

Finanzberatung: Eine empirische Analyse bei Young Professionals

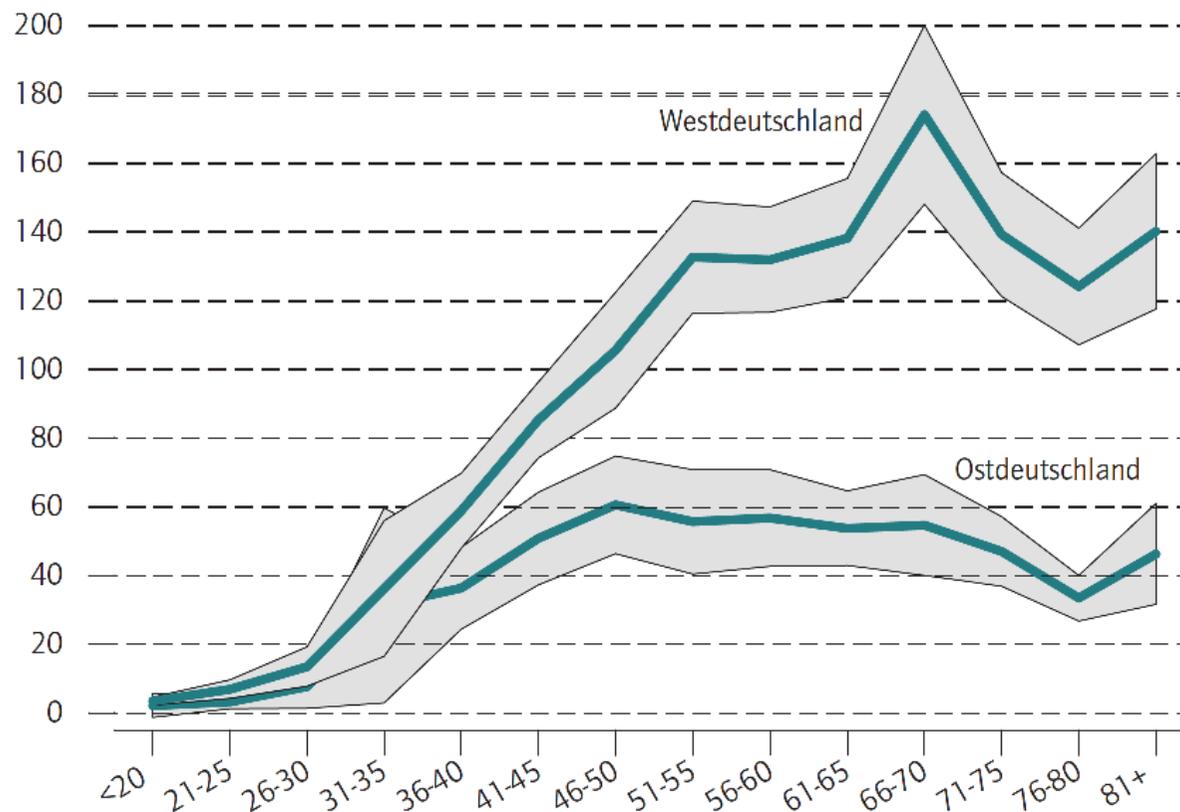
3. Auflage, Essen 2014

**Prof. Dr. Julius Reiter, Prof. Dr. Dr. habil. Eric Frère,
Alexander Zureck MBA und Tino Bensch MBA**

- **60% der Young Professionals lassen sich nicht beraten**
Der Anteil an Selbstentscheidern steigt stetig. Das Vertrauen gegenüber Bankberatern und freien Beratern nimmt weiter ab. Für 10% ist das persönliche Umfeld ein wichtiger Ansprechpartner.
- **67% kaufen Finanzprodukte online**
Das Internet ist der wichtigste Vertriebskanal. Auch bei einer vorherigen Beratung schließen 34% online ab.
- **70% empfehlen den eigenen Finanzberater weiter**
Die Weiterempfehlungsquote derjenigen, die sich beraten lassen, ist weiterhin rückläufig. Zugleich steigt der Anteil an Selbstentscheidern. Informationsasymmetrien gefährden das Vertrauensverhältnis zwischen Berater und Kunde.
- **Social Media ist irrelevant im Kaufentscheidungsprozess**
Social Media ist weder ein bedeutender Informations- noch Kaufkanal. Wichtig für den Kaufentscheidungsprozess sind themenspezifische Foren.
- **89% verfügen über ein eher gutes Finanzverständnis**
Das subjektive Finanzverständnis ist auf einem hohen Niveau.
- **54% investieren in Aktien**
Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl der Befragten, die in Kapitalmarktprodukte investiert sind, gestiegen. Je besser die Befragten ihr Finanzverständnis einschätzen, umso mehr sind sie in Kapitalmarktprodukten und Immobilien investiert.
- **Geteilte Meinung zur Honorarberatung**
Die Ergebnisse aus dem Vorjahr werden bestätigt. Es mangelt an Aufklärung zum Thema Honorarberatung.
- **Produktinformationsblätter bieten den größten Nutzen**
Die Befragten nehmen die von der Bundesregierung installierten Maßnahmen zum Verbraucherschutz in der Anlageberatung positiv wahr.

Individuelles¹ Nettovermögen nach Altersgruppen und Region im Jahr 2012

In 1 000 Euro



¹ Personen ab 17 Jahren in Privathaushalten.

Quelle: SOEPv29, mit 0,1 Prozent Top-Coding. Graue Fläche = 95-Prozent-Konfidenzbereich.

Young Professionals

Young Professionals sind hochqualifiziert und gehören zur technologieaffinen Generation Y. Die gute Ausbildung der Young Professionals eröffnet ihnen bereits beim Start ihrer Karriere und im späteren Berufsleben gute Verdienstaussichten.

Viele Young Professionals sind Kinder der heute 70-jährigen Menschen in Deutschland, die in den nächsten Jahren ihre Vermögen auf die Erben übertragen werden.

Die Kombination aus eigenem Verdienst und Erbe macht die Young Professionals zu einer interessanten Zielgruppe für Banken und Finanzdienstleister.

Zum dritten Mal untersucht das dips Deutsches Institut für Portfolio-Strategien an der FOM Hochschule das Verhältnis zwischen Young Professionals und Finanzberatern.

Quelle: Grabka, M. M., & Westermeier, C. (2014). Anhaltend hohe Vermögensungleichheit in Deutschland. DIW Wochenbericht: Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, 81(9), 151–164.

Zu Beginn des Berufslebens stehen wichtige finanzielle Entscheidungen an, um langfristig den gewohnten Lebensstandard beibehalten zu können. Die Komplexität der Finanzprodukte hat in der Vergangenheit zugenommen, sodass ein Überblick oftmals schwer fällt. Die Studie gibt Aufschluss, wie Young Professionals mit den Herausforderungen umgehen, und geht dabei auf folgende konkrete Fragestellungen ein:

- 1) Wie viel sparen Young Professionals und wie viel legen sie für die Altersvorsorge monatlich zurück (**Sparquote**)?
- 2) Wem vertrauen Young Professionals die persönlichen Finanzen an (**Ansprechpartner für Finanzen**)?
- 3) Wo kaufen Young Professionals Finanzprodukte (**Vertriebskanal**)?
- 4) Wie beurteilen Kunden ihr **Verhältnis zum Finanzberater**?
- 5) Welche **Informationsquellen** nutzen Young Professionals im Kaufentscheidungsprozess?
- 6) Wie beurteilen Young Professionals ihr **Finanzverständnis**?
- 7) In welche Finanzprodukte investieren die Anleger (**Anlageverhalten**)?
- 8) Wie stehen Young Professionals zur **Honorarberatung**?
- 9) Wie schätzen Young Professionals die von der Bundesregierung eingeleiteten **Regulierungsmaßnahmen** ein?

Feldzugang

Online Campus der FOM Hochschule, Verteiler des dips Deutsches Institut für Portfolio-Strategien und Online-Platzierung auf www.handelsblatt.com

Zielgruppe/Teilnehmer

Studierende und Lehrende der FOM Hochschule sowie Externe

Dauer der Feldphase

27.06.2014 bis 28.08.2014

Anzahl der ausgewerteten Fragebögen

n = 651

Beteiligte Personen

Prof. Dr. iur. Julius Reiter

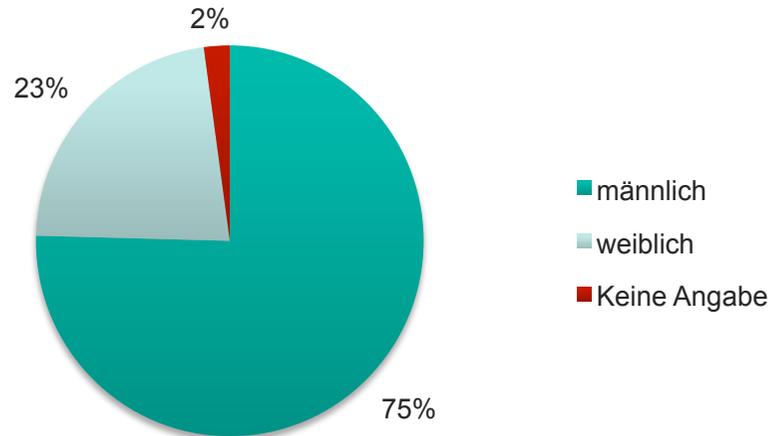
Prof. Dr. Dr. habil. Eric Frère

Alexander Zureck MBA

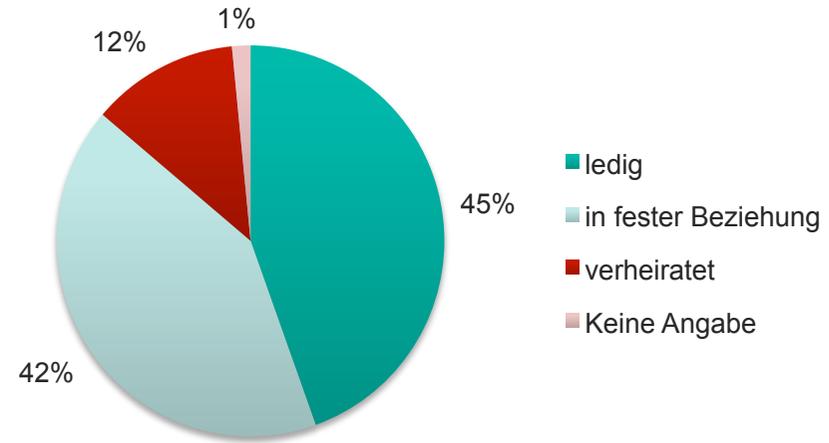
Tino Bensch MBA

Die Autoren danken dem ifes Institut für Empirie & Statistik (www.fom-ifes.de) an der FOM Hochschule für den Panel-Zugang sowie die Programmierung der Befragung.

