

Finanzberatung: Eine empirische Analyse bei Young Professionals

4. Auflage, Essen 2015

**Prof. Dr. Julius Reiter, Prof. Dr. Dr. habil. Eric Frère,
Alexander Zureck, MBA und Tino Bensch, MBA**

Das allgemeine Finanzwissen¹ der Young Professionals ist gut

58% schätzen ihr eigenes Finanzwissen als hoch ein. 93% davon verfügen auch objektiv über ein gutes Finanzwissen. Zusammen betrachtet führt dies zu einem guten allgemeinen Finanzwissen bei 54% der befragten Young Professionals. Lediglich 9% der Befragten schätzen ihr eigenes Finanzwissen schlechter als „gut“ ein. Auch objektiv verfügt diese Gruppe über ein schlechtes allgemeines Finanzwissen.

Young Professionals sind Selbstentscheider und treffen ihre Anlageentscheidungen ohne Finanzberater

Der Anteil der Selbstentscheider liegt konstant bei über 60%. 69% der Young Professionals mit einem guten allgemeinen Finanzwissen treffen ihre finanziellen Entscheidungen ohne Finanzberater. Bei den Young Professionals mit schlechtem allgemeinem Finanzwissen sind es 44%. Bei dieser Gruppe beziehen 13% den Rat aus dem persönlichen Umfeld bei finanziellen Entscheidungen ein.

Young Professionals diversifizieren ihre Investments und nutzen verstärkt den Kapitalmarkt zur Geldanlage

Young Professionals investieren überproportional in Kapitalmarktprodukte. Aktien, Fonds und ETFs stehen dabei hervor. 47% der Befragten investieren in Aktien. Im dritten Jahr in Folge liegt die Aktienquote konstant bei ca. 50%. In Fonds investieren 41% der Befragten und in ETFs 21%. Young Professionals mit schlechtem allgemeinem Finanzwissen nutzen Sparbücher, Tagesgelder und Immobilien für die Geldanlage. Young Professionals mit Finanzberater investieren verstärkt in provisionsbasierte Finanzprodukte, wie z.B. Bausparverträge und Kapitallebensversicherungen.

Crowdplattformen sind wenig bekannt und als Investitionsmöglichkeit noch nicht etabliert

Bis auf Auxmoney und Kickstarter sind Crowdplattformen den Befragten nicht bekannt. Aktuell nutzen nur sehr wenige Befragte die Crowdplattformen. Die Young Professionals wollen auch zukünftig die Crowdplattformen zu einem großen Teil nicht nutzen. Crowdfunding, Crowdinvesting oder Crowdlending sind potenzielle Alternativen zu den klassischen Finanzprodukten, aber zurzeit noch nicht etabliert.

¹ In der gesamten Studie wird zwischen subjektiven und objektiven Finanzwissen unterschieden. Das allgemeine Finanzwissen umfasst das subjektive und objektive Finanzwissen. Der Unterschied wird auf Folie 7 näher erläutert.

Feldzugang

Online Campus der FOM Hochschule, Verteiler des ife Institute for Strategic Finance und Auxmoney sowie Online-Platzierung auf www.handelsblatt.com

Zielgruppe/Teilnehmer

Studierende und Lehrende der FOM Hochschule sowie Externe

Dauer der Feldphase

26.06.2015 bis 27.08.2015

Anzahl der ausgewerteten Fragebögen

n = 492

Die Autoren danken dem ifes Institut für Empirie & Statistik (www.fom-ifes.de) an der FOM Hochschule für den Panel-Zugang sowie die Programmierung der Befragung.

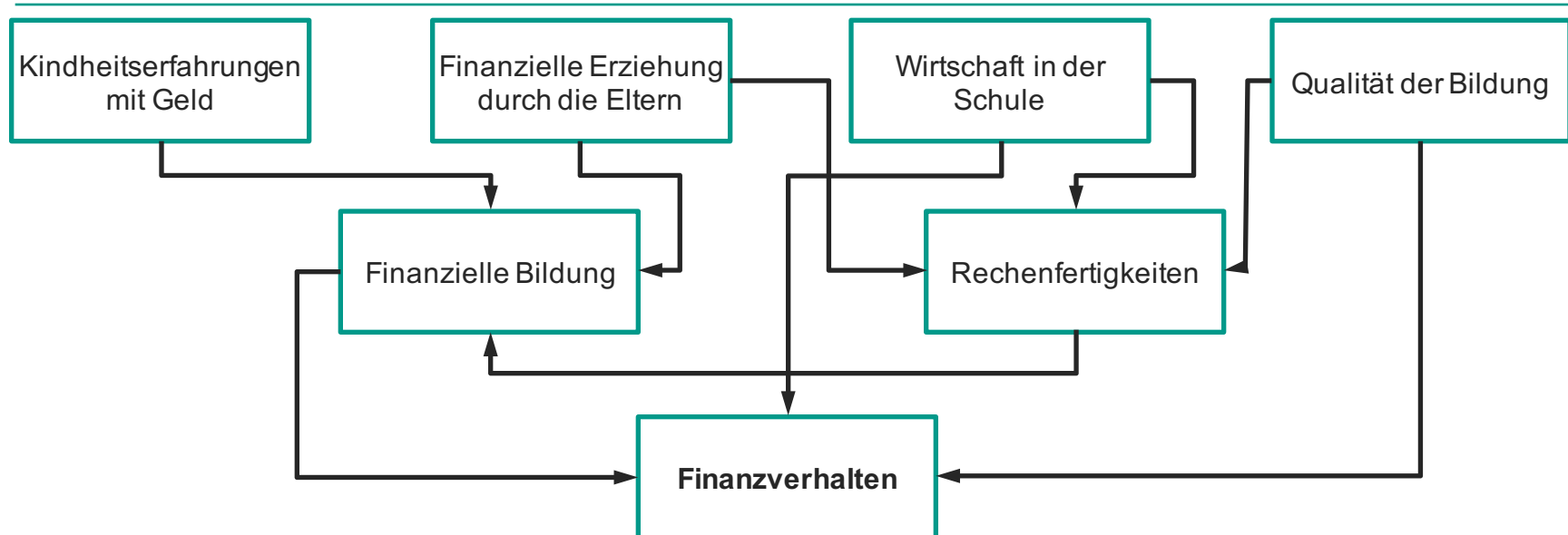
Ausgangssituation

Finanzielle Bildung und Finanzverhalten von Young Professionals

Warum treffen manche Personen ‚bessere‘ finanzielle Entscheidungen als andere? Eine wichtige Rolle spielt dabei das Niveau der Finanzbildung, das durch Elternhaus und (Hoch-) Schulbildung mit wirtschaftlichem Bezug beeinflusst wird.

Die in der Studie untersuchte Zielgruppe der Young Professionals, hochqualifizierte und technologieaffine Berufstätige mit guten Verdienstaussichten, müsste demnach über eine hohe finanzielle Bildung verfügen und kompetentes Verhalten in Finanzangelegenheiten zeigen. Diese Zielgruppe generiert ein gutes Einkommen, das sie für ihre Konsumwünsche ausgeben und für ihre mittelfristigen Wünsche sowie für die Altersvorsorge sparen.

Gute Finanzentscheidungen, unter Berücksichtigung eines optimalen Verhältnisses von Rendite und Risiko, mehren im Idealfall das Vermögen und finanzieren den Ruhestand. Untersuchungen zeigen aber, dass viele Privatpersonen ungünstige finanzielle Entscheidungen treffen. Vor diesem Hintergrund untersucht das if Institute for Strategic Finance an der FOM Hochschule zum vierten Mal das Verhältnis und das Verständnis der Young Professionals zum Themenbereich der persönlichen Finanzen.



Quelle: In Anlehnung an: DIW Wochenbericht 28/2015 vom 08.07.2015, S. 655-661.

