

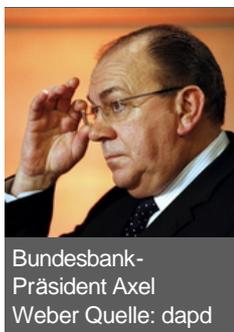
HÄUFIG HOHE PROVISIONEN

18.01.2011

Bundesbank warnt die Anleger

Die Bundesbank hält viele Anlageprodukte für zu teuer und rät Investoren davon ab, auf die Kauf- und Verkaufsempfehlungen der Finanzinstitute zu hören. Sie rät Anlegern zudem davon ab, ihre Wertpapiere oder Fondsanteile durch häufiges Kaufen und Verkaufen unnötig umzuschichten.

von Norbert Häring und Anke Rezmer



Bundesbank-Präsident Axel Weber Quelle: dapd

FRANKFURT. Die Bundesbank warnt Privatanleger vor dem Kauf von teuren Produkten, mit denen die Banken das meiste Geld verdienen. Sie rät Anlegern zudem davon ab, ihre Wertpapiere oder Fondsanteile durch häufiges Kaufen und Verkaufen unnötig umzuschichten. Es gebe für den einzelnen Anleger wenig Grund zu der Annahme, er könne besser als andere die künftigen Gewinner oder Verlierer identifizieren, warnt die Notenbank in ihrem heute vorgestellten Monatsbericht.

Kauf- und Verkaufsprovisionen sind wichtige Einnahmequellen für die Finanzbranche. Ihre Analysten bedienen mit Kauf- und Verkaufsempfehlungen die von der Bundesbank aufs Korn genommene Illusion der Anleger, man könne durch geschickte Aktienausswahl den Anlageerfolg steigern. Die Bundesbank warnt außerdem vor dem Fehler vieler Investoren, bei der Auswahl von Anlageprodukten "die entscheidende Rolle der Kostenstrukturen" zu vernachlässigen. Sie weist auf die teilweise hohen Kosten von Investmentfonds und die Risiken von Zertifikaten hin und empfiehlt die kostengünstige Anlage in börsengehandelte Anlageprodukte, die passiv einen Vergleichsindex abbilden, so genannte Exchange Traded Funds (ETFs).

Gebühren fressen Erträge

Nach einer Untersuchung des privaten Hamburger Consultingunternehmens CapQM aus dem Jahr 2009 haben die privaten Anleger vor der Finanzkrise ein Viertel bis ein Drittel ihrer Marktrendite als Gebühren und Provisionen an Kreditinstitute, Fondsgesellschaften, Lebensversicherer und Vermögensverwalter abgegeben. Bei Kapitalanlagen im Wert von 1,9 Billionen Euro im Jahr 2007 hätten die privaten Haushalte den Finanzhäusern rund 28 Milliarden Euro für Kauf, Verkauf und Verwaltung ihrer Kapitalanlagen bezahlt.

Hinter den Abschlusskosten für Lebensversicherungen hätten dabei die Verwaltungskosten der Investmentfonds und deren Ausgabeaufschläge die höchsten Kosten verursacht. Allein durch das Umsteigen auf kostengünstigere Produkte wie passive Indexfonds und längeres Halten der einmal gewählten Anlagen winkten ihnen laut CapQM Einsparungen bei den Anlagekosten von bis zu 10 Milliarden Euro pro Jahr.

Die passiv gemanagten börsennotierten Indexfonds kosten Anleger einen Bruchteil im Vergleich zu den aktiv gemanagten Fonds. Dabei gilt die Regel: "Je bekannter ein Börsenindex, den ein ETF nachbildet, desto günstiger ist der Fonds", sagt Simon Nöth, Analyst beim Fondsratinghaus Morningstar. Ein passiv gemanagter ETF auf den Deutschen Aktienindex etwa koste zum Teil weniger als ein Zehntel an laufenden Gebühren gegenüber einem aktiv gemanagten Aktienfonds, für den private Anleger im Durchschnitt eine

Managementgebühr von 1,5 Prozent zahlen.

Auch bei den Kaufgebühren sind passive Fonds um ein Vielfaches günstiger. Für aktive Aktienfonds zahlen Anleger Ausgabeaufschläge von bis zu fünf Prozent. Bei ETFs gibt es Kauf- und Verkaufskurse, die um wenige Hundertstel bis wenige Zehntel Prozentpunkte auseinanderliegen.

Aktives Management lohnt nicht

"Das aktive Management ähnelt einem Nullsummenspiel", schreibt die Bundesbank, bei dem der Gewinn des einen der Verlust des anderen ist. Das bedeute, dass der Gewinn aller Investoren, relativ zum passiven Vergleichsportfolio null betrage - und dies vor den Kosten, die das aktive Management verursacht. Nach Kosten sei die Gesamtertragsrate aller aktiven Portfolios also geringer als die des Vergleichsportfolios.

Passive Fonds haben zwar in den letzten Jahren zugelegt, noch dominieren aber bei Publikumsfonds für Privatanleger klar die aktiv verwalteten Fonds. Ende 2010 war deren Volumen mit 550 Mrd. Euro rund neunmal so hoch wie das der ETFs.

© 2010 Handelsblatt GmbH

Verlags-Services für Werbung: www.iqm.de (Mediadaten) | Verlags-Services für Content: [Content Sales Center](#) | [Sitemap](#) | [Archiv](#) | [Schlagzeilen](#)

Powered by [Interactive Data Managed Solutions](#)

Keine Gewähr für die Richtigkeit der Angaben. Bitte beachten Sie auch folgende [Nutzungshinweise](#), die [Datenschutzerklärung](#) und das [Impressum](#).