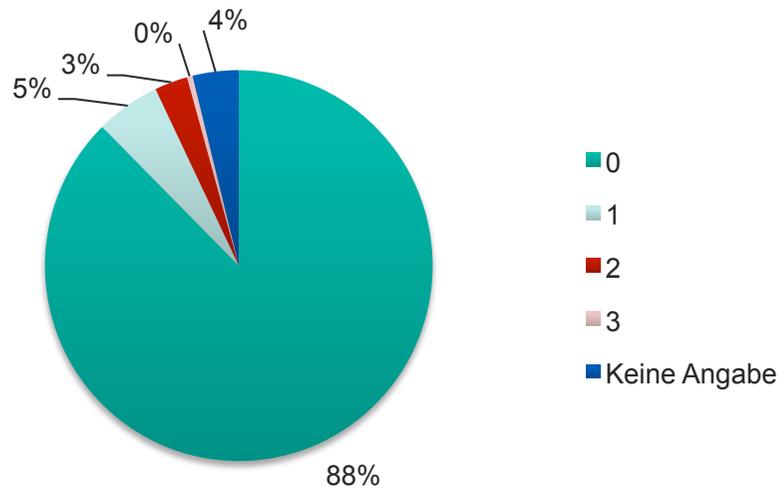
Geschlecht (n = 651)



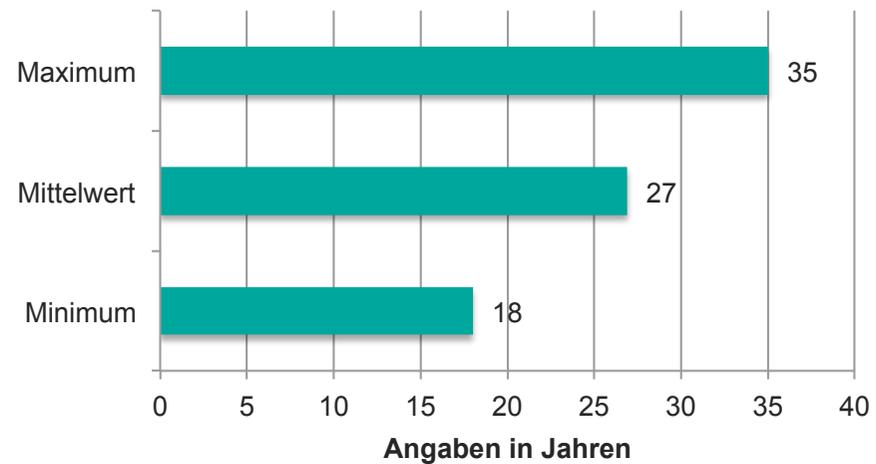
Familienstand (n = 651)



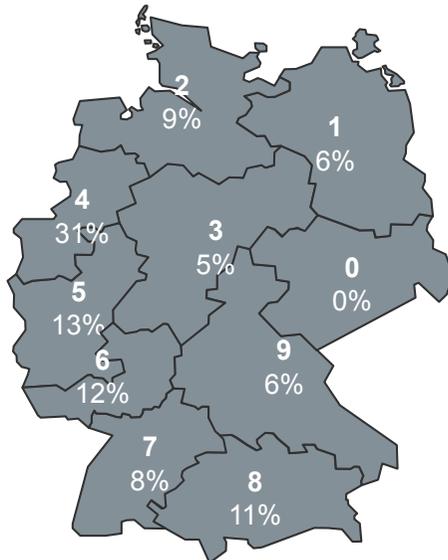
Wie viele Kinder haben Sie? (n = 651)



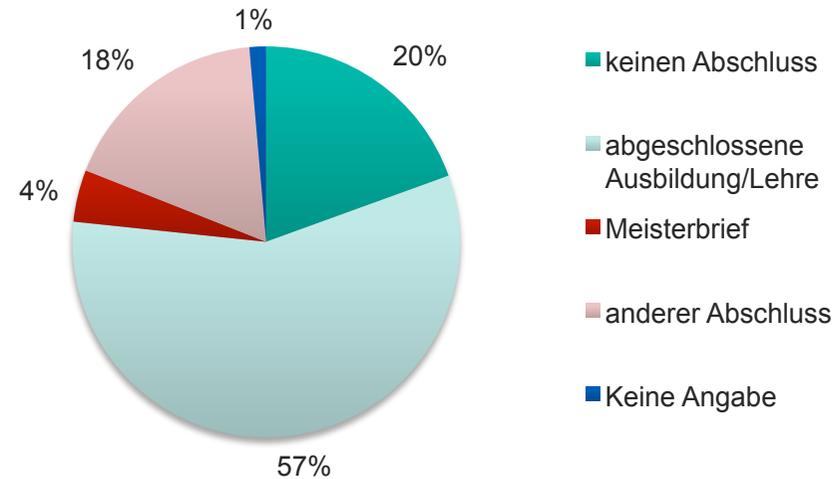
Alter (n = 651)



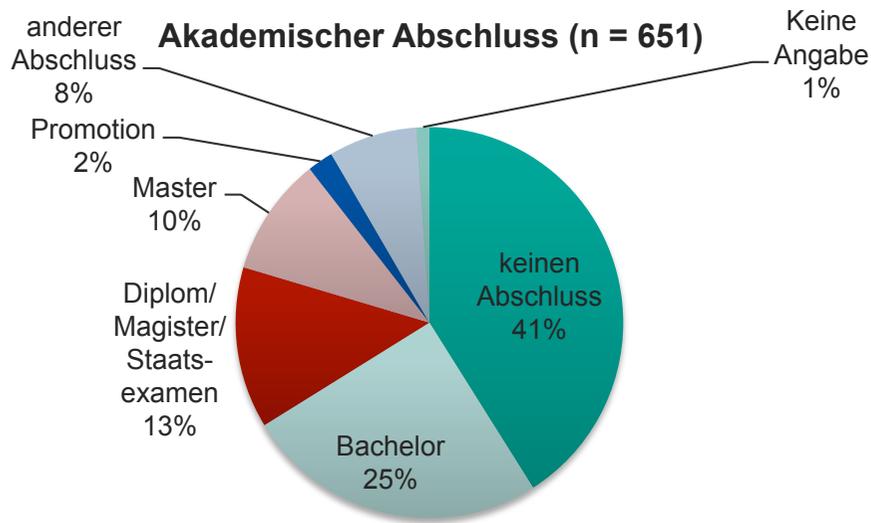
PLZ-Gebiete
(n = 576)



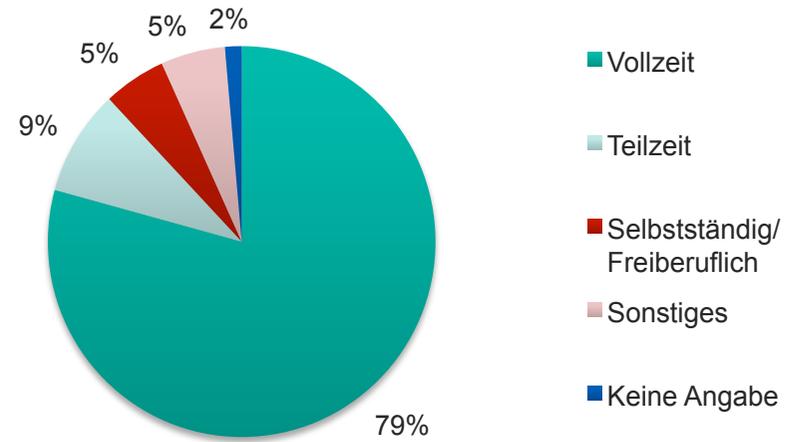
Berufsabschluss (n = 651)