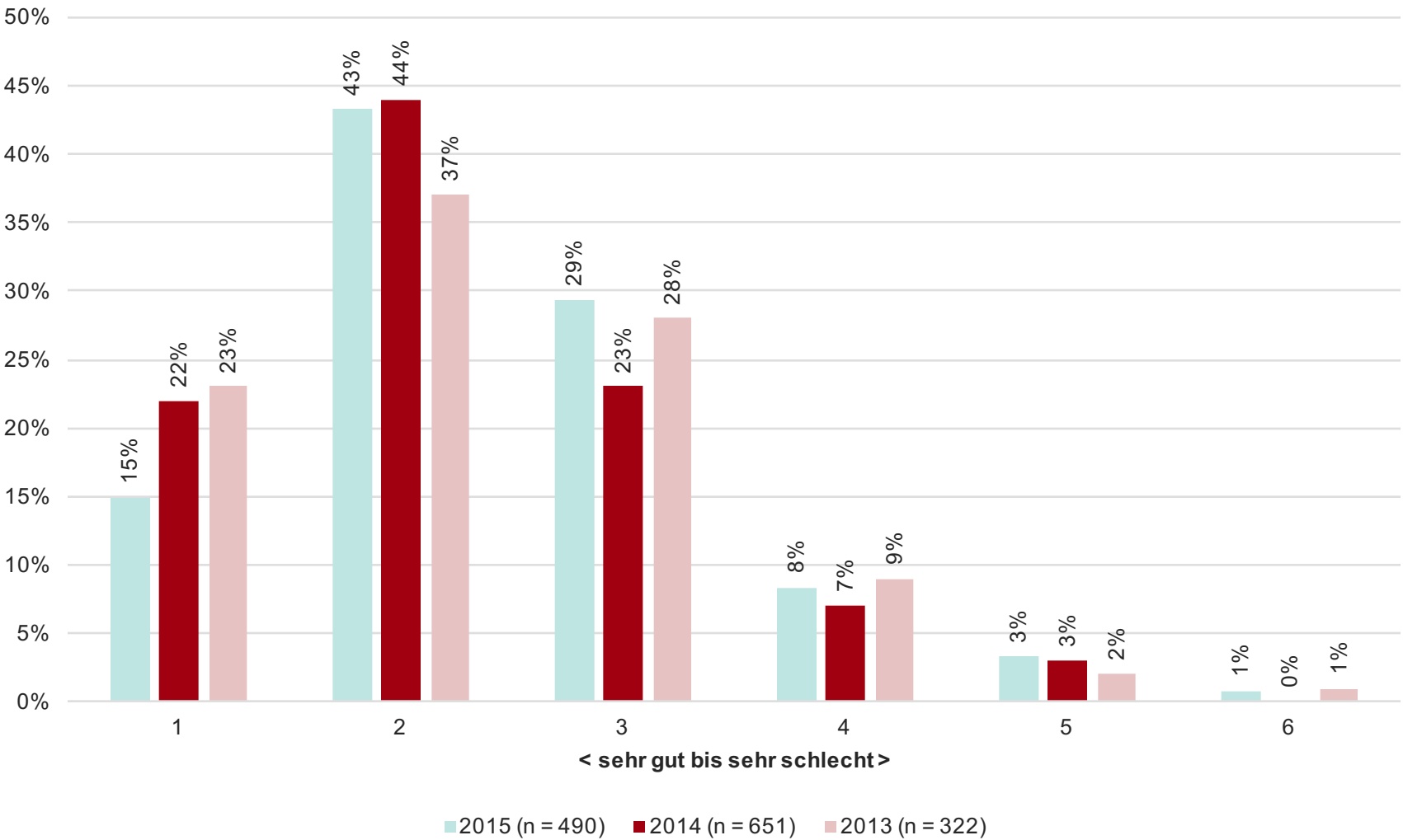
Fragestellungen der Studie

Young Professionals müssen sich heute intensiver mit den persönlichen Finanzen auseinandersetzen, als es in der Vergangenheit der Fall war. Veränderte Rahmenbedingungen im Bereich der gesetzlichen Rente, das anhaltend geringe Zinsniveau und die gestiegene Komplexität der Finanzprodukte verlangen wohlgedachte finanzielle Entscheidungen. Die vorliegende Studie gibt Aufschluss darüber, wie Young Professionals mit den Herausforderungen umgehen, und beleuchtet dabei folgende konkrete Fragestellungen:

- 1) Wie beurteilen Young Professionals ihr **Finanzwissen**?
- 2) Wem vertrauen Young Professionals ihre persönlichen Finanzen an (**Ansprechpartner für Finanzen**)?
- 3) In welche Finanzprodukte investieren die Anleger (**Anlageverhalten**)?
- 4) Wo kaufen Young Professionals Finanzprodukte (**Vertriebskanal**)?
- 5) Wie beurteilen Kunden ihr **Verhältnis zum Finanzberater**?
- 6) Welche **Informationsquellen** nutzen Young Professionals im Kaufentscheidungsprozess?
- 7) Wie stehen Young Professionals zur **Honorarberatung**?
- 8) Sind **Crowdplattformen** bekannt und werden sie genutzt?
- 9) Wie viel sparen Young Professionals und wie viel legen sie für die Altersvorsorge monatlich zurück (**Sparquote**)?

58% schätzen ihr Finanzwissen eher als gut ein

Wie würden Sie generell Ihr eigenes Verständnis von Finanzthemen beschreiben?



Basis in 2015: n = 490; 2 Befragte gaben keine Antwort.

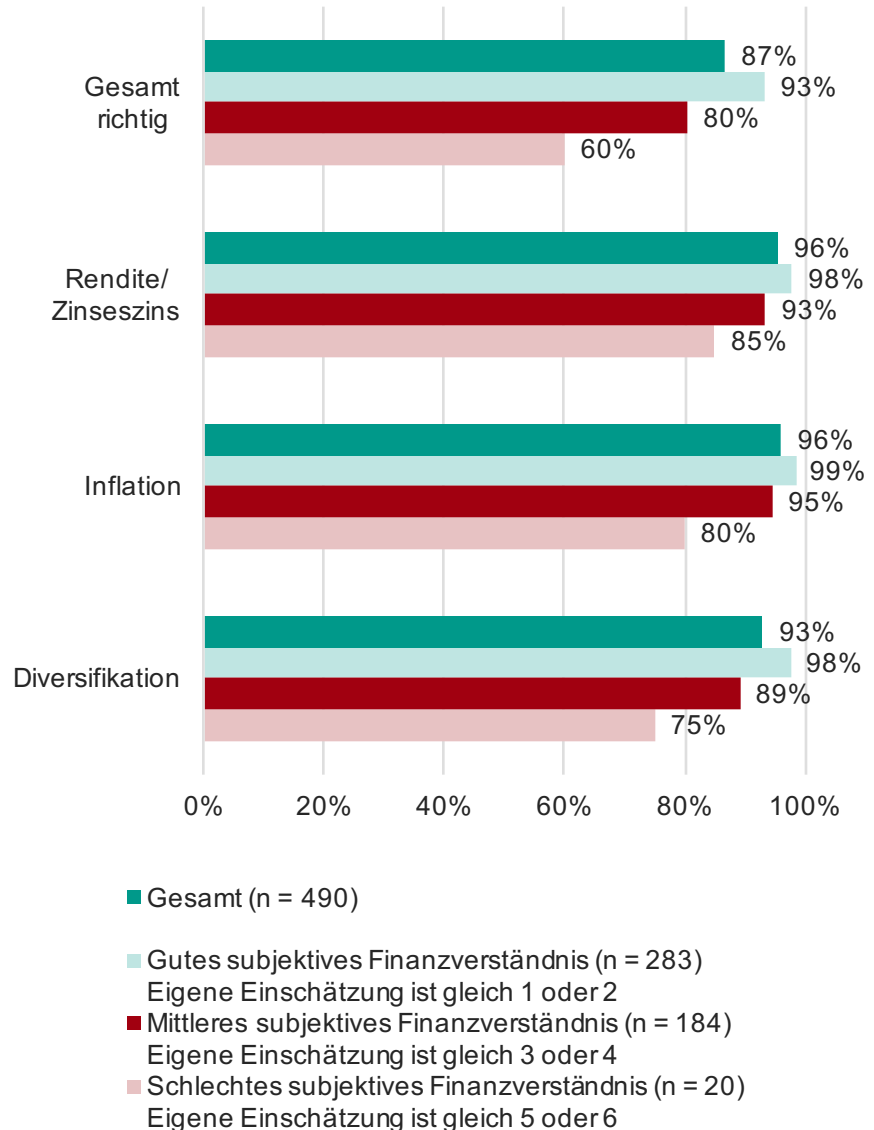
Subjektives und objektives Finanzwissen korrelieren positiv

Das objektive Finanzwissen wurde anhand von Fragestellungen zu folgenden Themenbereichen bewertet:

- Rendite/Zinseszins
- Inflation
- Diversifikation

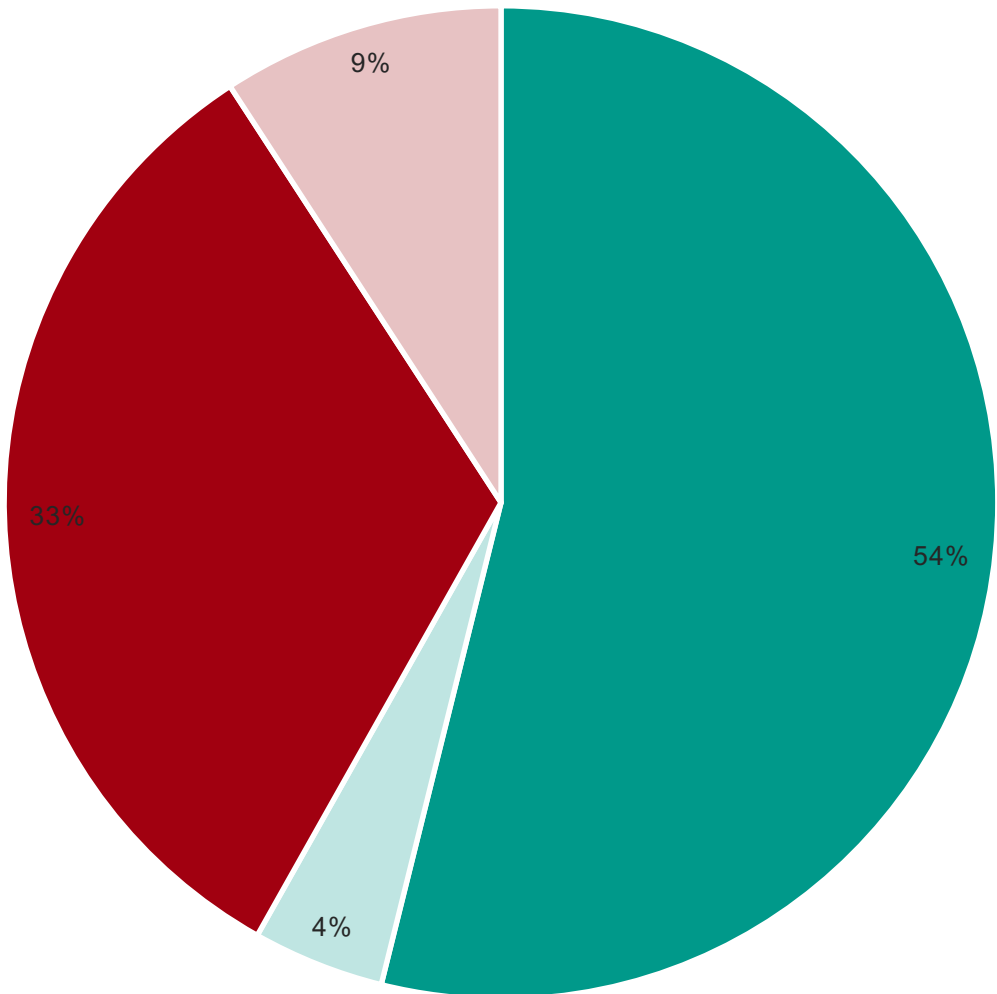
Der Fragenkatalog und die Bewertung basieren auf den Ausführungen von LUSARDI, A., MITCHELL, O. S., & CURTO, V. (2010). Financial Literacy among the Young. Journal of Consumer Affairs, 44(2), 358–380. Die Fragestellungen bilden die Basis für viele internationale Studien zum Finanzwissen, wie z.B. Programme for International Student Assessment (PISA) der OECD.

