

v. Oetinger

Amerikanische Investmentgesellschaften

Eine Erfolgsanalyse

Dr. Nikolaus-Alexander v. Oettinger

Amerikanische
Investmentgesellschaften
Eine Erfolgsanalyse



Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler · Wiesbaden

Das vorliegende Buch wurde mit dem

Hermann Lindrath-Preis 1972 ausgezeichnet

Die Europäische Vereinigung für Eigentumsbildung „Hermann Lindrath Gesellschaft e. V.“ Hannover, vergibt diesen Preis jährlich für wissenschaftliche Arbeiten über das Investmentparen. Der Preis wurde zur Erinnerung an den Bundesschatzminister gleichen Namens, der als Vater der Volksaktie gilt, gestiftet.

ISBN-13: 978-3-409-42611-4 e-ISBN-13: 978-3-322-83909-1
DOI: 10.1007/ 978-3-322-83909-1

Copyright by Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, Wiesbaden 1972
Softcover reprint of the hardcover 1st edition 1972

Vorwort

Die vorliegende Untersuchung gibt einen umfassenden Überblick über die ursächlichen Faktoren, die in den Jahren 1965—1970 in Deutschland zu dem überragenden Absatzerfolg der amerikanischen Fonds bzw. Investmentgesellschaften führten. Diese Analyse ist trotz oder gerade wegen der inzwischen eingetretenen weltweiten Beruhigung auf dem Investmentmarkt auch von zukünftiger Bedeutung. Denn erstmals wurde das vielschichtige Gebiet des Investmentwesens markt-, beschaffungs- und vertriebsmäßig systematisch erfaßt und dargestellt. Weiterhin berücksichtigen die Ergebnisse direkt die neueste Gesetzgebung. Darüber hinaus vermitteln sie grundsätzliche Einsichten unabhängig vom Auf und Ab der Börse und der jeweilig wechselnden Begünstigung der Investmentanlage. Das hervorragende Verdienst dieser Arbeit ist dabei in der analytischen Herausarbeitung der wichtigsten Bestimmungsfaktoren für ein Entscheidungsmodell im Investmentsektor zu sehen.

Somit ist die vorliegende Arbeit allen zu empfehlen, die die Hintergründe des Absatzerfolges der amerikanischen Investmentgesellschaften in Deutschland erfahren wollen. Sie wird weiterhin für diejenigen von Interesse sein, die sich allgemein über das Investmentwesen mit seinen Vor- und Nachteilen objektiv informieren wollen, wobei der Leser in dieser Analyse insbesondere die unterschiedlichen Konzeptionen im deutschen und amerikanischen Investmentgeschäft erfahren kann. Gerade in diesen Unterschieden fanden sich zahlreiche Faktoren, die zu dem Absatzerfolg der amerikanischen Investmentgesellschaften in der BRD beitrugen.

Prof. Dr. Walter Marzen

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Einführung und Grundlegung	1
A. Begriffserklärung	4
1. Der Begriff: "Investmentgesellschaft"	4
a. Definition	4
b. Abgrenzung	8
2. Der Begriff: "Fonds"	10
a. Definition und Abgrenzung	10
b. Verschiedene Fondsarten	11
3. Der Begriff: "Zertifikat"	16
B. Amerikanische Investmentgesellschaften und Fonds	19
C. Bedeutung und Probleme des Themas	24
I. Marktbedingte Erfolgsursachen	29
A. Die originären Marktpartner	29
1. Die Investmentanleger	29
a. Die Struktur der Investmentanleger	30
b. Die Kaufmotive der Investmentanleger	35
2. Die Investmentfonds	36
a. Die amerikanischen Fonds in der BRD	40
b. Die Fondskonkurrenz in der BRD	41
B. Die Marktmittler	52
1. Die amerikanischen Investmentgesellschaften	52
a. Die allgemein-konstitutiven Erfolgsfaktoren	52
b. Die Führungskonzeptionen	55
2. Die Konkurrenten der amerikanischen Investmentgesellschaften	58
a. Die allgemein-konstitutiven Erfolgsfaktoren	58
b. Die Führungskonzeptionen	61