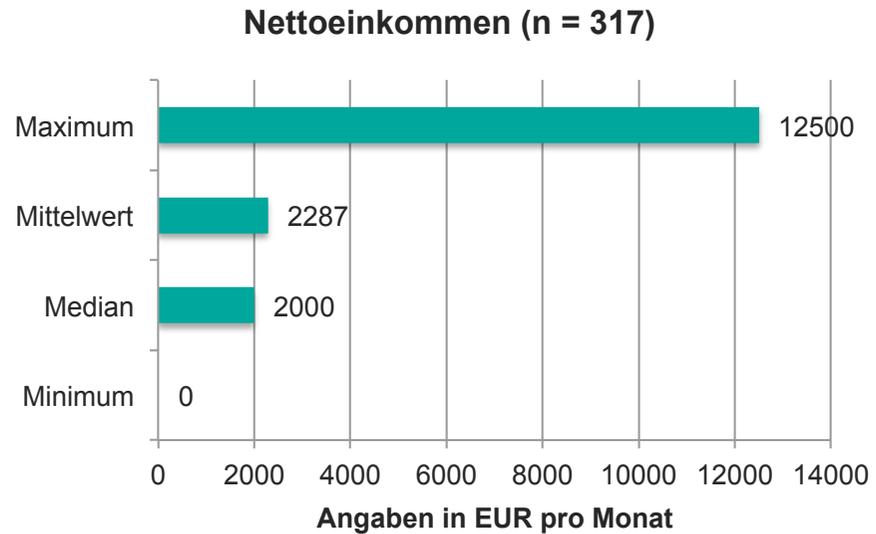
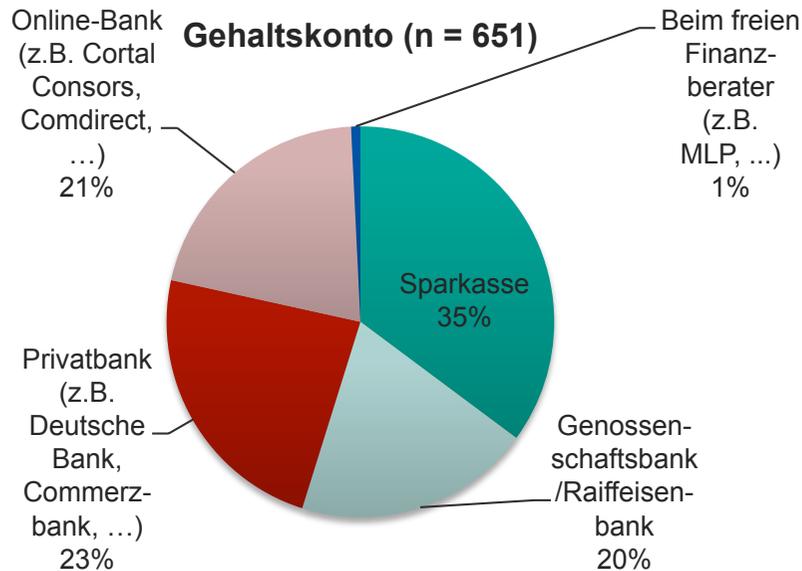


Akademischer Abschluss (n = 651)

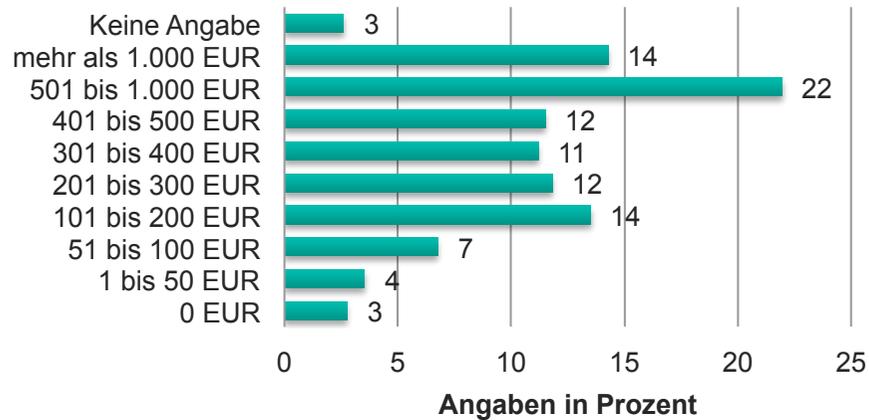


Beschäftigungsverhältnis (n = 651)

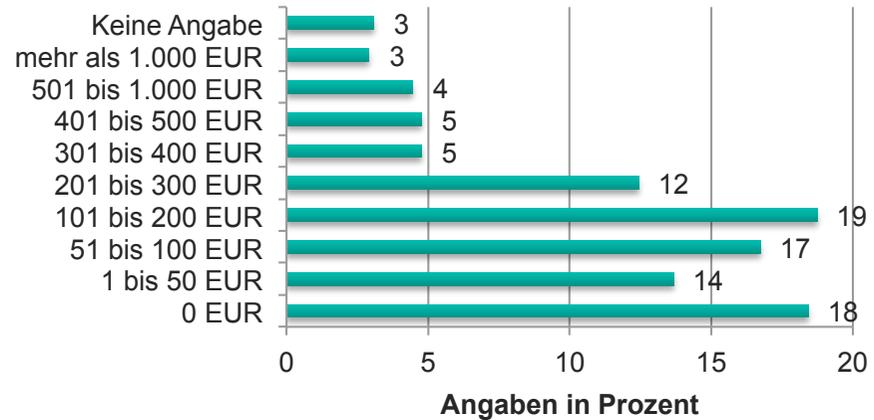




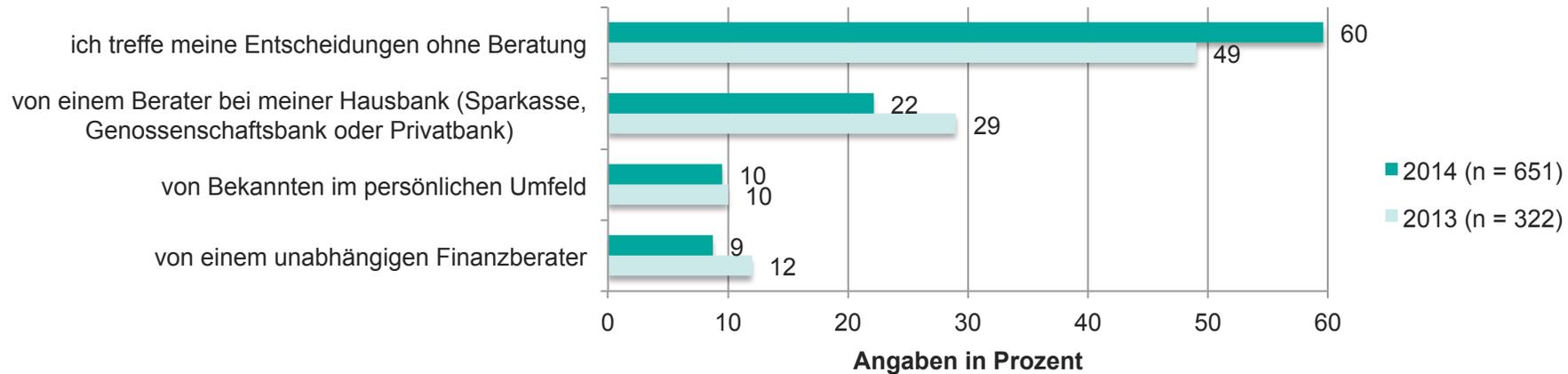
Wie viel Geld sparen Sie durchschnittlich pro Monat? (n = 651)



Wie viel investieren Sie davon pro Monat in Ihre private Altersvorsorge? (n = 651)



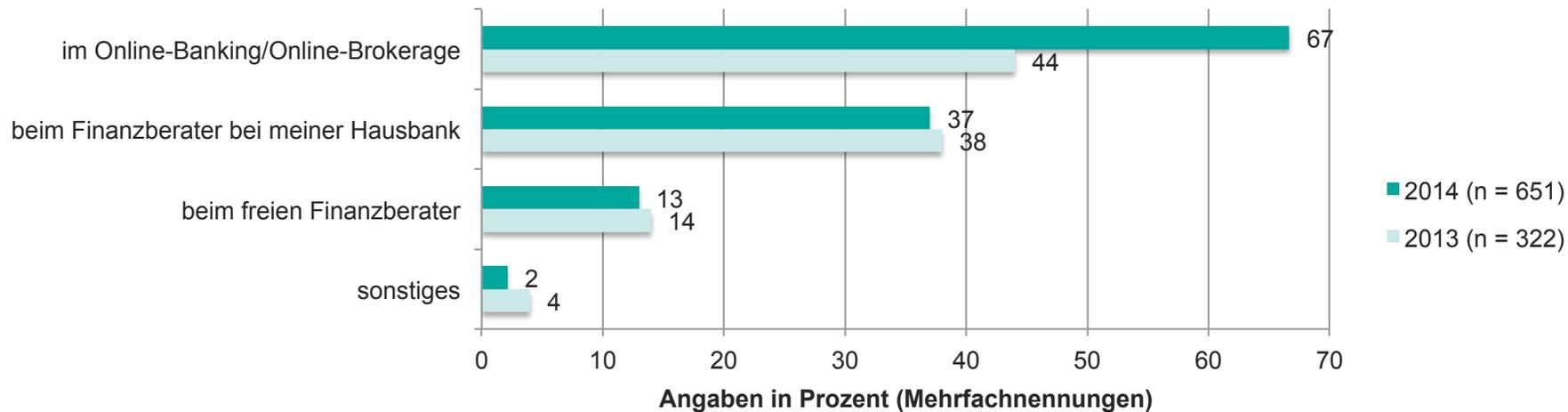
Wie lassen Sie sich hauptsächlich in finanziellen Angelegenheiten (insb. Geldanlage) beraten?