Im Ergebnis korrelieren das subjektive und objektive Finanzwissen positiv. Die Befragten mit gutem subjektivem Finanzwissen besitzen überwiegend auch nach objektiven Bewertungskriterien ein gutes Finanzwissen. Diejenigen Befragten, die ihr Finanzwissen selbst als schlecht einschätzen, haben auch objektiv gemessen ein schlechtes Finanzwissen. Dabei ist das Finanzwissen generell im Bereich Rendite/Zinseszins am besten und im Bereich Diversifikation am schlechtesten. Mehr als 85% der Befragten beantworteten die Fragen zum Bereich Rendite/Zinseszins richtig, während zum Bereich Diversifikation nur 75% der Befragten richtig antworteten.



Basis: n = 490; 2 Befragte gaben keine Antwort.

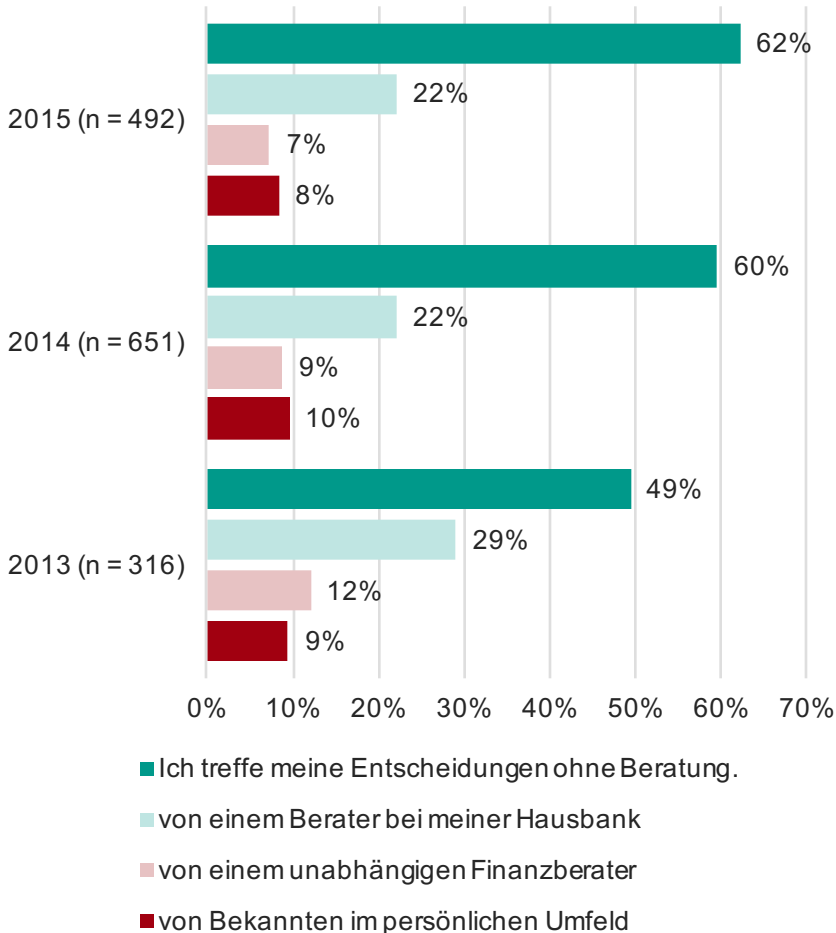
Allgemeines Finanzwissen (n = 490)



- Gutes allgemeines Finanzwissen
Gutes subjektives und objektives Finanzwissen
Eigene Einschätzung ist gleich 1 oder 2 und richtige Antworten zu Rendite/Zinseszins, Inflation sowie Diversifikation
- Mittleres allgemeines Finanzwissen
Gutes subjektives und schlechtes objektives Finanzwissen
Eigene Einschätzung ist gleich 1 oder 2 und falsche Antworten zu Rendite/Zinseszins, Inflation sowie Diversifikation
- Mittleres allgemeines Finanzwissen
Schlechtes subjektives und gutes objektives Finanzwissen
Eigene Einschätzung ist schlechter als 2 und richtige Antworten zu Rendite/Zinseszins, Inflation sowie Diversifikation
- Schlechtes allgemeines Finanzwissen
Schlechtes subjektives und objektives Finanzwissen
Eigene Einschätzung ist schlechter als 2 und falsche Antworten zu Rendite/Zinseszins, Inflation sowie Diversifikation

Die Kategorie „Mittleres allgemeines Finanzwissen“ wird im Weiteren nicht näher betrachtet
Basis: n = 490; 2 Befragte gaben keine Antwort.

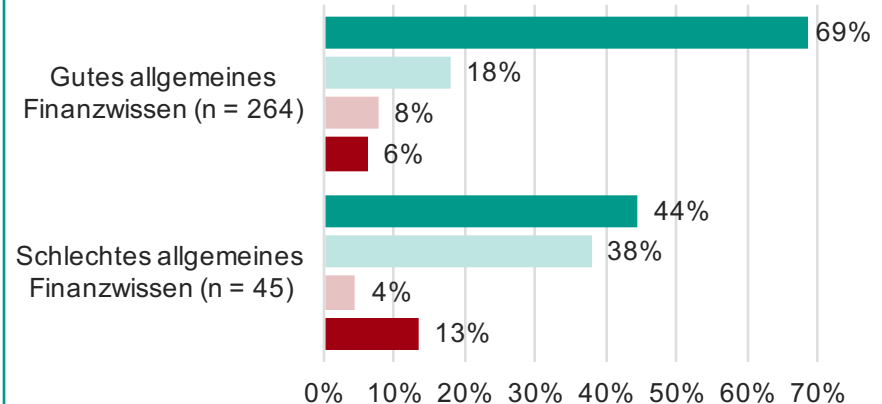
Wie lassen Sie sich hauptsächlich in finanziellen Angelegenheiten (insb. Geldanlage) beraten? (n = 492)



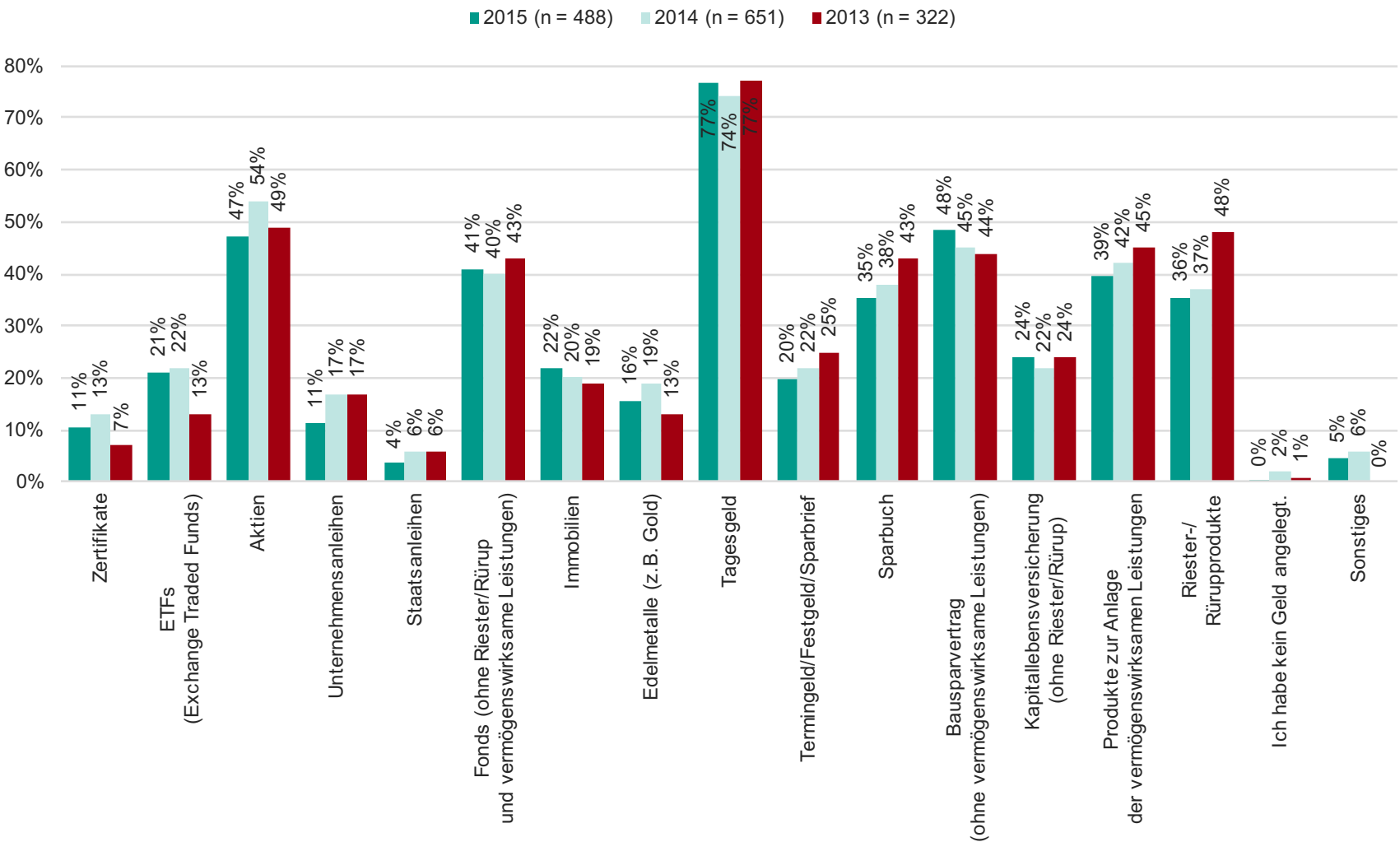
Young Professionals sind Selbstentscheider

