

---

## PRESSESPIEGEL

---

7.12.2018 FONDS professionell:  
Standortbestimmung  
(Ausgabe 4/2018)

**FONDS**  
professionell

### Standortbestimmung

Fragen rund um das Thema aktives versus passives Investieren beschäftigen die Branche nach wie vor. Die Redaktion hat in einer Runde von ausgewiesenen Investmentexperten darüber diskutiert.

**Hans Heuser (FONDS professionell): Es ist eine Tatsache, dass passiv gemanagte Fonds nach wie vor deutliche Zuflüsse haben, während der aktive Bereich zuletzt mit erheblichen Abflüssen zu kämpfen hatte. Wo stehen wir aus Ihrer Sicht heute in der Diskussion um aktiv versus passiv?**



*Oliver Lang (Jung, DMS & Cie.):* Die Diskussion um die Frage aktiv oder passiv führt meiner Ansicht nach immer noch häufig in die falsche Richtung. Im Grunde geht es gar nicht um ein „Entweder-Oder“, denn am Markt hat sich längst so etwas wie ein „Sowohl-als-Auch“ etabliert. Im Grunde weiß doch jeder, dass es nicht ausreichen kann, nur einfach irgendein Produkt zu haben, um im Vertrieb erfolgreich zu sein, denn am Ende entscheidet der Anlageerfolg des Kunden. Mein Plädoyer geht deshalb in eine ganz andere Richtung: Es müsste viel mehr unternommen werden, damit Menschen überhaupt investieren. Denn die Aktienquote oder die Investmentquote sind insgesamt noch immer viel zu gering. Die Frage, ob aktiv oder passiv, ist sicher wichtig zu entscheiden, aber wenn wir die Menschen davon überzeugen könnten, mehr in die Kapitalmärkte, mehr in Sachwerte zu investieren, wäre schon sehr viel gewonnen.

**Heuser: Aber aus Ihrer Sicht als Verantwortlicher in einem Maklerpool: Stimmt denn immer noch die simple Aufteilung, dass Honorarberater ETFs verwenden und Provisionsberater weiterhin aktive Fonds vermitteln müssen, damit sie überhaupt etwas verdienen?**

*Lang:* So pauschal lässt sich das sicher schon lange nicht mehr sagen. Es gibt sehr viele Berater, die vor allem aktive Produkte vermitteln, in bestimmten Bereichen oder aus Kostengründen aber bewusst auch auf passive Produkte wie ETFs setzen. Wenn ein Makler sich eines aktiven Produkts bedient, dann in erster Linie in Märkten, in denen er für seinen Kunden einen Mehrwert erwartet oder in denen ein passives Produkt keinen Sinn ergibt. Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch noch eine Art Generationswechsel unter den Beratern. Unter den älteren Maklern, die immer noch einen Großteil unserer Partner ausmachen, ist die Bindung an aktiv gemanagte Produkte noch sehr viel stärker. Bei den jüngeren Maklern, die zum Teil auch mit sehr dynamisch gemanagten Depots oder im Bereich Robo-Advice arbeiten, ist der Einsatz passiver Produkte logischerweise durchaus sehr viel höher.