social Media (56 %) ist auch bei dieser technologieaffinen Gruppe weniger stark verbreitet.

Ebenso wie ältere Generationen erwarten die Millennials, in fünf Jahren verstärkt technologiebasierte Kommunikationsmethoden einzusetzen, insbesondere Unternehmenswebsites (80 %), E-Mail (79 %), Online-Plattformen (76 %), Kommunikations-Apps (70 %) und Social Media (66 %). Dennoch rechnen die meisten damit, auch das Telefon weiterhin zu nutzen (79 %) oder über einen Finanzberater zu kommunizieren (74 %).

Wenngleich die Meinung verbreitet ist, dass Finanzberater ihre Geschäftsmodelle stark anpassen müssen, um diese jüngere Generation anzusprechen, kann unsere Studie dies nicht bekräftigen. Vielmehr zeigt sie, dass Finanzberater weiterhin eine wichtige Rolle bei Anlageentscheidungen spielen. Der allgemeinen Erwartung entspricht jedoch das Ergebnis, dass Millennials eher dazu neigen, eigene Recherche im Internet zu betreiben, als andere Generationen.

Die Hälfte der Anleger der Generation Y weltweit (51 %, ggü. 49 % bei älteren Anlegern) gaben an, dass sie einen Finanzberater hinzuziehen würden, wenn sie das nächste Mal eine Investitionsentscheidung treffen. Daneben gibt es aber auch eine Präferenz für eigene Recherche über unabhängige Websites (46 % ggü. 46 %), Investmentmanagement-Websites (47 % ggü. 40 %) und Websites von Anlageanbietern (45 % ggü. 41 %).

Fazit

Die diesjährige Schroders Global Investor Study lässt darauf schließen, dass die weltweite Nachfrage nach Finanzberatung solide sein wird. So gibt die Hälfte aller Anleger an, bei ihrer nächsten Investmententscheidung einen Finanzberater konsultieren zu wollen.

Allerdings zeigt die in den vergangenen Jahren zu beobachtende Zunahme bei Online-Brokerage-Plattformen, die sich direkt an Privatanleger richten, dass sich die Anleger Informationen auch zunehmend selbst beschaffen. Das Analystenunternehmen Celent gab zum Beispiel in seinem Bericht *The State of Online Brokerage Platforms* von 2015 an, dass es im Bereich Informationsangebote für Privatanleger im kommenden Jahr in den USA ein jährliches Wachstum von 4–6 % erwarte⁴.

Ein Anstieg der Investitionstätigkeit in Eigenregie ist natürlich zu begrüßen, solange Verbraucher ihr Wissen erweitern und sich mit ihren Finanzen auseinandersetzen. Unsere Studie deutet jedoch darauf hin, dass das Verständnis der Verbraucher bei bestimmten Aspekten relativ schlecht ist. Beispielsweise kann man sich nicht sicher sein, ob die Kenntnisse und das Verständnis bei Investments tatsächlich ausreichen, wenn nur relativ wenige der Befragten die Rolle des Vermögensverwalters von der des Anlageberaters, Versicherungsunternehmens oder der Investmentbank unterscheiden können.

Hinzu kommt, dass viele Anleger sich weiterhin deutlich überschätzen. Ebenso wie beim Autofahren ist dieses Verhaltensphänomen der Selbstüberschätzung beim Investieren bereits seit Langem bekannt. Doch wenn sich die betroffenen Anleger dieser Neigung nicht bewusst sind, kann dies erhebliche Auswirkungen auf ihr Vermögen oder ihre Versorgung im Ruhestand haben. Verbraucher sind in zunehmendem Maße für ihre eigene Altersversorgung verantwortlich, und unsere Studie zeigt, dass eine große Lücke zwischen dem besteht, was Anleger zu wissen glauben, und dem, was sie tatsächlich wissen.