- 62% der Young Professionals treffen ihre finanziellen Entscheidungen ohne Finanzberater
- Nur 26% der Young Professionals mit gutem allgemeinen Finanzwissen nutzen den Rat eines Finanzberaters
- 42% der Young Professionals mit schlechtem allgemeinen Finanzwissen nutzen den Rat eines Finanzberaters und 13% fragen das persönliche Umfeld

Wie lassen Sie sich hauptsächlich in finanziellen Angelegenheiten (insb. Geldanlage) beraten? (n = 309)

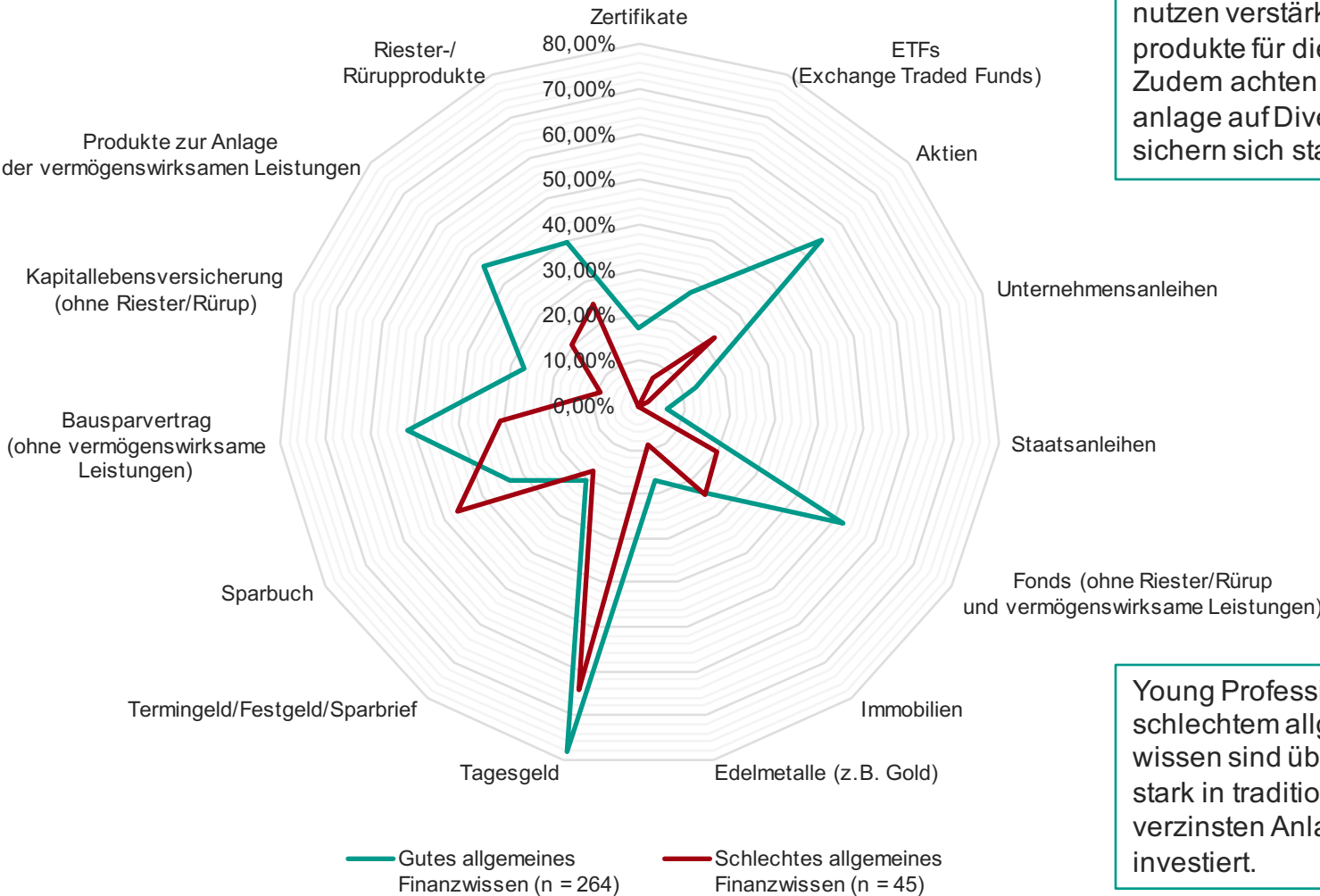


Allgemeines Anlageverhalten (Mehrfachnennungen)



Basis in 2015: n = 488; 4 Befragte gaben keine Antwort.

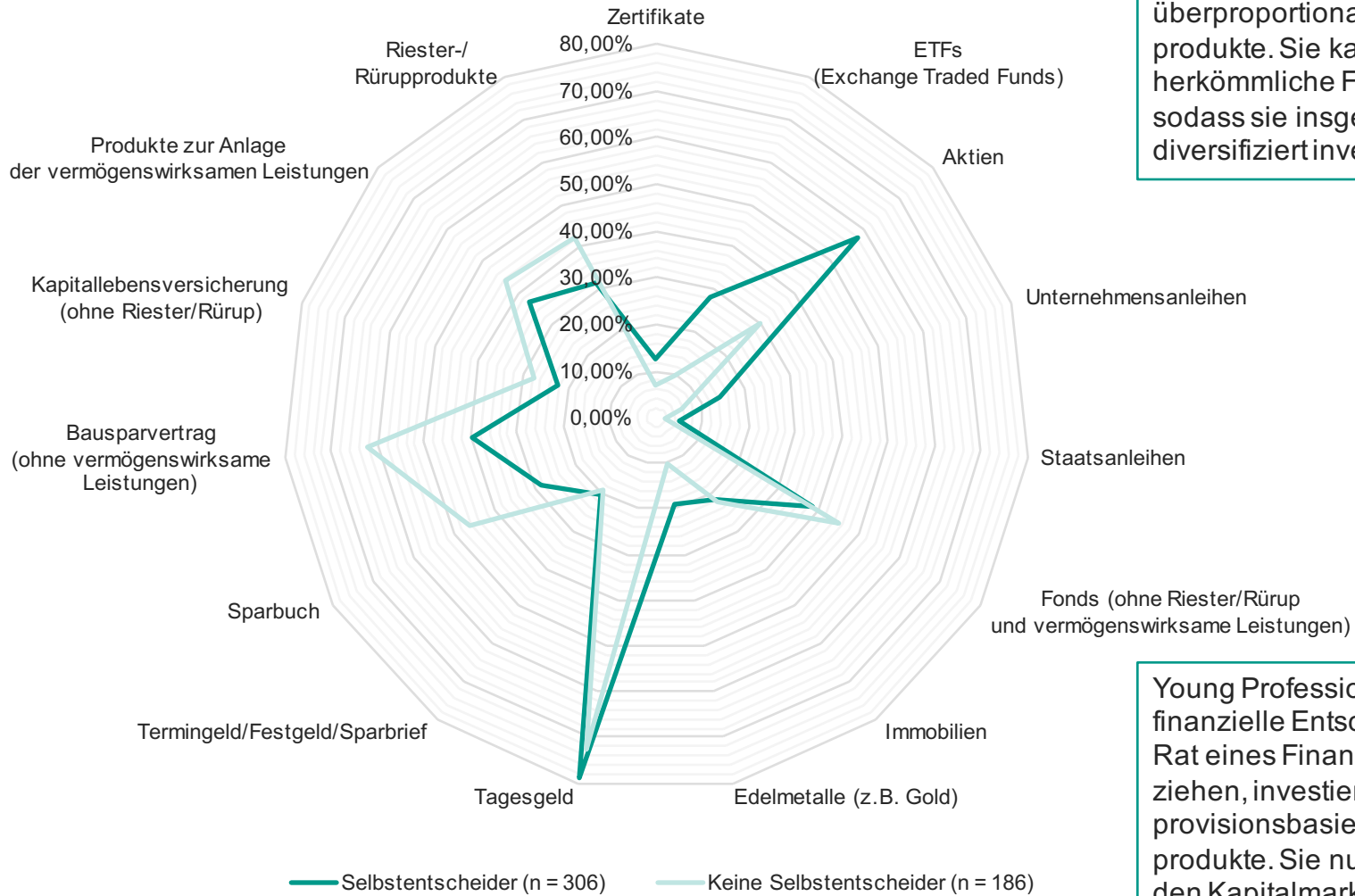
Anlageverhalten nach Finanzwissen (n = 309)



Young Professionals mit gutem allgemeinem Finanzwissen nutzen verstärkt Kapitalmarktprodukte für die Geldanlage. Zudem achten sie bei der Geldanlage auf Diversifikation und sichern sich staatliche Prämien.