Trend zum Selbstentscheider

- 60% der Young Professionals treffen ihre Entscheidung ohne Finanzberater
Verglichen mit dem Vorjahr ist die Anzahl an Selbstentscheidern weiter stark steigend.
- Bankberater und unabhängige Finanzberater verlieren in der Zielgruppe „Young Professionals“ an Vertrauen
- Die Bedeutung des persönlichen Umfelds für die Finanzberatung wird im Vergleich zum Vorjahr bestätigt

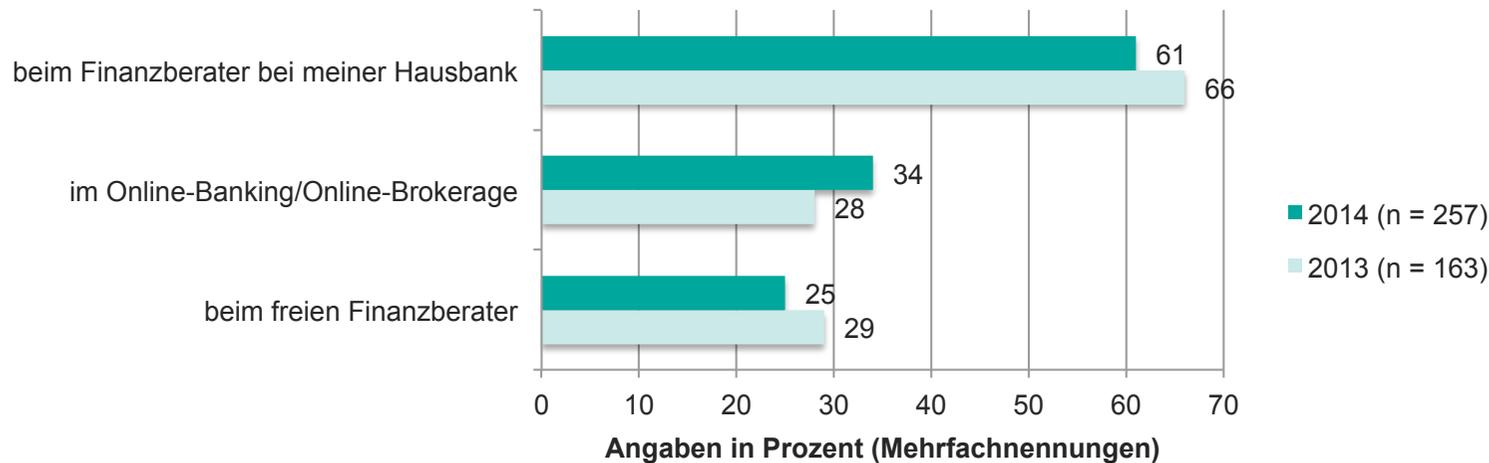
Wo kaufen Sie die Finanzprodukte? (alle Befragten)



20% mehr Online-Kunden als im Vorjahr

- Online Banking ist der vorherrschende Absatzkanal für Finanzprodukte
Im Finanzbereich steigt, ähnlich wie in anderen Branchen, der Anteil an Personen, die bevorzugt online einkaufen. Verglichen mit den Vorjahreswerten ist es ein deutlicher Anstieg, der u.a. dadurch erklärbar ist, dass die Anbieter auf den Trend reagieren und selber immer mehr Produkte online anbieten.
- Junge Verbraucher werden zunehmend zu hybriden Kunden
Die Bedeutung eines flächendeckenden Filialnetzes verliert zunehmend an Bedeutung. Kunden möchten Finanzgeschäfte per Computer, Tablet, Handy und im persönlichen Gespräch abwickeln. Banken und Finanzdienstleister stehen vor der Herausforderung Lösungen zu entwickeln, um auf das Cross-Channel-Verhalten der Kunden eingehen zu können.

Wo kaufen Sie die Finanzprodukte? (ohne Selbstentscheider)



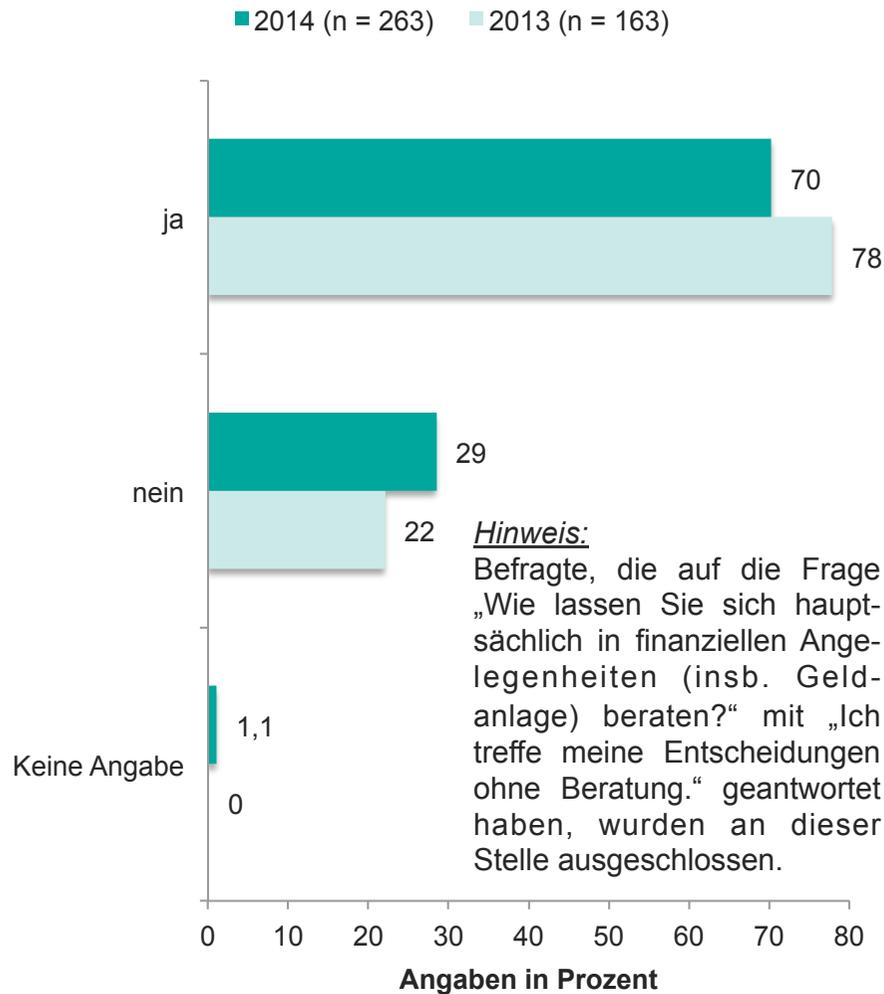
Hinweis:

Befragte, die auf die Frage „Wie lassen Sie sich hauptsächlich in finanziellen Angelegenheiten (insb. Geldanlage) beraten?“ mit „Ich treffe meine Entscheidungen ohne Beratung.“ geantwortet haben, wurden an dieser Stelle ausgeschlossen.

Über 30% kaufen das Finanzprodukt nach der Beratung online

- Beratungsleistungen werden nicht zwangsläufig mit einem Abschluss entlohnt
Kunden erwerben Finanzprodukte oftmals nicht direkt am Point of Sale, sondern im Nachgang der Beratung im Internet. Hierdurch entsteht für den Berater ein Drang zu schnellen Abschlüssen im Anschluss an Beratungsgespräche, da er ansonsten davon ausgehen muss, dass ca. ein Drittel der Kunden den Abschluss nicht bei ihm tätigt.
- Eigenoptimiertes Handeln der Befragten
Die Kunden nutzen die aktuelle Situation in der Finanzberatung oft aus und lassen sich kostenlos beraten. Sie entlohnen den Finanzberater oft nicht durch den Kauf des Produkts, sondern nutzen den günstigsten Weg das Finanzprodukt zu erwerben.

Würden Sie Ihren Finanzberater an Freunde weiterempfehlen?



Weiterempfehlungsquote ist rückläufig

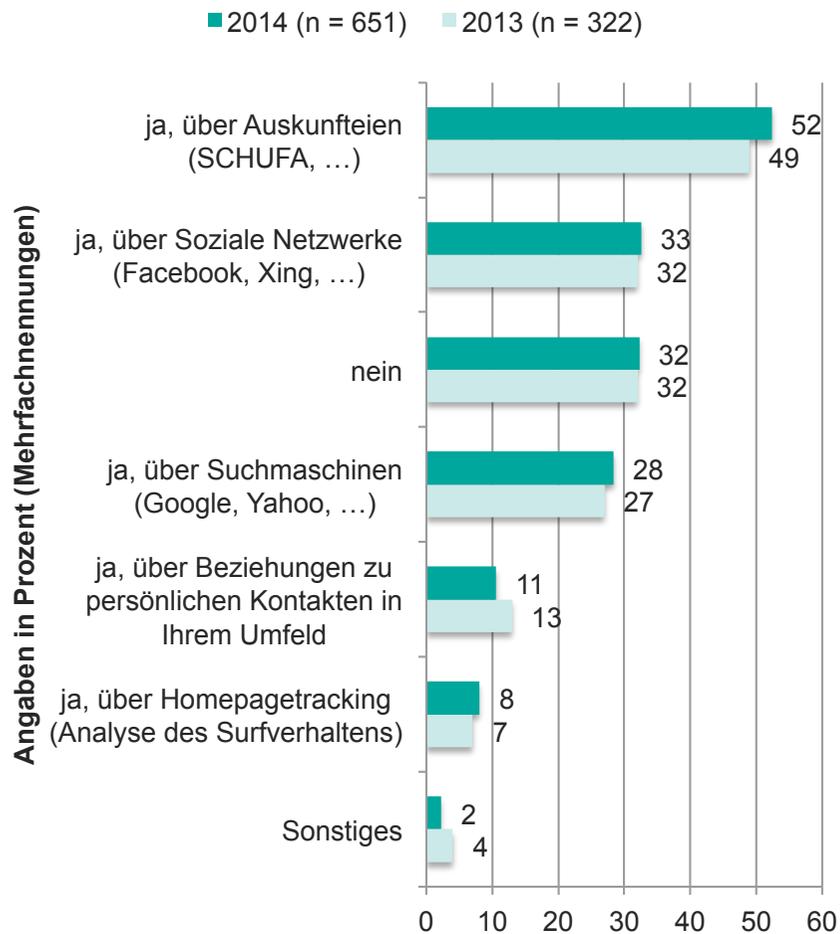
Die Weiterempfehlungsquote ist verglichen mit dem Vorjahr weiterhin rückläufig. Aktuell würden 70% der Befragten den eigenen Finanzberater Freunden weiterempfehlen. Die Befragten begründen die Empfehlung überwiegend aufgrund folgender Punkte:

- Fachliche Kompetenz des Beraters
- Vertrauensbasis zwischen Kunde und Berater
- Bisherige Erfahrungen

29% würden den eigenen Finanzberater nicht an Freunde weiterempfehlen. Sie begründen ihre Entscheidungen im Wesentlichen durch folgende Punkte:

- Eigener Profit
- Mangelnde Erfahrung/Kein Vertrauen
- Schlechte Produkte

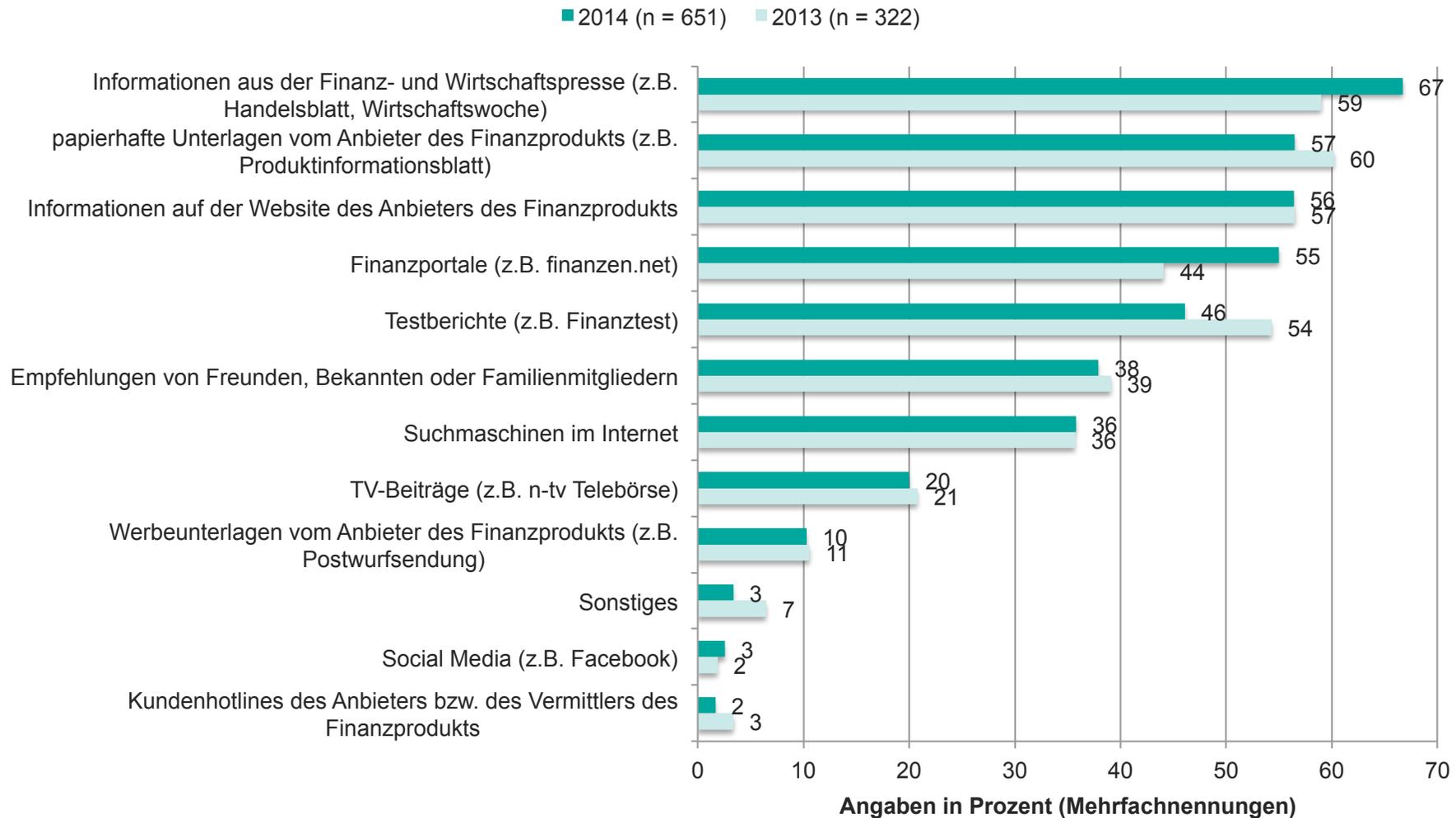
Glauben Sie, dass sich der Finanzberater außerhalb der Geschäftsbeziehung ohne Ihr Wissen weitere Informationen zu Ihrer Person beschafft?

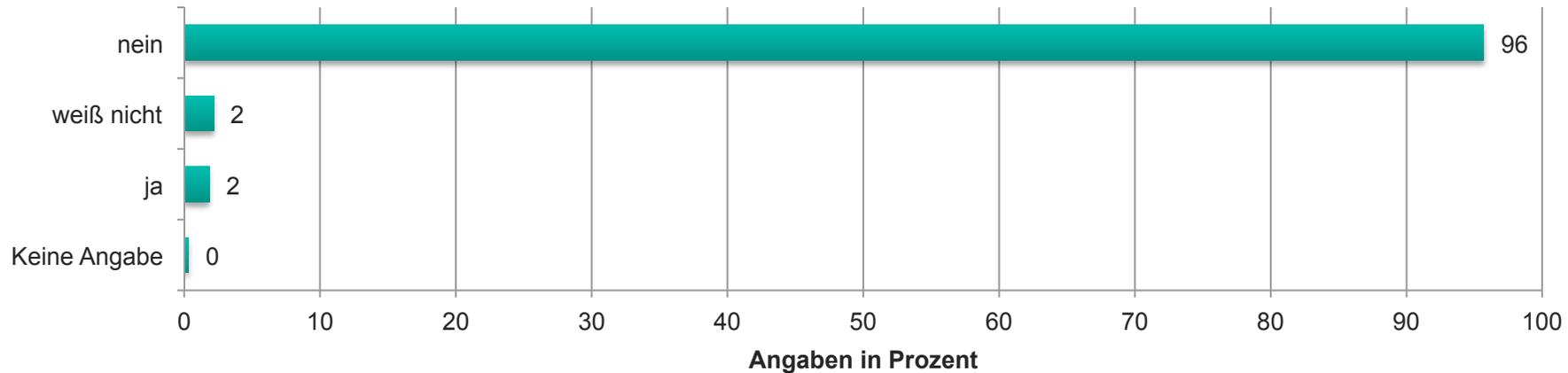


Finanzberater nutzen Informationsvielfalt im Internet

- Vertrauensvolles Verhältnis von Young Professionals zum Finanzberater weiterhin gestört
Mehr als die Hälfte der Befragten glaubt, dass der Berater sich Informationen ohne Wissen des Kunden beschafft. Die bestehenden Informationsasymmetrien zwischen Berater und Kunde gefährden das Vertrauensverhältnis und schaden langfristig der Geschäftsbeziehung. Die Erkenntnisse werden durch die sinkende Weiterempfehlungsquote unterstützt und sind ein Indiz dafür, dass gestörte Verhältnis weiterhin Bestand hat.
- Als Hauptinformationsquelle werden die klassischen Auskunfteien vermutet
- Intensive Nutzung von modernen Technologien zur Informationsgewinnung des Beraters wird unterstellt
 - Kommunikationsmittel (z.B. Social Media)
 - Homepagetracking

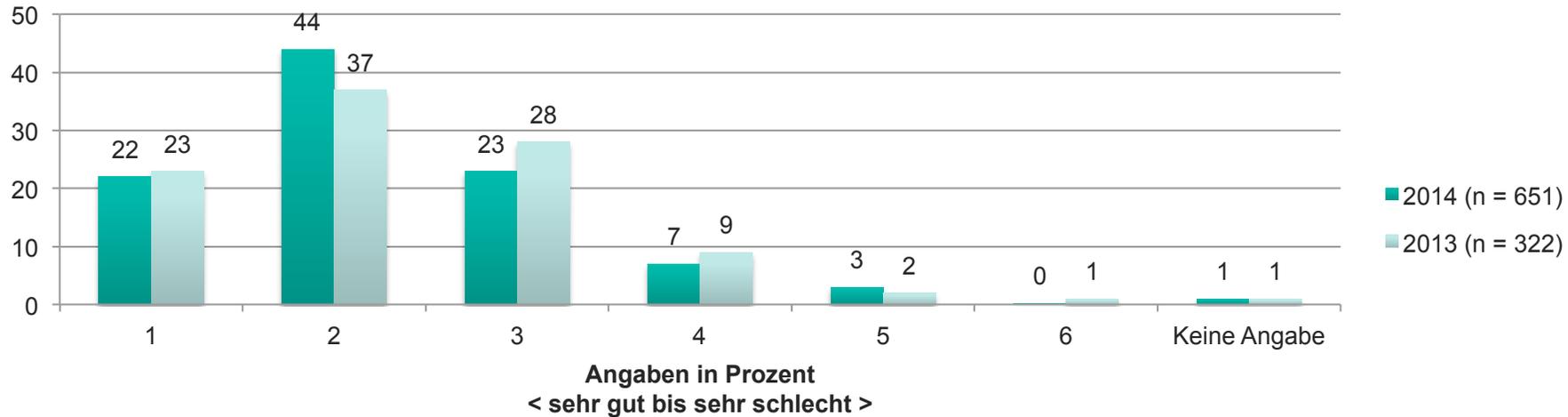
Welche der vorliegenden Informationsquellen beziehen Sie in den Kaufentscheidungsprozess eines Finanzprodukts ein?



