

## Deutschlands größte Direktbankenstudie: Wer streut, gewinnt!

**Eine aktuelle und repräsentative Studie der „Aktion pro Aktie“ zeigt: Aktienanleger, die mehrere Positionen in ihrem Depot haben, streuen nicht nur das Risiko, sondern erzielen auch eine höhere Rendite. Maßgeblich für den Erfolg des Wertpapierportfolios ist zudem die Gesamthöhe des Kapitaleinsatzes. Je höher das Depotvolumen, desto mehr Depotpositionen gibt es in der Regel und desto höher fällt im Schnitt die Rendite aus. Für Deutschlands größte Direktbankenstudie der comdirect bank, Consorsbank, DAB Bank und ING-DiBa wurden rund 1,6 Millionen anonymisierte Wertpapierdepots der vier Banken ausgewertet.**

- Mit Diversifizierung weniger Risiko und mehr Rendite
- Privatanleger halten im Schnitt sechs Positionen im Depot
- Risikostreuung auch mit kleinen Summen gut möglich

Eine aktuelle und repräsentative Studie der „Aktion pro Aktie“ zeigt: Aktienanleger, die mehrere Positionen in ihrem Depot haben, streuen nicht nur das Risiko, sondern erzielen auch eine höhere Rendite. Maßgeblich für den Erfolg des Wertpapierportfolios ist zudem die Gesamthöhe des Kapitaleinsatzes. Je höher das Depotvolumen, desto mehr Depotpositionen gibt es in der Regel und desto höher fällt im Schnitt die Rendite aus. Für Deutschlands größte Direktbankenstudie der comdirect bank, Consorsbank, DAB Bank und ING-DiBa wurden rund 1,6 Millionen anonymisierte Wertpapierdepots der vier Banken ausgewertet.

### **So sieht es in Deutschlands Depots aus:**

- Im Schnitt halten die Aktienanleger in ihren Depots sechs Positionen, der Median liegt bei 3,5 Positionen. Während 37 Prozent lediglich in einen oder zwei Werte investieren, halten 28 Prozent der Anleger drei bis fünf Werte im Portfolio. Immerhin 21 Prozent der Anleger haben 6 bis 10 Werte im Depot und weitere 15 Prozent streuen auf mehr als 10 Werte.
- Je mehr Positionen im Depot, desto höher die Renditechancen: Wie die Studie belegt, erzielten Aktienanleger im Jahr 2014 mit über zehn Werten im Depot eine Rendite\* von 6,7 Prozent. Privatanleger mit sechs bis zehn Positionen erreichten eine Performance von 6,0 Prozent. Auf durchschnittlich 5,0 Prozent Gewinn kamen Anleger, die zwischen drei und fünf Positionen hielten. Immerhin noch 3,0 Prozent Rendite erwirtschafteten Aktionäre mit ein bis zwei Werten im Depot.
- Die Analyse zeigt, dass man auch mit kleineren Summen Geld am Aktienmarkt investieren kann. 25 Prozent der Anleger haben ein Aktienvolumen von bis zu 1.000 Euro im Depot. Bei einem weiteren Viertel (25 Prozent) liegt die Anlagesumme zwischen 1.000 und 5.000 Euro. 50 Prozent der Anleger investieren mehr als 5.000 Euro in Wertpapiere. Das mittlere Depotvolumen liegt bei 34.000 Euro, der Median bei 7.500 Euro.
- Weiter zeigt die Studie, dass mit einem größeren Depotvolumen höhere Renditen realisiert werden. Während Kunden mit einem Depotvolumen bis zu 1.000 Euro im Jahr 2014 nur einen Wertzuwachs von 0,1 Prozent schafften, waren es bei den Anlegern mit Depots zwischen 1.000 und 5.000 Euro bereits 3,6 Prozent. Wer über einen Depotwert von 5.000 bis 10.000 Euro verfügte, konnte sich über eine Performance von 5,1 Prozent freuen, bei Depotsalden zwischen 10.000 und 20.000 Euro waren es bereits 5,7 Prozent. Am besten führen die Kunden mit einem Depotwert von über 20.000 Euro. Hier lag die Performance bei stolzen 6,2 Prozent. Der Grund: Inhaber von größeren Depotvolumina verteilen ihr Vermögen auf mehr Positionen und profitieren von dieser stärkeren Diversifikation.
- Das Fazit der Studie: Wer streut, gewinnt. Zwar ist es für Inhaber größerer Depots einfacher, ein diversifiziertes Portfolio aufzustellen. Aber auch mit kleineren Summen kann

man beispielsweise mittels Fonds- oder ETFs-Anlagen breit über verschiedene Märkte streuen und auf diese Weise von erhöhten Renditechancen profitieren.