Young Professionals mit schlechtem allgemeinem Finanzwissen sind überproportional stark in traditionellen und gering verzinsten Anlageformen investiert.

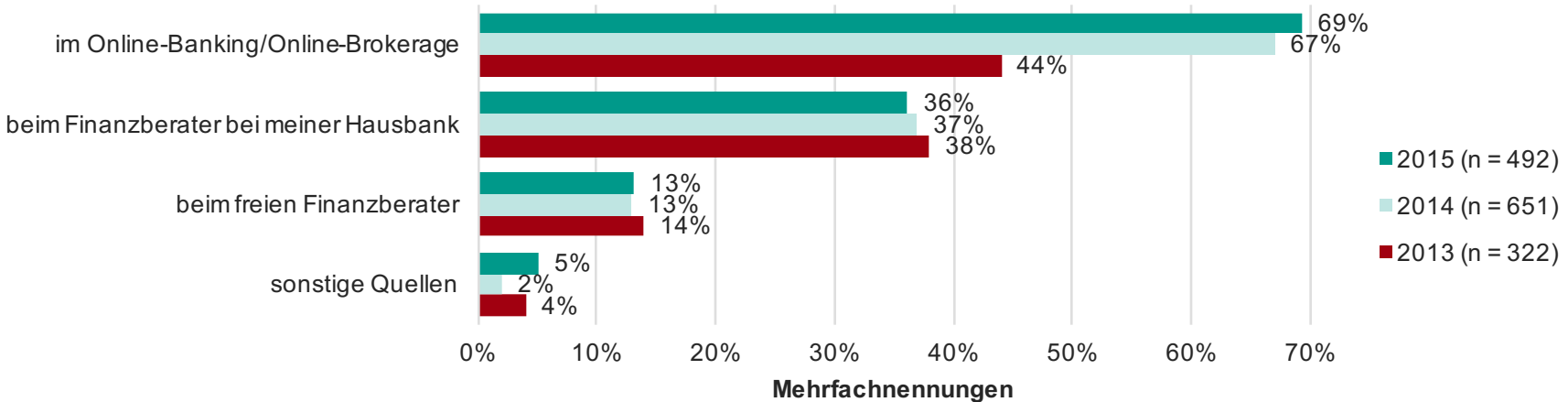
Anlageverhalten mit und ohne Finanzberater (n = 492)



Selbstentscheider sind kapitalmarktaffin. Sie investieren überproportional in Kapitalmarktprodukte. Sie kaufen auch herkömmliche Finanzprodukte, sodass sie insgesamt diversifiziert investieren.

Young Professionals, die für finanzielle Entscheidungen den Rat eines Finanzberaters hinzuziehen, investieren verstärkt in provisionsbasierte Finanzprodukte. Sie nutzen nur bedingt den Kapitalmarkt.

Wo kaufen Sie die Finanzprodukte? (alle Befragten)



Die Bedeutung des Online-Bankings hat weiter zugenommen

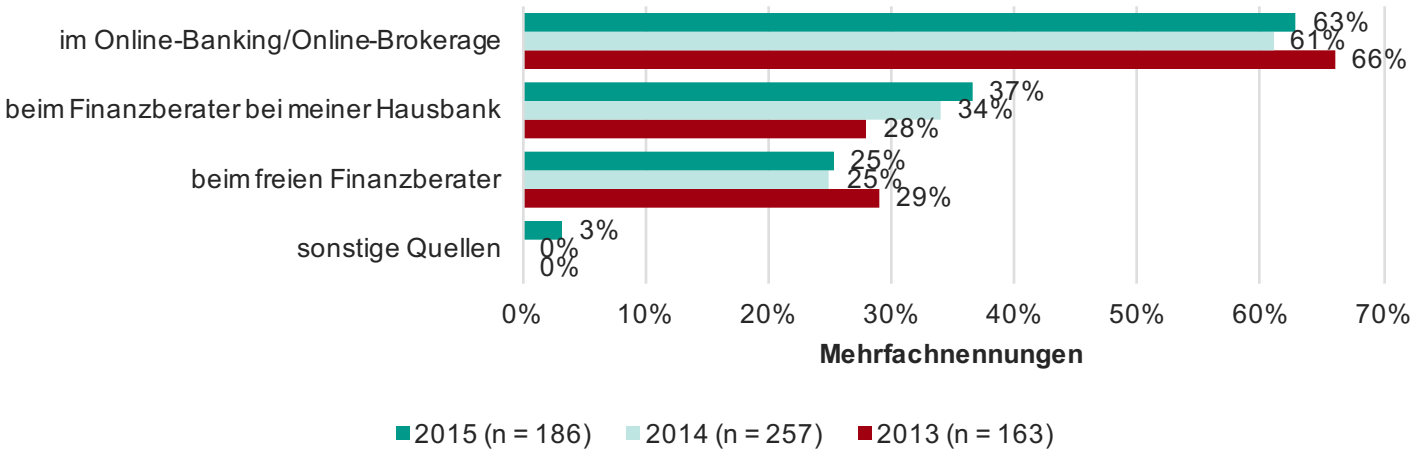
- Online-Banking ist der vorherrschende Absatzkanal für Finanzprodukte

Das Online-Banking/Online-Brokerage hat sich als Erwerbsquelle für Finanzprodukte etabliert und verdrängt die klassischen Vertriebsformen.

- Generation Y und Z - Digital Natives

Der selbstverständliche Gebrauch von digitalen Technologien der Generation Y und Z wirkt sich auch auf den Vertrieb von Finanzprodukten aus. Durch die frühe digitale Sozialisierung sind Handys, Tablets und Netzwerke integrale Bestandteile des Lebens. Flächendeckende Filialnetze verlieren für diese Zielgruppe weiter an Bedeutung. Banken und Finanzdienstleister stehen vor der Herausforderung Lösungen zu entwickeln, um auf das Verhalten der Kunden eingehen zu können, wobei Social Media als Verkaufskanal noch nicht akzeptiert ist (vgl. Reiter, J. et al. (2014): Finanzberatung: Eine empirische Analyse bei Young Professionals, Essen).

Wo kaufen Sie die Finanzprodukte? (ohne Selbstentscheider)



Hinweis:

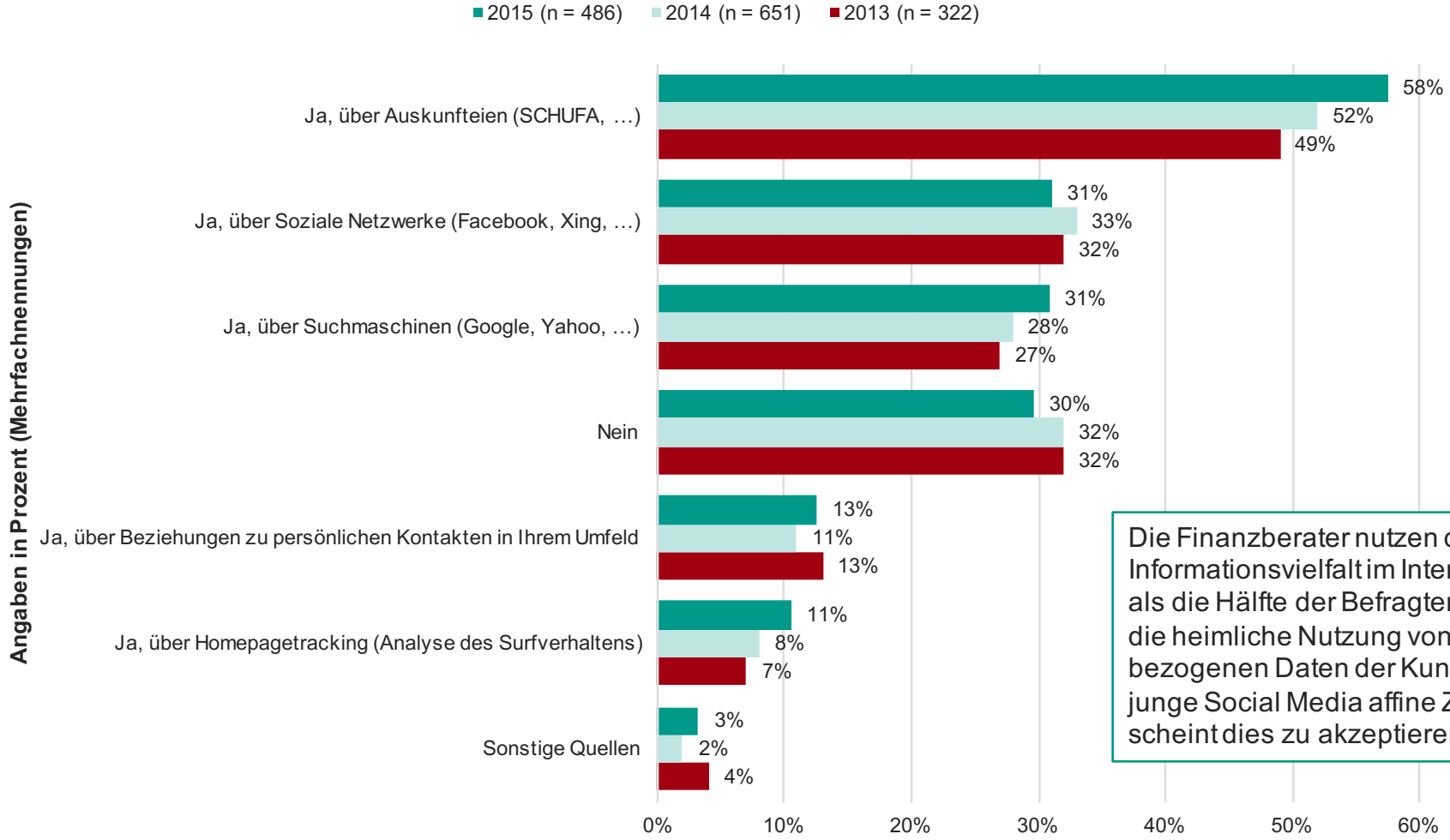
Befragte, die auf die Frage „Wie lassen Sie sich hauptsächlich in finanziellen Angelegenheiten (insb. Geldanlage) beraten?“ mit „Ich treffe meine Entscheidungen ohne Beratung.“ geantwortet haben, wurden an dieser Stelle ausgeschlossen.