Die OECD⁵ setzt sich dafür ein, dass junge Menschen besser über Finanzen aufgeklärt werden. Das sollte von allen Beteiligten begrüßt werden. Allerdings haben auch einige Generationen, die wesentlich näher am Rentenalter sind, ein relativ ungenaues Verständnis von Investitionen und speziell davon, was eine Investition für sie leisten bzw. nicht leisten kann. Für viele Menschen, die ihre Altersversorgung selbst verwalten, nimmt dies möglicherweise kein glückliches Ende.

⁴ http://info.scivantage.com/INV_Research-Celent-Online-Brokerage_DOWNLOAD.html?alid=1252190

⁵ <http://www.oecd.org/newsroom/first-oecd-pisa-financial-literacy-test-finds-many-young-people-confused-by-money-matters.htm>

Anmerkungen: Über die Schroders Global Investor Study 2016

Schroders beauftragte Research Plus Ltd mit der Durchführung einer unabhängigen Online-Studie, bei der zwischen dem 30. März und dem 25. April 2016 insgesamt 20.000 Anleger in 28 Ländern weltweit befragt wurden, unter anderem in Australien, Brasilien, Kanada, China, Frankreich, Deutschland, Indien, Italien, Japan, den Niederlanden, Spanien, Großbritannien und den USA. Als „Anleger“ wurden für diese Studie Personen definiert, die in den nächsten zwölf Monaten mindestens 10.000 Euro (oder den Gegenwert in einer anderen Währung) investieren werden und in den letzten fünf Jahren Änderungen an ihren Investments vorgenommen haben. Diese Personen repräsentieren die Ansichten der Anleger in den jeweiligen in der Studie erfassten Ländern. Bitte beachten Sie: Durch Rundungsdifferenzen oder Fragen mit mehrfacher Auswahlmöglichkeit entspricht die Summe der Prozentwerte nicht immer genau 100 %.

Wichtige Hinweise: Dieses Dokument dient nur Informationszwecken und ist keinesfalls als Werbematerial gedacht. Das Material ist nicht als Angebot oder Werbung für ein Angebot gedacht, Wertpapiere oder andere in diesem Dokument beschriebene verbundene Instrumente zu kaufen. Keine Angabe in diesem Dokument sollte als Empfehlung ausgelegt werden. Individuelle Investitions- und/oder Strategieentscheidungen sollten nicht auf Basis der Ansichten und Informationen in diesem Dokument erfolgen. Die in der Vergangenheit erzielte Performance gilt nicht als zuverlässiger Hinweis auf künftige Ergebnisse. Anteilspreise und das daraus resultierende Einkommen können sowohl steigen als auch fallen; Anleger erhalten eventuell den investierten Betrag nicht zurück. Herausgegeben von Schroder Investment Management Limited, 31, Gresham Street, London, EC2V 7QA. Für Ihre Sicherheit kann die Kommunikation aufgezeichnet oder überwacht werden. Externe Daten sind Eigentum oder Lizenzobjekt des Datenlieferanten und dürfen ohne dessen Zustimmung nicht reproduziert, extrahiert oder zu anderen Zwecken genutzt bzw. weiterverarbeitet werden. Externe Daten werden ohne jegliche Garantien zur Verfügung gestellt. Der Datenlieferant und der Herausgeber des Dokuments haften in keiner Weise für externe Daten. Der Verkaufsprospekt bzw. www.schroders.de und www.schroders.at enthalten weitere Haftungsausschlüsse in Bezug auf externe Daten. Die in diesem Dokument aufgeführten Prognosen basieren auf statistischen Modellen, die auf einer Reihe von Annahmen basieren. Externe Daten sind Eigentum oder Lizenzobjekt des Datenlieferanten und dürfen ohne dessen Zustimmung nicht reproduziert, extrahiert oder zu anderen Zwecken genutzt bzw. weiterverarbeitet werden. Externe Daten werden ohne jegliche Garantien zur Verfügung gestellt. Der Datenlieferant und der Herausgeber des Dokuments haften in keiner Weise für externe Daten. Der Verkaufsprospekt bzw. www.schroders.de enthalten weitere Haftungsausschlüsse in Bezug auf externe Daten.