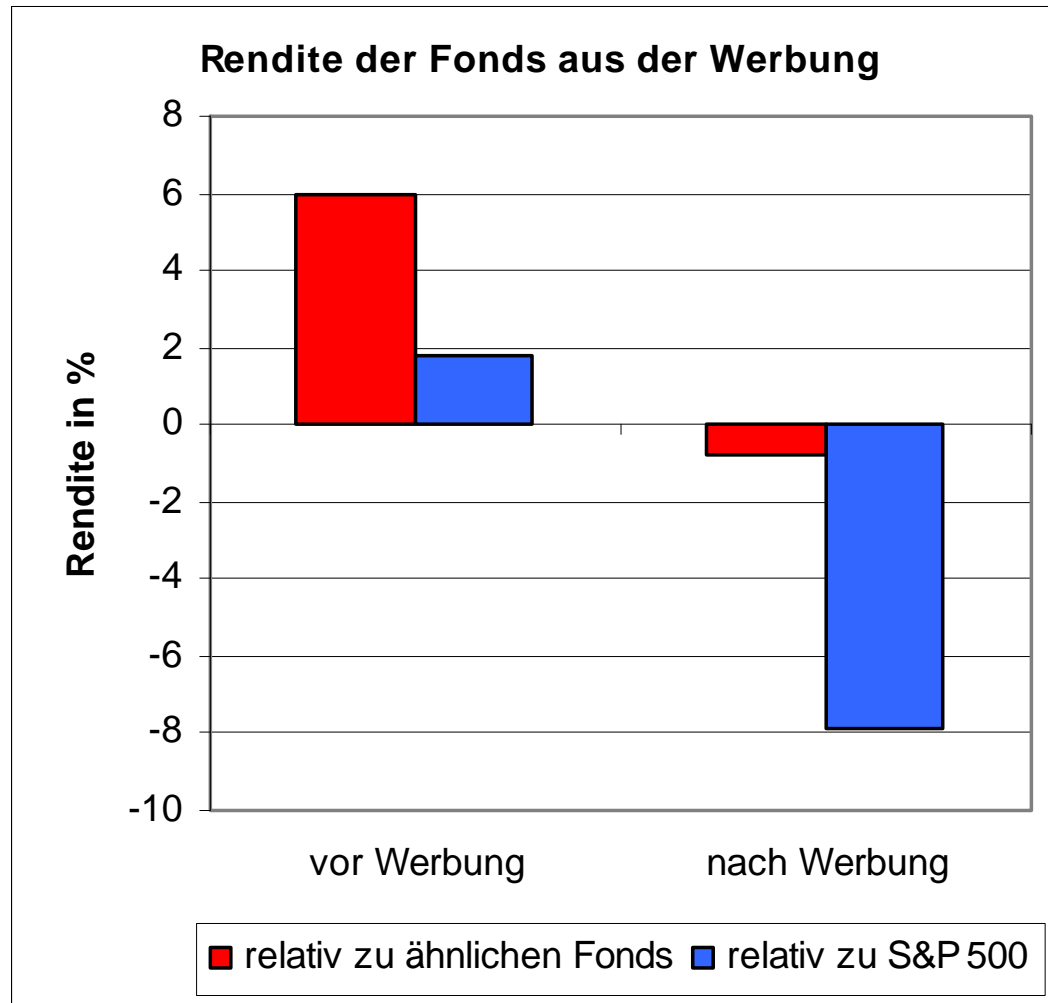


Erfolgreiche Fondswerbung?



Verschiedene Untersuchungen zeigen auf, dass die Werbung für Anlagefonds das Verhalten der Investoren stark beeinflusst. Für 32'000 in Anlagefonds investierende US-Haushalte zeigt eine Studie, die vor einem halben Jahr im „Journal of Finance“ publiziert wurde, dass Neugeld vor allem in Fonds floss, welche in den vorgängigen 12 Monaten gut rentierten und deren Anbieter verhältnismässig stark Werbung betrieben. Eine weitere Studie bestätigt, dass die beworbenen Fonds ein Jahr vor der Werbung rund 6% besser abschnitten als die Konkurrenz. Die Grafik zeigt aber, dass der Zusatz „die vergangene Performance ist keine Garantie für künftige Resultate“ durchaus seine Berechtigung hat.

Publiziert in NZZ: 17.6. 2002