\*Annualisierte Renditen auf Basis der ersten neun Monate 2014

### **Über die „Aktion pro Aktie“**

„pro Aktie“ ist eine Aktion führender deutscher Direktbanken: Die comdirect bank, die Consorsbank, die DAB Bank und ING-DiBa machen sich mit der „Aktion pro Aktie“ stark für eine bessere Aktienkultur in Deutschland. Studien, Bildungsangebote, Veranstaltungen, gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit sowie der „Tag der Aktie“ leisten einen Beitrag dazu, das Thema stärker in den Köpfen der Deutschen zu verankern und einen vorurteilsfreien und aufgeklärten Umgang mit dem Thema Aktie zu fördern. Weitere Informationen unter [www.aktion-pro-aktie.de](http://www.aktion-pro-aktie.de).

### **Über die Studie**

Bevölkerungsrepräsentative Marktforschungsstudie: Die Daten wurden im Auftrag der vier Direktbanken comdirect bank, Consorsbank, DAB Bank AG und ING-DiBa AG von der puls Marktforschung GmbH erhoben und ausgewertet. Über ein Online-Panel wurden insgesamt 2009 Personen befragt. Die Interviews dauerten im Schnitt acht Minuten und wurden zwischen dem 6. und 13. Juni 2014 durchgeführt.

Auswertung der Kundendepots: Auswertung von jeweils anonymisierten Kundendaten der an der Initiative teilnehmenden Banken comdirect bank AG, Consorsbank, DAB Bank AG und ING-DiBa AG. Die Strategieberatung Instigate Consulting stellte sicher, dass die Untersuchungen der teilnehmenden Banken mit einheitlichen Verfahren erfolgten und die Ergebnisse vergleichbar blieben. Betrachtet wurden nur Privatkunden mit maximal 25 Trades p.a. (ohne Sparplantrades und Zeichnungen). Voraussetzung: Mindestens 70 Prozent der Trades eines Jahres wurden mit „Aktiegattungen“ durchgeführt (Aktien, Aktien-ETFs oder Aktienfonds). Betrachtungszeitraum: 1. Januar 2007 bis 30. September 2014.

### **Ansprechpartner:**

comdirect bank AG  
Annette Siragusano  
Christiane Krämer  
Telefon: +49 4106 704-1960/-1315  
[presse@comdirect.de](mailto:presse@comdirect.de)

Consorsbank  
Dirk Althoff  
Leiter Unternehmenskommunikation  
Telefon: +49 911 369-1709  
[dirk.althoff@consorsbank.de](mailto:dirk.althoff@consorsbank.de)

DAB Bank AG  
Dr. Jürgen Eikenbusch  
Head of Corporate Communications  
Telefon: +49 89 50068-1595  
[juergen.eikenbusch@dab.com](mailto:juergen.eikenbusch@dab.com)

ING-DiBa AG  
Alexander Baumgart  
Pressesprecher  
Telefon: +49 69 27 222 66145  
[a.baumgart@ing-diba.de](mailto:a.baumgart@ing-diba.de)

### **Über die comdirect Gruppe**

Die comdirect Gruppe ist Marktführer im Online-Wertpapiergeschäft für moderne Anleger. Mehr als 2,8 Millionen Kunden nutzen die Leistungen für Brokerage, Banking und Beratung. Zwei Marken stehen für die comdirect Gruppe: Im Geschäftsfeld B2C ist die comdirect bank AG erste Adresse für selbstbestimmte Privatkunden. [www.comdirect.de](http://www.comdirect.de) ist mit monatlich rund 200 Millionen Seitenaufrufen eine der meistbesuchten Finanz-Websites in Deutschland. Für das Geschäftsfeld B2B steht die 100-prozentige comdirect bank Tochter ebase GmbH. Als eine der führenden B2B Direktbanken in Deutschland bietet ebase mandantenfähige Lösungen für Finanzvertriebe, Versicherungen, Banken, Vermögensverwalter und Unternehmen.

comdirect