Der Trend hält an: Über 60% der Kunden kaufen das Finanzprodukt nach der Beratung online

Beratungsleistungen werden nicht zwangsläufig mit einem Abschluss entlohnt.

- Auch für Kunden mit Finanzberater ist das Online-Banking/Online-Brokerage die vorherrschende Erwerbsform für Finanzprodukte. Dies lässt vermuten, dass die Kunden die Finanzprodukte im Nachgang der (kostenlosen) Beratung selbst erwerben.
- Der Finanzberater wird somit für seine Dienstleistung nicht entlohnt. Eine Alternative für die Berater wäre die Honorarberatung. Auf der anderen Seite könnten sich Finanzberater genötigt sehen, den Kunden zu schnellen Abschlüssen zu drängen.

Glauben Sie, dass sich der Finanzberater außerhalb der Geschäftsbeziehung ohne Ihr Wissen weitere Informationen zu Ihrer Person beschafft?



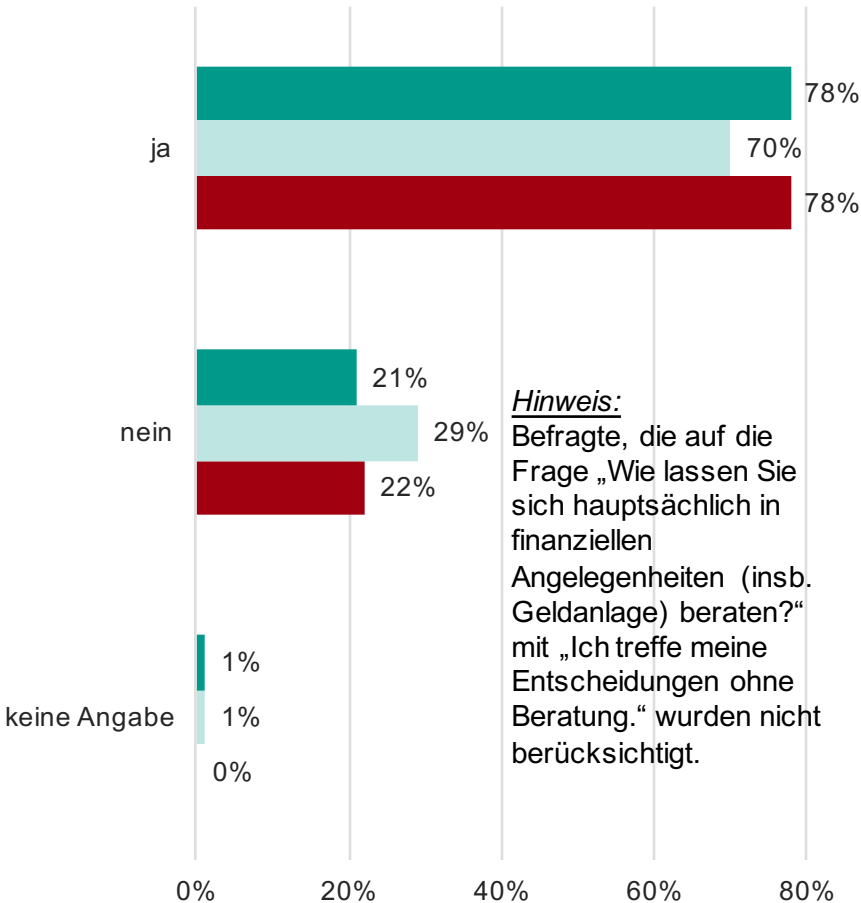
Die Finanzberater nutzen die Informationsvielfalt im Internet. Mehr als die Hälfte der Befragten vermutet die heimliche Nutzung von personenbezogenen Daten der Kunden. Die junge Social Media affine Zielgruppe scheint dies zu akzeptieren.

Basis in 2015: n = 486; 6 Befragte gaben keine Antwort.

21% würden ihren Finanzberater nicht weiterempfehlen

Würden Sie Ihren Finanzberater an Freunde weiterempfehlen?

■ 2015 (n = 186) ■ 2014 (n = 263) ■ 2013 (n = 163)



Hinweis: Befragte, die auf die Frage „Wie lassen Sie sich hauptsächlich in finanziellen Angelegenheiten (insb. Geldanlage) beraten?“ mit „Ich treffe meine Entscheidungen ohne Beratung.“ wurden nicht berücksichtigt.

Weiterempfehlungsquote ist auf das Niveau von 2013 gestiegen

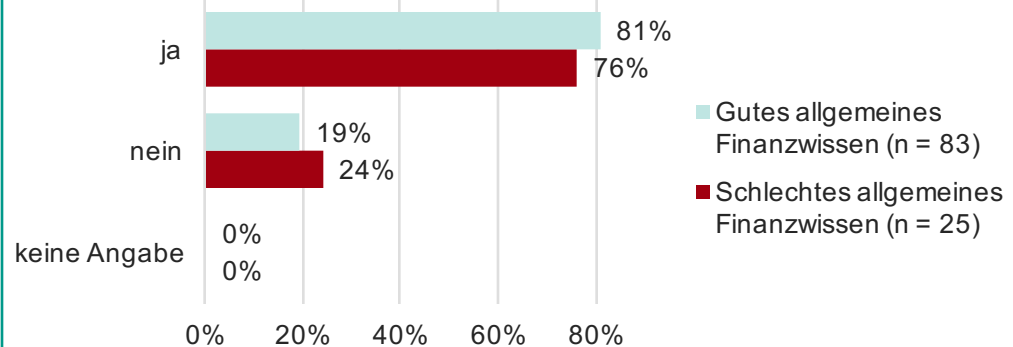
Die Weiterempfehlungsquote ist leicht gestiegen. Die Befragten begründen die Empfehlung überwiegend aufgrund folgender Punkte:

- Vertrauensbasis zwischen Kunde und Berater
- Fachliche Kompetenz des Beraters
- Bisherige Erfahrungen

21% würden den eigenen Finanzberater nicht an Freunde weiterempfehlen:

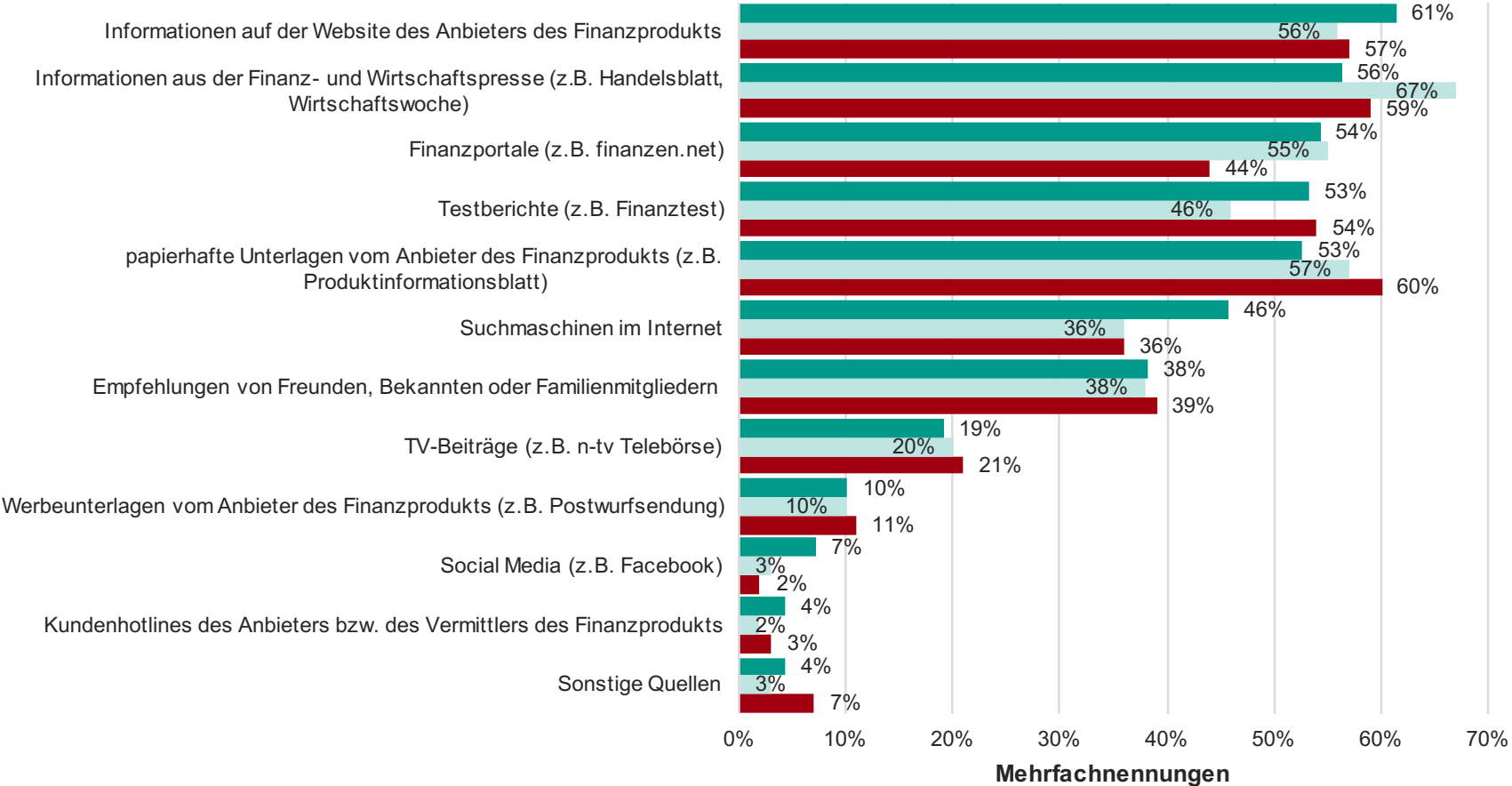
- Unabhängigkeit wird angezweifelt
- Vertriebsdruck der Berater
- Mangelnde Erfahrung/kein Vertrauen