	Seite
C. Die Marktregelungen in der BRD	64
1. Die staatlichen Marktregelungen	64
a. Die wirtschaftsrechtlichen Regelungen	65
b. Die steuerrechtlichen Regelungen	72
2. Die nicht-staatlichen Marktregelungen	79
a. Die Ordnungsmaßnahmen der Invest- mentgesellschaften und Fonds	79
b. Die Ordnungsmaßnahmen der Invest- mentanleger	80
 II. Anlagebedingte Erfolgsursachen	 82
A. Das Anlageprogramm	82
1. Die Anlagearten	82
a. Aktien und festverzinsliche Wert- papiere als Anlageform	82
b. Investmentzertifikate als Anlageform	88
c. Weitere Anlageobjekte als Anlageform	89
2. Die Arten der Fonds-Portefeuilles	90
a. Die branchenorientierten Porte- feuillees	90
b. Die länderorientierten Portefeuilles	92
c. Die international orientierten Porte- feuillees	95
3. Der Beständigkeitsgrad der Portefeuilles	98
a. Die fixed trusts	98
b. Die semi-fixed trusts	99
c. Die management trusts	100
B. Die Anlagemethoden	102
1. Die Anlageauswahl	102
a. Die Orientierung der Auswahl an Erfolg und Sicherheit	102
b. Die Starrheit und Flexibilität bei der Anlageplacierung	104
2. Die Anlagetechniken	105
a. Die Durchführung von Termin- geschäften	105
b. Die Aufnahme von Kredit	108
c. Die Beherrschung von Unternehmen	111

	Seite
3. Die Ausübung der Beratungs- und Dispositionsfunktion	112
a. Die unabhängigen Beratungs- und Dispositionsorgane	113
b. Die abhängigen Beratungs- und Dispositionsorgane	115
C. Die unterstützenden Anlagemaßnahmen	117
1. Die Anlageforschung	117
a. Die Marktanalyse	117
b. Die Wertpapieranalyse	119
2. Die anlageorientierte Wahl des Fondssitzes	121
a. Fondssitze im Kontrollbereich der SEC's	122
b. Fondssitze im Geltungsbereich deutscher Gesetzgebung	124
c. Fondssitze im Geltungsbereich wenig ausgeprägter Kontrollgesetze	125
III. Vertriebsbedingte Erfolgsursachen	128
A. Das Vertriebsprogramm	128
1. Das Fondsangebot der Investmentgesellschaften	128
a. Das Angebot nach der Portefeuilleausstattung	129
b. Das Angebot nach der Ausschüttungsweise	130
c. Das Angebot für ausgesuchte Anlegergruppen	132
2. Die Abschlußelemente	133
a. Die Ausgabe- und Rücknahmepreise	134
b. Die Gebühren und Rabatte	135
c. Die Zusatzleistungen	138
3. Die Abwicklungsprogramme	140
a. Die Volleinzahlungsprogramme	141
b. Die Kapitalansammlungsprogramme	142
c. Die Entnahmeprogramme	145
B. Die Vertriebsmethoden	147
1. Der direkte Vertrieb	147
a. Der direkte Vertriebsweg	148
b. Die direkten Vertriebsorgane	149

	Seite
2. Der indirekte Vertrieb	152
a. Der indirekte Vertriebsweg	152
b. Die indirekten Vertriebsorgane	154
3. Die Abgrenzung der Investmentanleger	157
a. Die Abgrenzungsrichtungen	157
b. Die Abgrenzungsmerkmale	158
C. Die unterstützenden Vertriebsmaßnahmen	161
1. Das Verhalten gegenüber der Konkurrenz	161
a. Das amerikanische Konkurrenz-	161
verhalten	
b. Das deutsche Konkurrenzverhalten	163
2. Die Dynamik des Vertriebsverhaltens	164
a. Die Absatzforschung	165
b. Die Zielstrebigkeit der Vertriebs-	167
politik	
3. Die Öffentlichkeitsarbeit	169
a. Die Werbung	169
b. public relations	171
Zusammenfassung und Schlußbemerkung	174
A. Zusammenfassung	174
1. katalogmäßige Zusammenfassung	174
2. textliche Zusammenfassung	175
B. Schlußbemerkung	180
Anmerkungen	183
Anlagen	
Anlage 1 Untersuchte amerikanische Fonds mit	
Sitz in verschiedenen Ländern	224
Anlage 2 Die wichtigsten Börsenindizes	227
Anlage 3 134 Auslandsfonds angemeldet	228
Anlage 4 Die 10 besten amerikanischen Fonds	
der Jahre 1959 - 1969	229
Anlage 5 Die 10 besten deutschen Fonds	
der Jahre 1959 - 1969	232

	Seite	
Anlage 6	Deutsche Investmentgesellschaften	235
Anlage 7	Relative Entwicklung von Branchenindizes deutscher Aktienkurse 1967/68	236
Anlage 8	Möglichkeiten deutscher Aktienfonds, ihr Portefeuille in Bankguthaben und in festverzinsliche Papiere umzutauschen - Stand 1969 -	237
Anlage 9	Amerikanische Fonds und ihre beauftragten Fondsleitungen mit den Gebühren (Stand 1969)	238
Anlage 10	Amerikanische Fonds und ihre Berater (einige Beispiele)	241
Anlage 11	Verwaltungsgebühren deutscher Fonds 1969	242
Anlage 12	Einige Anzeigenüberschriften amerikanischer Investmentgesellschaften	243
Anlage 13	Einige Anzeigenüberschriften deutscher Investmentgesellschaften	245
Abkürzungsverzeichnis		246
Literaturverzeichnis		248