

# Zertifikate: Kunden brauchen mehr Grundlageninformationen

Von Bernd Ehmke



**Zertifikate erfreuen sich bei Anlegern zwar wachsender Beliebtheit. Die Zielgruppe der sicherheitsorientierten Kunden bräuchte aber mehr Unterstützung in Form grundlegender Informationen oder auch der gezielten Weiterleitung aus dem Internet an einen Berater. Zu diesem Urteil kommt eine Studie von Capital und Mummert Consulting über die Servicequalität von Zertifikateanbietern. Die Bankgesellschaft Berlin sieht sich in diesem Kontext gut positioniert. Das gilt insbesondere für ihren Internetauftritt zum Thema Zertifikate. Red.**

Zertifikate erfreuen sich stetig steigender Beliebtheit. So stellte das Deutsche Derivate Institut (DDI) im Dezember 2005 wieder einen erhöhten Anlagebedarf fest: Die Börsenumsätze stiegen um rund 25 Prozent auf 8,48 Milliarden Euro; im November betrug das Handelsvolumen noch 6,8 Milliarden Euro. Gleichzeitig setzen Investoren weiter auf Sicherheit. Der Anteil der defensiven Anlagezertifikate stieg auf 57 Prozent, die risikoreicheren Hebelpapiere gingen – bei einer Steigerung des Umsatzes – etwas zurück auf 42 Prozent. Erhebungen des Derivate Forums zufolge haben im vergangenen Jahr rund sechs Prozent aller Deutschen in derivative Wertpapiere investiert. Zum Vergleich: 2002 waren es noch unter ein Prozent.

Wer „Zertifikate“ sagt, kann in Deutschland zirka 80 000 verschiedene Papiere meinen. Generell können Anleger mit dieser Wertpapierart auf eine Vielzahl von Basiswerten wie Aktien, Indizes, Rohstoffe und Rentenpapiere setzen und auf unterschiedliche Markterwartungen spekulieren. Die Wertentwicklung eines Zertifikates orientiert sich am jeweiligen Basiswert. Die Regeln für jedes Zertifikat werden vorher definiert, die Rückzahlungsbedingungen sind somit beim Erwerb bekannt. Zertifikate überzeugen durch ihre Flexibilität und dadurch, dass sie Strategien in einem börsentäglich fortlaufend handelbaren Papier umsetzen. Ein weiterer Mehrwert für private Anleger: Einige Investmentansätze, die zuvor institutionellen Investoren vorbehalten waren, können nun verfolgt werden.

## Neueinsteiger mit Grundinformationen versorgen

Durch die Vielzahl der angebotenen Papiere kommt es auf die richtige Auswahl an. Unabdingbar für eine Anlageentscheidung ist das Verständnis der Funktionsweise. Vorgeschrieben für alle Arten von öffentlich angebotenen Schuldverschrei-

bungen ist laut Wertpapierprospektgesetz der Verkaufsprospekt, der umfassend über alle Konditionen und Risiken informiert.

Optimaler Service bei einem teils sehr jungen und generell überaus vielfältigen Produktangebot bedeutet selbstverständlich mehr, als nur den Bestimmungen des Gesetzgebers Rechnung zu tragen: gut aufbereitete, transparente, umfassende Informationen zu Anlageart, Funktionsweise und einzelnen Produktmerkmalen. Fachchinesisch ist hier genauso fehl am Platz wie der übermäßige Gebrauch der englischen Sprache.

Besonderes Augenmerk sollte dabei auch dem Service- und Dienstleistungsangebot gelten, das Neueinsteiger mit den notwendigen Grundinformationen versorgt und durch einen ersten Überblick Hilfestellung leistet. Dies ist umso wichtiger, als die Übergänge zwischen den einzelnen Zertifikatearten oft fließend sind.

## Analyse zur Servicequalität von Zertifikateanbietern

Laut einer Analyse, die das Wirtschaftsmagazin Capital zusammen mit der Unternehmensberatung Steria Mummert Consulting zur Servicequalität von Zertifikateanbietern am deutschen Markt durchgeführt und im Herbst 2005 veröffentlicht hat, ist das Service- und Informationsangebot durchaus noch ausbaufähig.

### Zum Autor

**Bernd Ehmke** ist Zertifikate-Spezialist der Bankgesellschaft Berlin AG, Berlin.

Untersucht wurden Internetauftritt, Antwortverhalten und Produktunterlagen von 22 Instituten. Von 100 möglichen Punkten haben die teilnehmenden Emittenten durchschnittlich 57 erreicht. Sie sind zwar in der Regel zehn Stunden am Tag persönlich erreichbar, und Kundenmagazine, Produktübersichten und Informationen zu Neuemissionen gehören mittlerweile zum Standard. Doch grundsätzliche und zudem leicht verständliche Informationen für interessierte Neueinsteiger sind selten und wenn, nur versteckt zu finden. Insgesamt haben die Anbieter in etwa gleich abgeschnitten; starke Abweichungen nach oben oder unten gab es nicht.