**Würden Sie in den sozialen Medien (z.B. Facebook) ein Finanzgeschäft abschließen?
(n = 651)****Eine Vielzahl von Informationsquellen werden genutzt**

- Young Professionals nutzen vielfältige Informationsquellen
Neben vom Anbieter bereitgestellten Informationen wird zusätzlich auf externe Quellen zurückgegriffen. Young Professionals vertrauen, im Vergleich zu älteren Zielgruppen, nicht ausschließlich auf die Empfehlung eines Beraters. Sie sind hybride Kunden, die mit einer breiten Informationsbasis Finanzentscheidungen treffen.
- Traditionelle Informationsquellen sind für die Kaufentscheidung relevant
- Themenspezifische Informationsplattformen, wie z.B. finanzen.net, sind für mehr als die Hälfte der Befragten wichtige Informationsquellen
- Social Media genießt im Rahmen der Kaufentscheidung geringes Vertrauen
Young Professionals sind technologieaffin, jedoch nutzen sie Social Media nicht als Kaufkanal, sondern nur in geringem Maße als Informationskanal bei dem Erwerb von Finanzprodukten.

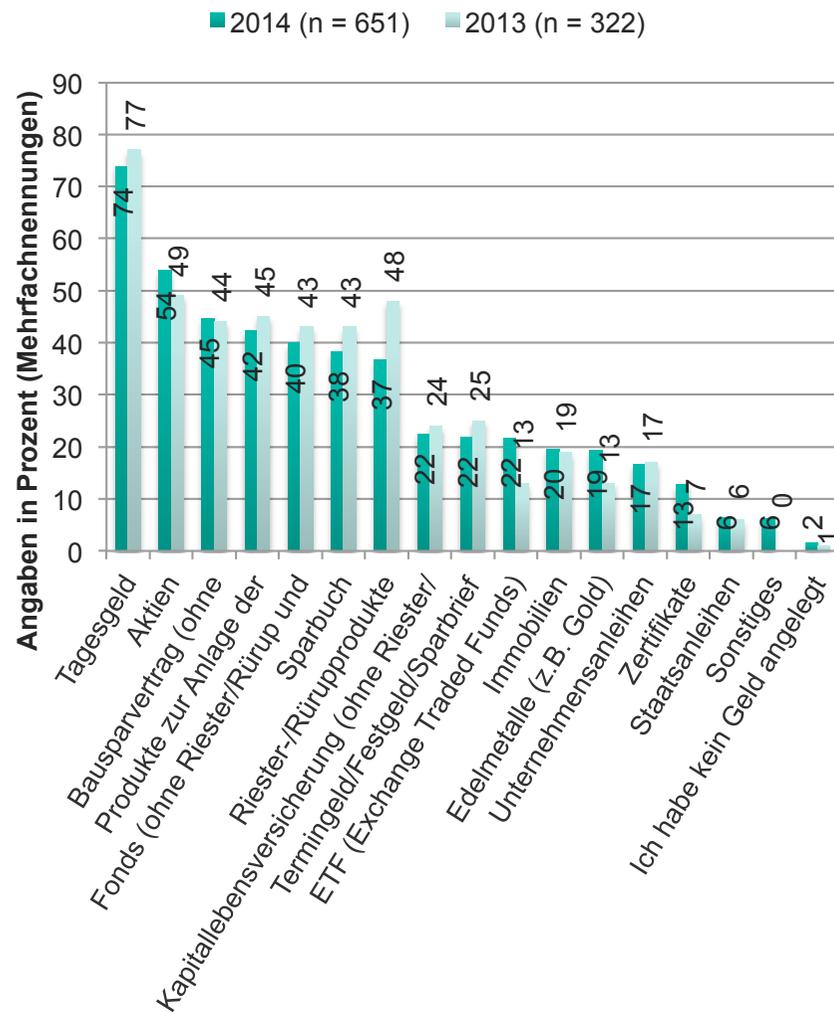
Wie würden Sie generell Ihr eigenes Verständnis von Finanzthemen beschreiben?



Gutes Finanzverständnis bei Young Professionals

- Subjektives Finanzverständnis ist bei Young Professionals stark ausgeprägt
66% schätzen ihr Finanzverständnis als gut bis sehr gut ein. Die Einschätzung ist subjektiv.

In welchen Finanzprodukten haben Sie Ihr Geld angelegt?



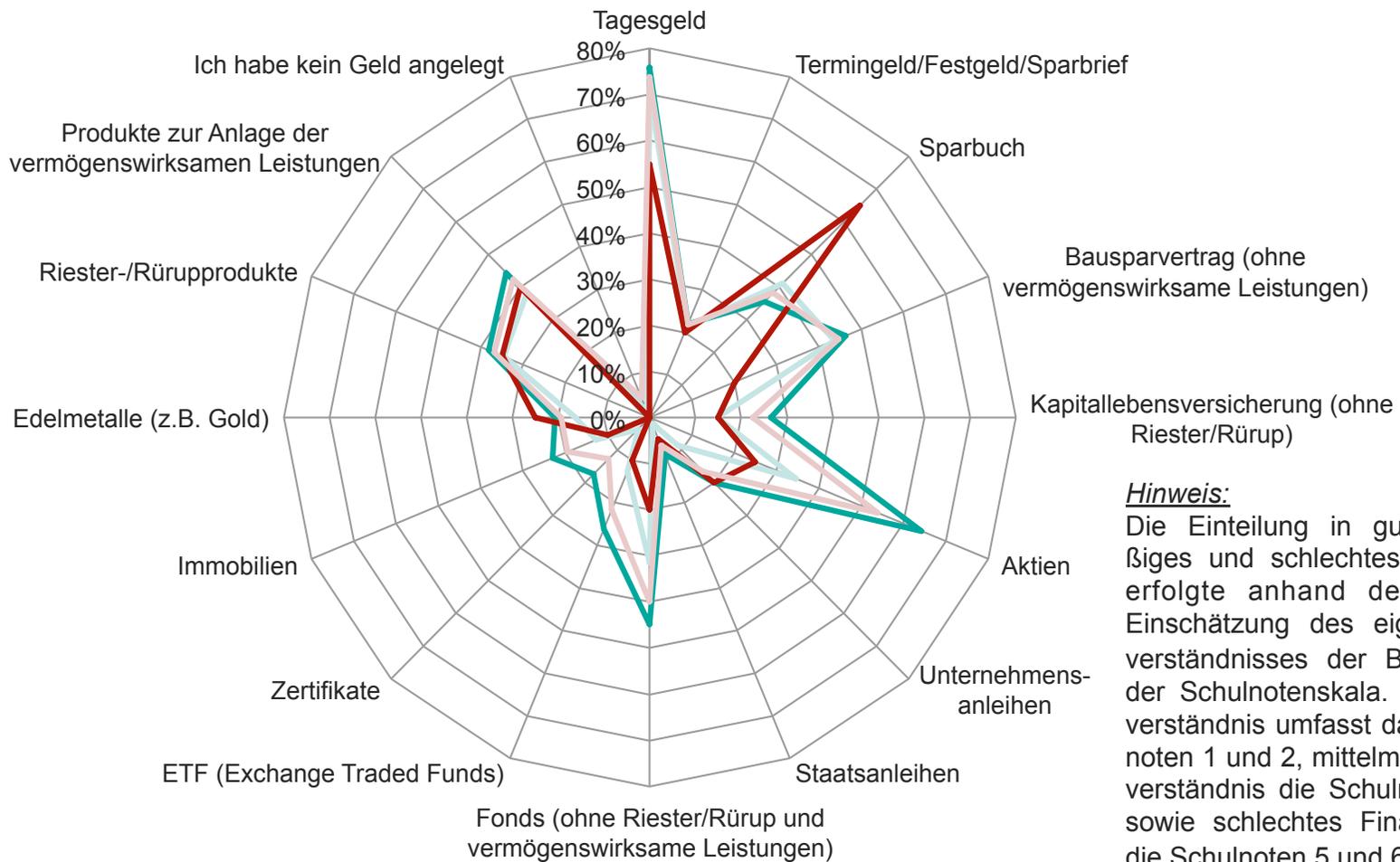
Trend zu mehr Kapitalmarktprodukten

- 74% der Befragten verfügen über eine Liquiditätsreserve für Notfälle in Form eines Tagesgelds
- Aktien, ETFs und Zertifikate werden verstärkt für die Geldanlage genutzt
- Klassische provisionsbasierte Finanzprodukte sind weiterhin gefragt
- Der Anteil an Riester-/Rürupprodukten ist im Vergleich zum Vorjahr geringer

Befragte mit einem schlechten Finanzverständnis nutzen zu 65% ein Sparbuch oder investieren zu 55% in Tagesgeld zur Vermögensbildung. Nur 25% der Befragten mit schlechtem Finanzverständnis kaufen Aktien. Hingegen kaufen 64% der Befragten mit einem guten Finanzverständnis Aktien zur Vermögensbildung. Die Befragten mit gutem Finanzverständnis verfügen zu einem großen Teil über Kapitalmarktprodukte und Immobilien. So verfügen von den Befragten mit schlechtem Finanzverständnis 20% über Fonds, 10% über ETFs und 0% über Zertifikate. In der Gruppe mit gutem Finanzverständnis investieren 45% in Fonds, 26% in ETFs und 17% in Zertifikate. Zudem haben die Befragten mit gutem Finanzverständnis mit 23% den größten Anteil an Immobilienvermögen. Es ist nicht erkennbar, dass die Befragten mit schlechtem Finanzverständnis überproportional viel an klassischen Provisionsprodukten besitzen.