Würden Sie Ihren Finanzberater an Freunde weiterempfehlen?



Welche der vorliegenden Informationsquellen beziehen Sie in den Kaufentscheidungsprozess eines Finanzprodukts ein?

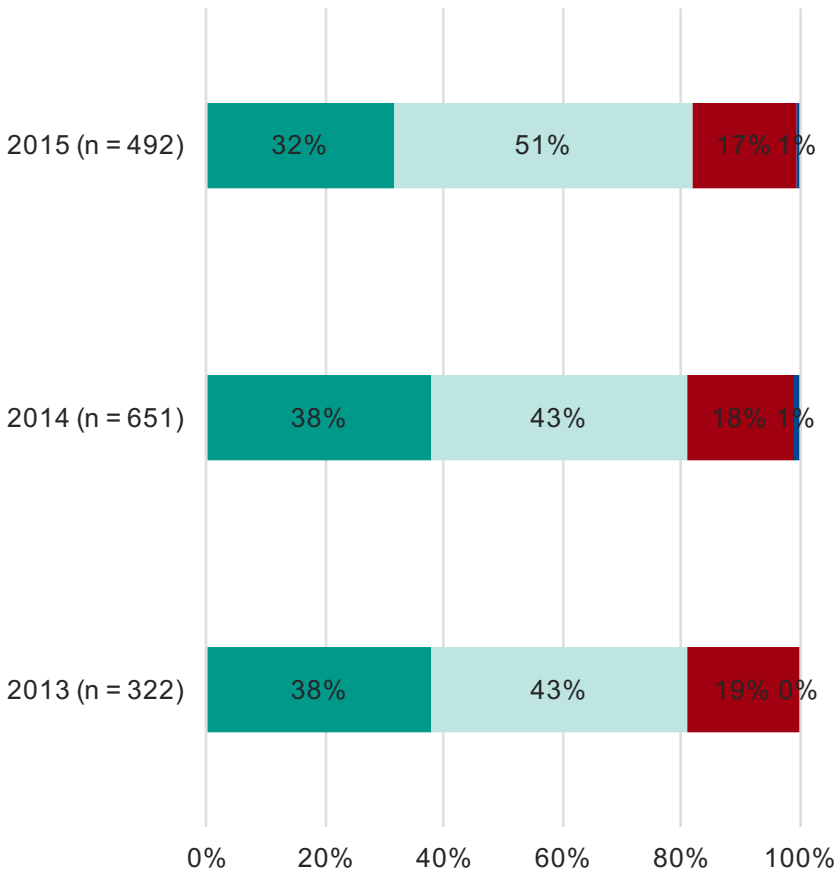
■ 2015 (n = 491) ■ 2014 (n = 651) ■ 2013 (n = 322)



Basis in 2015: n = 491; Einmal gab es keine Antwort.

Sind Sie bereit für die Finanzberatung ein Honorar, wie z.B. beim Rechtsanwalt oder Steuerberater, zu zahlen?