Die Bankgesellschaft Berlin belegte im Gesamtergebnis der Serviceanalyse den dritten Platz. Sie lag mit 68,2 von 100 Punkten hinter HSBC Trinkaus & Burkhardt (68,9 Punkte) und der Deutschen Bank (68,3 Punkte). Ihr Internetauftritt überzeugte die Marktforscher vor allem durch Angebot und Leistung sowie durch einen kundenorientierten Aufbau der Seiten. In diesem Teilbereich stellt die Bankgesellschaft Berlin den Anbieter mit dem höchsten Standard dar. So haben die Seiten der Bankgesellschaft Berlin ([www.zertifikate.bgb.de](http://www.zertifikate.bgb.de)) eine klare und übersichtliche Menüführung, so genannte „sprechende“ Bezeichnungen der Rubriken (zum Beispiel „Wie funktionieren ...“), sinnvolle Verlinkungen innerhalb der Seiten und gute Such- und Hilfsfunktionen.

Um den Serviceaspekt im Internet zu bewerten, wurden die relevanten, frei zugänglichen Internetseiten der betrachteten Anbieter miteinander verglichen. Bei der Analyse des Antwortverhaltens wurden die Emittenten von Testpersonen mit fiktiven Anfragen zu Zertifikaten angerufen, ange-mailt oder angeschrieben. Die Testpersonen fragten nach Informationen, Unterstützung und Beratung. Im Anschluss wurde das Antwortverhalten der Gesellschaften bewertet.

Bei den Produktunterlagen untersuchten die Verfasser der Studie vor allem Verkaufsprospekte und kurze Produktbeschreibungen (Factsheets).

### **Im Internet wenig allgemeine Informationen**

Knapp 70 Prozent der untersuchten Anbieter haben einen speziell auf Derivate ausgerichteten Internetauftritt. Dieser beinhaltet vorrangig Produktinformationen – weniger allgemeine Informationen über die Anlageart oder den Anbieter selbst. Produktinformationen sind in aller Regel als pdf-Downloads verfügbar, umfangreiche Newsletter gehören zum Branchenstandard. Bemängelt wird, dass ein Interessent wenig Unterstützung bei der Beratung und dem Kaufvorgang selbst erhält; die entsprechenden Funktionen werden als verbesserungsbedürftig beurteilt.

Das ist gerade für unerfahrene Anleger nachteilig. Bei dieser nachwachsenden Zielgruppe sind einfache und verständliche Menüführungen sowie sinnvolle Verlinkungen innerhalb der Seiten gefragt. Hier bestätigt die Analyse der Bankgesellschaft Berlin eine Nutzerführung mit bedarfsgerechten Informationen für Neueinsteiger und guten Erläuterungen zu den Produktarten.

### **Kontaktaufnahme mit Beratern zu wenig unterstützt**

Das Antwortverhalten der Institute im Rahmen der Untersuchungen war sehr unterschiedlich. Zwar bekamen fast alle Interessenten eine Antwort auf ihre Anfragen, zum Teil dauerte das jedoch sehr lange. Informationsanfragen wurden zwar inhaltlich korrekt, doch oftmals unvollständig oder nur im Rahmen der verfügbaren Standardunterlagen beantwortet.

Individuellere Anliegen, wie zum Beispiel die Bitte nach einer Performanceübersicht in einem definierten Zeitraum, wurden nur von einzelnen Anbietern ausreichend beantwortet. Bei Fragen nach Analyse- oder Vergleichsmöglichkeiten von Zertifikaten verweisen die Emittenten übrigens am häufigsten auf die gängigen Finanzportale im Internet. Interessenten, die Beratungsbedarf haben, werden zumeist an einen Kundenberater verwiesen; einige Anbieter

unterstützen jedoch aktiv die Kontaktaufnahme.

### **Verbesserungsbedarf bei Produktunterlagen**

Gerade für Neueinsteiger sind aussagekräftige Produktunterlagen wichtig. Auch hier sehen die Verfasser der Analyse einigen Nachholbedarf: Die Produktunterlagen der untersuchten Anbieter seien zwar in aller Regel sehr sachlich, übersichtlich und gut strukturiert, allerdings fehlten häufig aktuelle Kursangaben oder Chartdarstellungen. Zusammenfassende Übersichten, so genannte Factsheets, enthalten laut der Studie von Capital und Steria Mummert Consulting in der Regel die umfangreicheren Produktinformationen.

Während die Ergebnisse der ersten zwölf platzierten Emittenten geringe Qualitätsunterschiede aufweisen, fallen die Resultate der übrigen Anbieter deutlich ab. So weisen fünf Anbieter von theoretisch erreichbaren 100 Prozent weniger als ein Drittel des Maximalwertes auf.

### **Mit Aufklärungsarbeit zu neuen Zielgruppen**

Gerade sicherheitsorientierte Anleger, die bislang in festverzinsliche Anlagearten investiert haben, entdecken verstärkt die Renditechancen von Zertifikaten mit Kapital- und Teilschutzcharakter. Verständlich aufbereitetes Grundlagenwissen, Aufklärungsarbeit über Chancen und Risiken sowie guter Service sind wesentlich, um diese neue Zielgruppe zu gewinnen.

Der Fokus auf die Serviceleistungen rückt auch die Verantwortlichen hinter den Produkten etwas mehr ins Blickfeld. Die Komplexität von passiven, regelgebundenen Anlagekonzepten wie Zertifikaten lässt leicht vergessen, dass auch hier Menschen als Kompetenzträger, Entwickler und Kundenbetreuer dahinterstehen. ■■■