Anlageverhalten nach subjektivem Finanzverständnis

— Gutes Finanzverständnis (n = 428)
 — Mittelmäßiges Finanzverständnis (n = 197)
 — Schlechtes Finanzverständnis (n = 20)
 — Gesamt (n = 645)

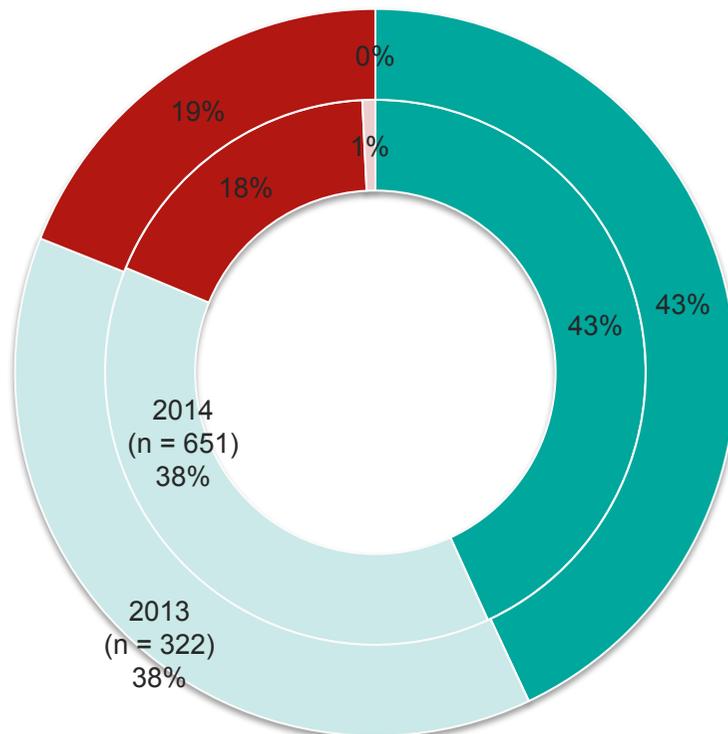


Hinweis:

Die Einteilung in gutes, mittelmäßiges und schlechtes Finanzwissen erfolgte anhand der subjektiven Einschätzung des eigenen Finanzverständnisses der Befragten nach der Schulnotenskala. Gutes Finanzverständnis umfasst dabei die Schulnoten 1 und 2, mittelmäßiges Finanzverständnis die Schulnoten 3 und 4 sowie schlechtes Finanzverständnis die Schulnoten 5 und 6.

Sind Sie bereit für die Finanzberatung ein Honorar zu zahlen?

■ nein ■ ja ■ weiß nicht ■ Keine Angabe

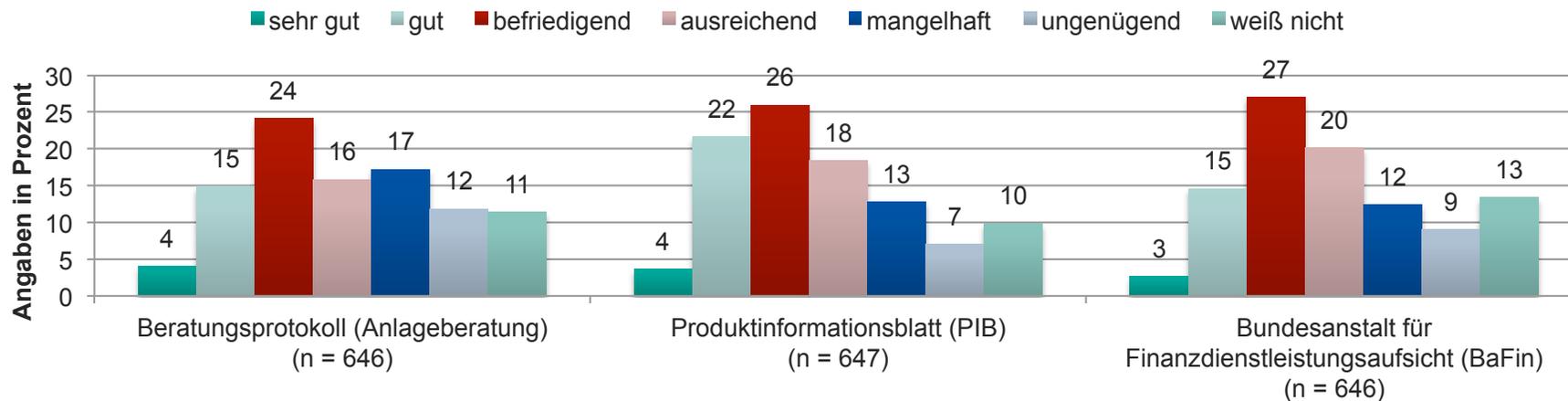


Bestätigung der Vorjahresergebnisse

- Fast die Hälfte der Befragten ist nicht bereit für die Finanzberatung ein Honorar zu zahlen
- 20% der Befragten trafen zur Honorarberatung keine Aussage

Die Honorarberatung wurde wegen der Einführung des Honoraranlageberatungsgesetzes zum 01.08.2014 in diesem Jahr häufig medial aufgegriffen. Trotz stärkerer Beachtung in der Presse hat sich die Meinung der Young Professionals zur Honorarberatung nicht geändert. 43% der Befragten sind nicht bereit für den Finanzberater ein Honorar wie beim Rechtsanwalt oder Steuerberater zu zahlen. 20% der Befragten können sich nicht klar positionieren, woraus sich ableiten lässt, dass nach wie vor Aufklärungsarbeit notwendig ist, um die Honorarberatung neben der Provisionsberatung zu etablieren.

Wie fühlen Sie sich durch folgende staatliche Regulierungsmaßnahmen im Rahmen der Anlageberatung geschützt?



Produktinformationsblätter bieten den größten Nutzen

- Ca. die Hälfte der Befragten beurteilen die eingeführten Regulierungsmaßnahmen positiv
- 70% der Befragten nehmen Produktinformationsblätter als einen Mehrwert wahr
- Rund 12% der Befragten erlauben sich kein Urteil

1) Wie viel sparen Young Professionals und wie viel legen sie für die Altersvorsorge monatlich zurück (**Sparquote**)?

Young Professionals sparen mehr als der Bundesdurchschnitt. 35% (Bundesdurchschnitt 23%*) sparen zwischen 200 und 500 EUR monatlich, und 36% (Bundesdurchschnitt 9%*) sparen mehr als 500 EUR im Monat. Von diesen Sparbeträgen legen 29% der Befragten mehr als 200 EUR im Monat für die Altersvorsorge zurück. 18% sorgen nicht für das Alter vor.

2) Wem vertrauen Young Professionals die persönlichen Finanzen an (**Ansprechpartner für Finanzen**)?

60% treffen ihre Finanzentscheidungen selbst und greifen bei ihren Anlageentscheidungen auf keinen Finanzberater zurück.

3) Wo kaufen Young Professionals Finanzprodukte (**Vertriebskanal**)?

Das Online-Banking ist der wichtigste Absatzkanal für Finanzprodukte. Gegenüber dem Vorjahr ist der Anteil der Nutzer deutlich angestiegen. Die Beratung bei der Hausbank nimmt nach wie vor einen hohen Stellenwert ein. Eine zunehmende Zahl von Kunden nutzt die kostenlose Beratungsdienstleistung der Bank, kauft aber die Finanzprodukte online. Der Anteil an hybriden (vorinformierten) Kunden wächst weiterhin.

4) Wie beurteilen Kunden ihr **Verhältnis zum Finanzberater**?

Die hohe Anzahl an Selbstentscheidern sowie die gesunkene Weiterempfehlungsquote von Finanzberatern durch Beratungskunden lässt auf ein bestehendes gestörtes Verhältnis zum Finanzberater in der Zielgruppe der Young Professionals schließen. Weiterhin unterstellen Sie den Beratern die heimliche Nutzung von Auskunfteien und Social Media-Plattformen zur Informationsgewinnung.

5) Welche **Informationsquellen** nutzen Young Professionals im Kaufentscheidungsprozess?

