



Investor Screening 2017/ Awards 2017

Anlagepolitik, Trends, Treiber der Kundenzufriedenheit

Allgemeine Studie 2017
- nur für den internen Gebrauch -

Oktober 2017

Dr. Frank Wehlmann (TELOS)

Inhalt

1. Executive Summary

2. Methodische Grundlagen

3. Informationen zu den befragten institutionellen Anlegern

4. Zufriedenheit mit den institutionellen Anlegern

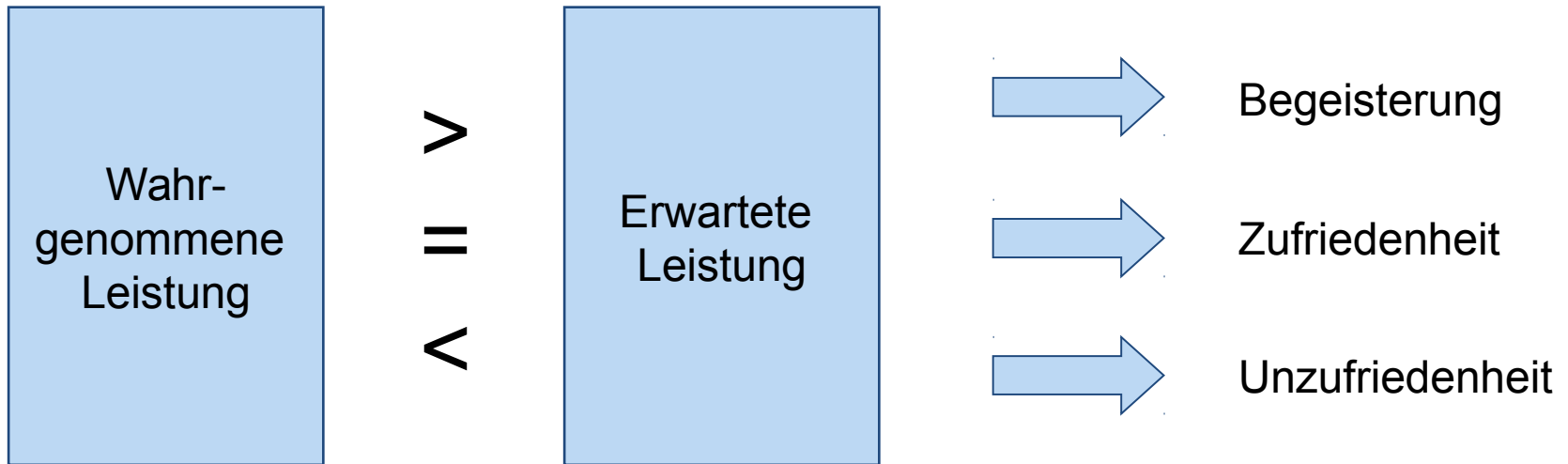
Executive Summary – Markttrends

- 2017 war ein Jahr der Wahlen. Ein Rechtsruck war in Holland, Frankreich, aber auch in Deutschland nach der Bundestagswahl unverkennbar. Die schlimmsten Schreckensszenarien sind jedoch ausgeblieben; noch jedenfalls. Das europäische Haus zeigte sich trotz 2016-er Brexit als widerstandsfähig. Die Großwetterlage ist jedoch nicht zuletzt mit einer „unberechenbaren lame duck“ als US-Präsidenten fragil (u.a. Nordkorea-Konflikt).
- Davon unbeeindruckt läuft die Wirtschaft global betrachtet in relativ geordneten Bahnen. Aber wie lange noch? Der unerwartet schwache US-\$ schadet nicht nur dem deutschen Export. In dieser Phase hat die FED bereits und wird auch in naher Zukunft die Zinsen leicht anziehen. Moderates Vorgehen ist das Gebot der Stunde. Verhindert werden muss ein Crash am Bondmarkt. Wenn auch der Ruf nach höheren Zinsen vor dem Hintergrund einer leicht anziehenden Inflation selbst in Europa lauter wird, bleibt die EZB noch streng auf Niedrigzins-Kurs.
- Das historisch niedrige Zinsniveau macht insbesondere institutionellen Anlegern und hier Altersvorsorgeeinrichtungen ernsthaft zu schaffen. Nach wie vor fehlt das Vertrauen insbesondere in die Politik.
- Anleger müssen höhere Risiken eingehen, um ihre Renditeziele zu erreichen. Top Down betrachtet werden Absolute Return-Ansätze favorisiert; bottom-up gesehen konzentrieren sich institutionelle Adressen auf „anleihenahne“ Assets wie Loans, (Real estate) debt, dazu illiquide Assetklassen wie Infrastruktur und Private Equity.
- Die entscheidenden Treiber für die Kundenzufriedenheit institutioneller Anleger in 2017/2018 sind die „Performance“, „Produkt- und Beratungsqualität“ sowie der „Portfoliomanagement-Prozess“

Inhalt

1. Executive Summary
- 2. Methodische Grundlagen**
3. Informationen zu den befragten institutionellen Anlegern
4. Zufriedenheit mit den institutionellen Anlegern

Kundenzufriedenheit entsteht aus dem Vergleich von wahrgenommener und erwarteter Leistung



Drei Möglichkeiten, Kundenzufriedenheit zu beeinflussen:

- Leistungsmanagement (tatsächliche Verbesserung der Leistungen)
- Wahrnehmungsmanagement („tue Gutes und rede darüber“)
- Erwartungsmanagement

Bitte schicken Sie mir gegen Rechnung die TELOS-Analyse
Please invoice me for the TELOS-analysis

***"Investor Screening (2017): Kundenzufriedenheit von
institutionellen Anlegern"***

- Deutsche Fassung zum Preis von EURO 250,- zzgl. MWSt
German version at a price of EURO 250,- (plus VAT where applicable)

Firma/Abteilung:
Company/Department: _____

Name, Vorname:
Name, First Name: _____

Straße:
Street: _____

PLZ, Ort:
ZIP-Code, Place: _____

Datum:
Date: _____

Unterschrift:
Signature: _____