

PRESSEMITTEILUNG

Aktuelle Abgeltungssteuer-Studie: Die Steuer kommt ab 2009, aber was macht die Finanzdienstleistungsindustrie heute daraus?

Mainz/Wiesbaden, April 2008

Große Marktstudie in Deutschland zur Einführung der Abgeltungssteuer ab 2009 bei Anlageberatern in Banken & Sparkassen und unabhängigen Beratern. Durchgeführt von berater e.V. - der studentischen Unternehmensberatung an der Universität Mainz und MC4MS - Management Consultants for Market Strategy, Wiesbaden

Die Einführung der Abgeltungssteuer ist die Chance bei Produkthanbietern und im Finanzvertrieb in 2008; aber wer ist am besten aufgestellt und wer wird sie wie nutzen können? Was unternimmt die Finanzdienstleistungsindustrie bis Jahresende, wie bewerten Berater führende Produkthanbieter hinsichtlich ihrer Abgeltungssteuer-Produktpalette und welche Trends sehen die Finanzberater dann ab 2009?

Im Rahmen der Studie wurden im März und April 2008 insgesamt 275 Berater aus Banken und Sparkassen sowie unabhängige Berater zur bevorstehenden Einführung der Abgeltungssteuer detailliert befragt. Die Studie unterscheidet sich damit deutlich von denen am Markt zahlreich verfügbaren Studien, die auf den Endkunden fokussieren.

„Die Studie ist eine umfassende Analyse auf Produkthanbieter- und Vertriebsseite zum Thema Abgeltungssteuer und gibt einen hervorragenden Überblick über alle Facetten dieses den Markt bewegenden Themas“, erläutert **Dipl.-Kfm. Marc Ahlers**, Managing Director von MC4MS - Management Consultants for Market Strategy.

Im Rahmen der Befragung wurden Detailanalysen in folgenden Dimensionen durchgeführt:

- Wissen und Einstellung: z.B. wie wird die Abgeltungssteuer bewertet?
- Kundenberatung & Beratungsprozess: z.B. wie wird die Abgeltungssteuer in die aktuelle Kundenberatung eingebunden?
- Produkte: z.B. welche Produktarten sind die Favoriten der Berater in 2008 und ab 2009?
- Wahrnehmung Markt & Wettbewerber: z.B. wie werden führende Produktanbieter im Markt konkret bewertet (Fondsgesellschaften, ETF-Anbieter, Zertifikate-Emittenten)?
- Vertrieb: z.B. was wird vertriebsseitig unternommen, um von der Abgeltungssteuer zu profitieren?

Dabei wurden auch Unterschiede in den Ergebnissen für bestimmte Teilssegmente von Beratern betrachtet. „Durch die sehr hohe und ausgeglichene Anzahl an teilnehmenden Beratern in allen Segmenten war es uns optimal möglich, die Ergebnisse nach speziellen Zielgruppen wie Berater in Banken/ Sparkassen vs. unabhängige Berater sowie Private Banking Berater vs. Retail Banking Berater zu analysieren und gegenüberzustellen“, erklärt **Marc-André Göricke**, Vorsitzender von berater e.V. der Universität Mainz.

Mehr Informationen zur Studie sind unter www.abgeltungssteuer-studie.de verfügbar. Dort können Finanzdienstleister die komplette Studie zu einem Preis von 599 EUR plus MwSt. bestellen.

Wir bedanken uns bei den offiziellen Partnern der Studie, der Zeitschrift Portfolio International, dem im Finanzmarkt tätigen Trainer Klaus-J. Fink sowie dem Lehrstuhl Marketing I der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Ebenfalls bedanken wir uns bei Herrn Thorsten Hahn, Geschäftsführer des Bankingclub, für seine Unterstützung.

Informationen zu den Studienautoren:

berater e.V. - die studentische Unternehmensberatung an der Johannes Gutenberg - Universität Mainz

Die Mitglieder von berater e.V. arbeiten nach dem Grundsatz Creating Valuable Solutions. Die Leistungsschwerpunkte umfassen:

- Marktforschung und Deskresearch zur marktorientierten Strategieentwicklung
- Implementierungs- und Controllinglösungen
- Organisations- und Prozessoptimierung
- Marketing- und Finanzierungskonzepte
- Human Resources Development

Ziel ist es, bei jeder Projektrealisierung für unseren Kunden maßgeschneiderte, anwendungsorientierte und wertschaffende Lösungen zu entwickeln. Die universitäre Infrastruktur und das Prinzip der Interdisziplinarität bilden bei berater e.V. die Grundlage der Projektbearbeitung. Mitglieder aus verschiedenen Fachbereichen mit spezifischem Know-how gewährleisten ein breites Wissensspektrum und hohe Qualität.

WWW.BERATER-MAINZ.DE

MC4MS – Management Consultants for Market Strategy

MC4MS ist eine Managementberatung für marktorientierte Unternehmensstrategien. Fokus sind die klassischen Beratungsfelder Strategie, Organisation, Marketing und Vertrieb - immer im Hinblick auf eine Verbesserung der Marktposition der Kunden. Wichtigste Kundengruppe sind Unternehmen der Finanzdienstleistungsindustrie.

Dabei sind die Beratungsleistungen so unterschiedlich wie die sich ständig wechselnden Herausforderungen an das heutige Management. Kunden werden auch bei Interimsmanagementaufgaben in anspruchsvollen Fach- und Führungspositionen unterstützt.

Die Managementberatung MC4MS wurde von Herrn Dipl.-Kfm. Marc Ahlers nach langjähriger Berufserfahrung in Großunternehmen im In- und Ausland sowie in einer Top-Managementberatung Anfang 2008 gegründet.

WWW.MC4MS.DE

Studienkontakt:

berater e.V. Marc-André Göricke Johannes Gutenberg-Universität Mainz Haus Recht und Wirtschaft II 55099 Mainz Telefon: +49 (0)6131-39 208 78 Fax: +49 (0)6131-39 268 18 E-Mail: Marc.Goericke@berater-mainz.de www.berater-mainz.de	MC4MS – Management Consultants for Market Strategy Dipl.-Kfm. Marc Ahlers Kreidelstraße 2a D-65193 Wiesbaden Telefon: +49 (0)611-9757500 Fax: +49 (0)611-17444-83 E-Mail: m.ahlers@mc4ms.de www.mc4ms.de
--	---

Pressekontakt:

Dipl. Kfm. Marc Ahlers

Tel.: 0611-9757500

Email: presse@mc4ms.de