Finanzanlageentscheidungen werden auf Grundlage einer breiten Informationsbasis getroffen. Traditionelle Informationsquellen sind, wie Informationen aus der Finanz- und Wirtschaftspresse oder papierhafte Unterlagen vom Anbieter des Finanzprodukts, weiterhin gefragt. Anbieterwebsites und Finanzportale werden zusätzlich stark genutzt. Soziale Medien besitzen als Informationsquellen ein sehr geringes Vertrauen. Abschlüsse von Finanzgeschäften in sozialen Medien werden klar verneint.

6) Wie beurteilen Young Professionals ihr **Finanzverständnis**?

Das subjektive Finanzverständnis wird überwiegend als gut beschrieben. Inwieweit das subjektive Finanzverständnis vom objektiven Finanzverständnis abweicht, kann abschließend nicht beurteilt werden. Allerdings unterscheidet sich das Anlageverhalten nach subjektivem Finanzverständnis.

7) In welche Finanzprodukte investieren die Anleger (**Anlageverhalten**)?

Young Professionals sind nach wie vor stark in klassischen Finanzprodukten investiert. Bei den Befragten mit gutem Finanzverständnis ist ein überproportionales Interesse an Kapitalmarktprodukten erkennbar. Sie sind überdurchschnittlich stark in Aktien, ETFs und Zertifikaten investiert. Zudem gibt es in dieser Gruppe mehr Immobilienbesitzer.

8) Wie stehen Young Professionals zur **Honorarberatung**?

Die Honorarberatung ist weiterhin wenig akzeptiert. Trotz der Verabschiedung des Honoraranlageberatungsgesetzes durch den Bundestag ist der Bekanntheitsgrad der Honorarberatung nicht gestiegen. Ein Fünftel kann sich nichts unter Honorarberatung vorstellen.

9) Wie schätzen Young Professionals die von der Bundesregierung eingeleiteten **Regulierungsmaßnahmen** ein?

Die Regulierungsmaßnahmen der Bundesregierung (Beratungsprotokoll, Produktinformationsblatt und BaFin) sind bei den Befragten bekannt. Die Hälfte beurteilt Regulierungsmaßnahmen positiv. Das Produktinformationsblatt wird gegenüber dem Beratungsprotokoll mit dem größeren Mehrwert wahrgenommen.

Für Kunden

Vor dem Hintergrund, dass Kunden u.a. wegen geänderter Rahmenbedingungen im Bereich der Altersvorsorge, immer häufiger Finanzentscheidungen treffen müssen, ist es ratsam sich ein fundiertes Fachwissen im Bereich der persönlichen Finanzen anzueignen. Zudem sollten Kunden sensibel auf Kostenstrukturen achten und mit Bedacht unterschiedliche Finanzprodukte vergleichen.

Für Banken

Banken sollten auf die Kundenbedürfnisse eingehen und darauf achten, dass die Informationsasymmetrien zwischen Kunde und Bank abgebaut werden. Neben einem umfangreichen Informationsangebot sollte der Kunde hierfür auch online und offline auf unterschiedliche Informationskanäle zurückgreifen können.

Für den Gesetzgeber

Der Gesetzgeber sollte die Rahmenbedingungen für die privaten Finanzen verbessern. Hierzu zählt neben einer umfangreicheren Aufklärung im Bereich der Provisions- und Honorarberatung auch eine verbesserte Finanzbildung im Bereich der Allgemeinbildung. Wünschenswert ist hier eine Verankerung in der Schulbildung.

Das dips Deutsches Institut für Portfolio-Strategien ist die finanzwirtschaftliche Forschungseinrichtung der FOM Hochschule für Oekonomie & Management in Essen. Mit mit rund 26.000 Studierenden ist die FOM die größte private Hochschule Deutschlands. Erfahrene Dozenten aus Wissenschaft und Wirtschaft führen Präsenzvorlesungen an 31 Standorten in Deutschland durch. Die international ausgerichtete Hochschule wendet sich vorwiegend an Berufstätige, die sich neben ihrer betrieblichen Tätigkeit akademisch qualifizieren wollen.

Der Fokus der wissenschaftlichen Arbeit richtet sich insbesondere auf praxisrelevante Problemstellungen des Corporate Finance-Managements. Hauptforschungsfelder in diesem thematischen Kontext sind:

- Corporate Finance-Management
- Strategische Asset Allocation/Optimized Indexing/Quantitative Investment-Modelle
- Financial Compliance

Unterstützt wird die Forschung des dips durch den mit renommierten Wissenschaftlern, Finanzanalysten und Vermögensverwaltern besetzten Fachbeirat sowie das akademische Netzwerk der FOM Hochschule – eine der bedeutendsten privaten Hochschulen in Deutschland.

Ihre Ansprechpartner

dips Deutsches Institut für Portfolio-Strategien gemeinnützige GmbH

Leimkugelstraße 6

D-45141 Essen

www.fom-dips.de

info@fom-dips.de

+49 (0) 201 81004-179

-
- Prof. Dr. iur. Julius Reiter, Fachbeiratsvorsitzender
julius.reiter@fom.de
 - Prof. Dr. Dr. habil. Eric Frère, Direktor
eric.frere@fom.de
 - Alexander Zureck MBA, Projektmanager
alexander.zureck@fom.de
 - Tino Bensch MBA, Projektmanager
tino.bensch@fom.de



Prof. Dr. iur. Julius Reiter

Prof. Reiter studierte Rechtswissenschaften an den Universitäten Kiel, Paris und Köln und wurde an der Humboldt-Universität Berlin promoviert. Er war sieben Jahre wissenschaftlicher Mitarbeiter im Deutschen Bundestag. Das Referendariat absolvierte er am Oberlandesgericht Düsseldorf und der Verwaltungsuniversität Speyer. Seit 1998 ist Prof. Reiter als Rechtsanwalt tätig und gründete 2001 die jetzige Kanzlei Baum Reiter & Kollegen in Düsseldorf. Prof. Reiter ist Fachanwalt für Bank- und Kapitalmarktrecht sowie Fachanwalt für IT-Recht und regelmäßig als Sachverständiger in Gesetzgebungsverfahren des Bundestages im Finanz-, Rechts- und Verbraucherausschuss bestellt. An der FOM Hochschule wurde er 2012 zum Professor für Wirtschaftsrecht berufen und Vorsitzender Fachbeirat des dips Deutsches Institut für Portfolio-Strategien.



Prof. Dr. Dr. habil. Eric Frère

Prof. Frère studierte nach seiner Ausbildung zum Bankkaufmann Volkswirtschaft und Betriebswirtschaft in Würzburg und Köln, promovierte dann am Lehrstuhl für Wirtschaftspolitik der Ruhr-Universität Bochum und habilitierte an der Westungarischen Universität Sopron. Nach Tätigkeiten beim Credit Commercial de France, bei Bayer UK und beim Bankhaus Lampe ist er seit mehr als 20 Jahren selbständiger Unternehmensberater für Corporate Finance und Asset Management und hat u.a. mehrere Börsengänge im Geregelt Markt organisiert. Darüber hinaus ist er Mitglied zahlreicher Aufsichtsräte und Beiräte, insbesondere bei Finanz- und Wachstumsunternehmen. An der FOM Hochschule wurde er 2001 zum Professor berufen und ist seither Dekan für BWL und Internationale Studiengänge sowie Direktor des dips Deutsches Institut für Portfolio-Strategien.



Alexander Zureck MBA

Nach Tätigkeit in einem Essener Marktforschungsunternehmen im Bereich der Marktanalyse arbeitete Alexander Zureck als Kundenberater für Privatkunden und Gewerbetreibende in einem Kreditinstitut. Sein berufsbegleitendes Studium der Betriebswirtschaftslehre absolvierte er an der FOM Hochschule. Heute ist er für das dips Deutsches Institut für Portfolio Strategien als Projektmanager und für die FOM Hochschule als Dozent tätig. Daneben berät er kleine und mittlere Unternehmen in betriebswirtschaftlichen Fragen und promoviert berufsbegleitend im Bereich Behavioral Finance.



Tino Bensch MBA

Nach seiner Offizierslaufbahn in diversen Funktionen bei der Bundeswehr wurde er Geschäftsführer einer Unternehmensberatungsgesellschaft und berät seit zehn Jahren kleine und mittlere Unternehmen hauptsächlich zu Corporate Finance-Themen. Daneben ist Tino Bensch seit 2007 als Lehrbeauftragter im Bereich Finance sowie als Projektmanager des dips Deutsches Institut für Portfolio-Strategien an der FOM Hochschule tätig und promoviert berufsbegleitend. Im Rahmen seiner Promotion untersucht er den Einfluss unternehmerischer Gesellschaftsverantwortung auf den Unternehmenswert.

Disclaimer/Haftungsausschluss: Sämtliche Inhalte dieses Dokuments einschließlich aller Anlagen wurden nach bestem Wissen und Gewissen recherchiert und formuliert. Dennoch kann weder seitens der dips Deutsches Institut für Portfolio-Strategien gemeinnützige GmbH oder seitens ihrer Organe noch seitens der FOM Hochschule für Oekonomie und Management gemeinnützige GmbH oder ihrer Organe eine Gewähr für Richtigkeit, Vollständigkeit und Genauigkeit dieser Informationen gegeben werden. Überdies dienen sämtliche Inhalte nur der Information und sind insbesondere nicht als Aufforderung zum Kauf oder Verkauf eventuell erwähnter Wertpapiere oder als Empfehlung zur Umsetzung eventuell beschriebener Anlagestrategien zu interpretieren. Dementsprechend haften das dips, die FOM oder ihre jeweiligen Organe nicht für materielle und/oder immaterielle Schäden, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der in diesem Dokument enthaltenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht wurden.