■ ja ■ nein ■ weiß nicht ■ keine Angabe

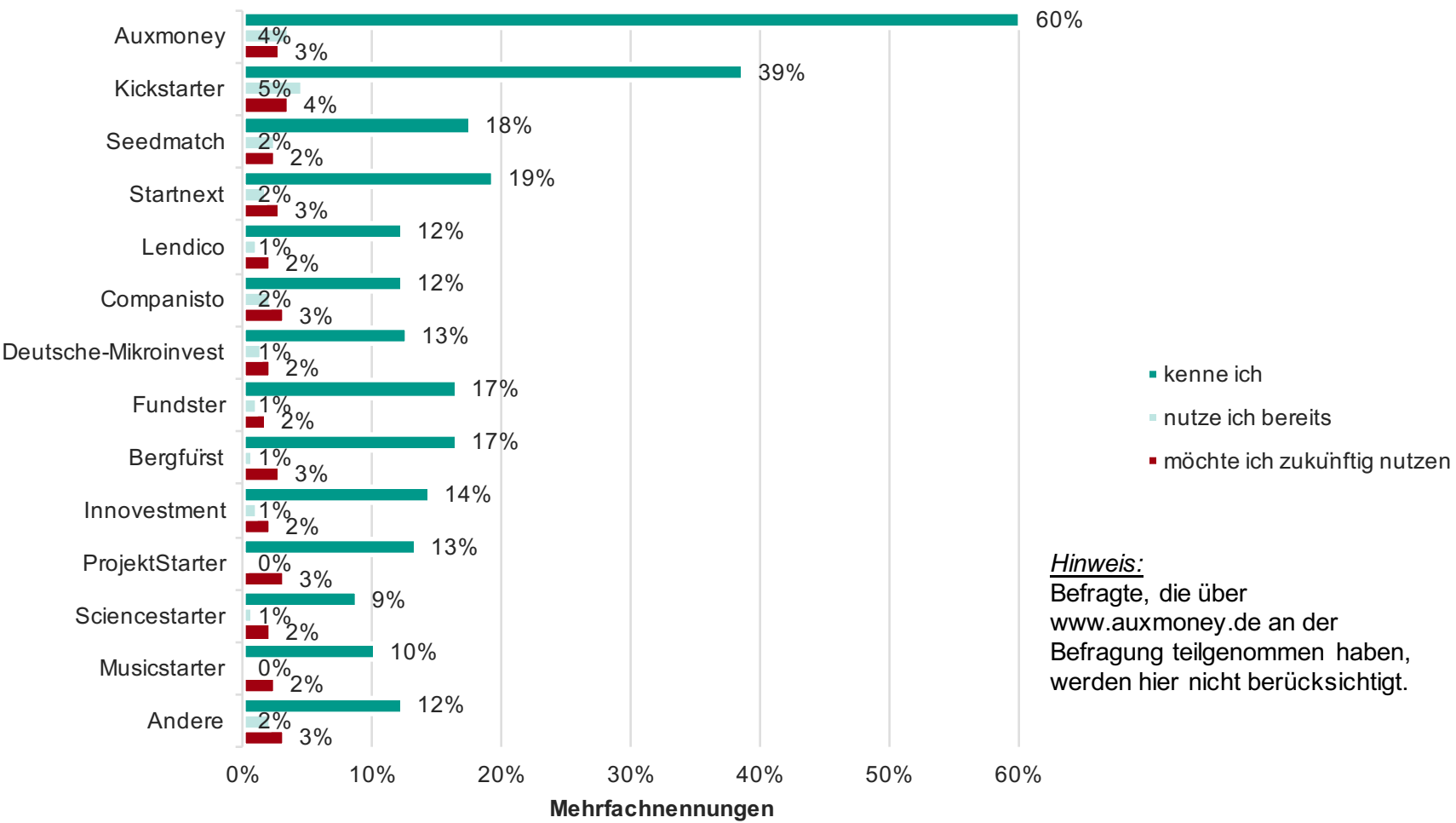


Bestätigung der Vorjahresergebnisse

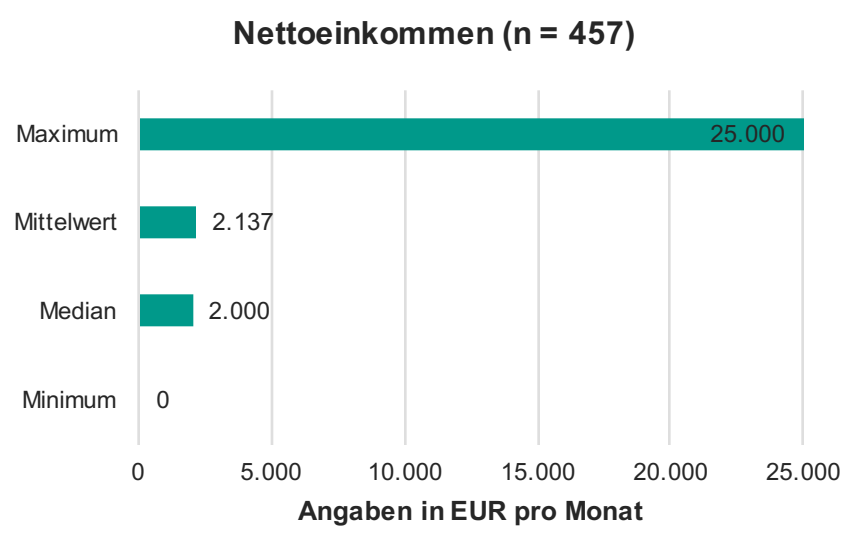
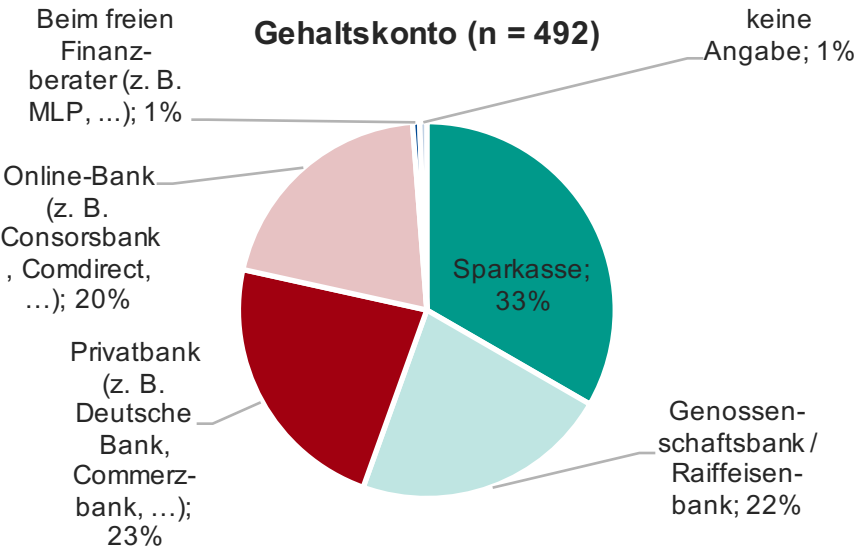
- Die Hälfte der Young Professionals ist nicht bereit für die Finanzberatung ein Honorar zu zahlen
- 17% der Befragten trafen zur Honorarberatung keine Aussage
- Die Etablierung der Honorarberatung durch den Gesetzgeber (Honoraranlageberatungsgesetz vom 01.08.2014) ist immer noch nicht gelungen
- Eine starke politische Unterstützung, z.B. in Form von Aufklärungskampagnen, könnte die Akzeptanz verbessern

Crowdplattformen wenig bekannt und noch nicht etabliert

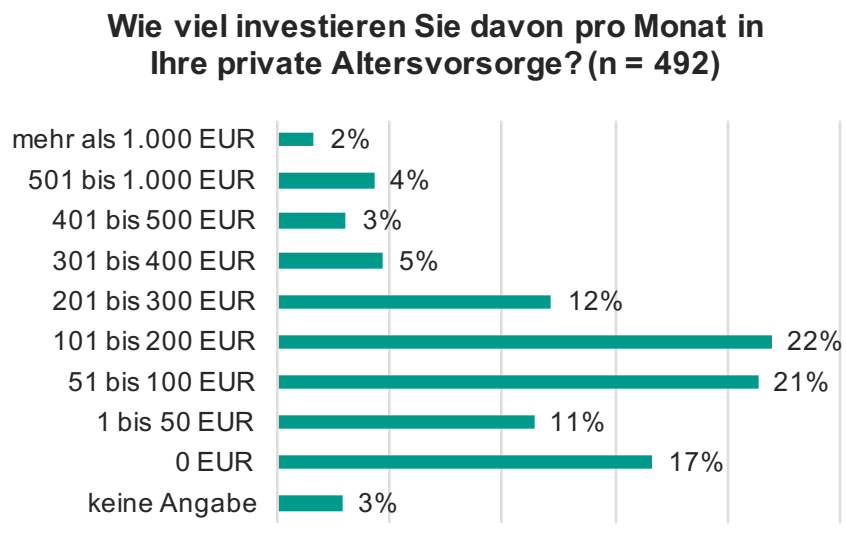
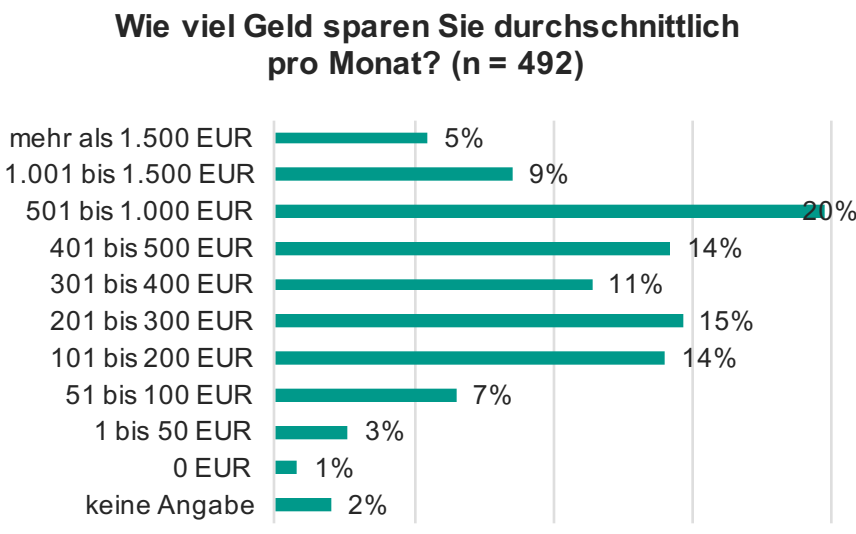
Welche Crowdfunding, Crowdinvesting oder Crowdlending-Plattformen kennen und/oder nutzen Sie? (n = 223)



Hinweis:
Befragte, die über www.auxmoney.de an der Befragung teilgenommen haben, werden hier nicht berücksichtigt.

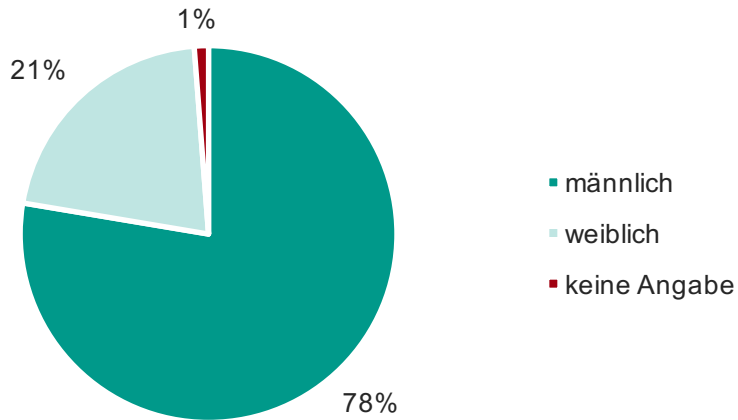


Basis in 2015; n = 457; 35 Befragte gaben keine Antwort.

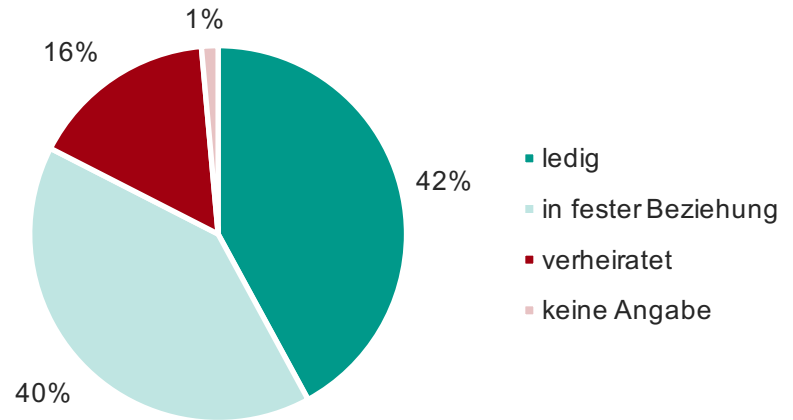


Teilnehmerstruktur

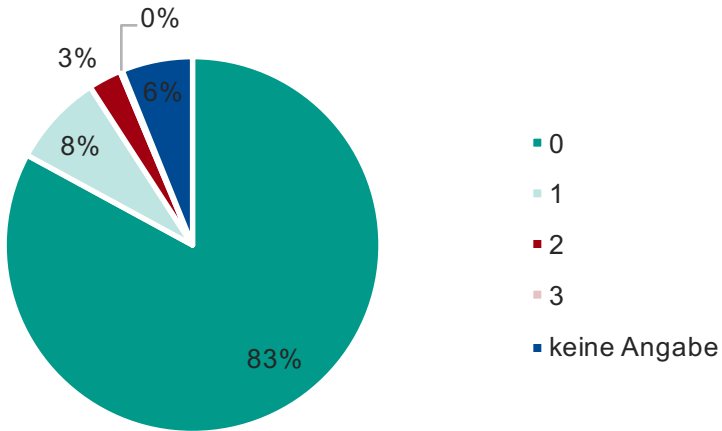
Geschlecht (n = 492)



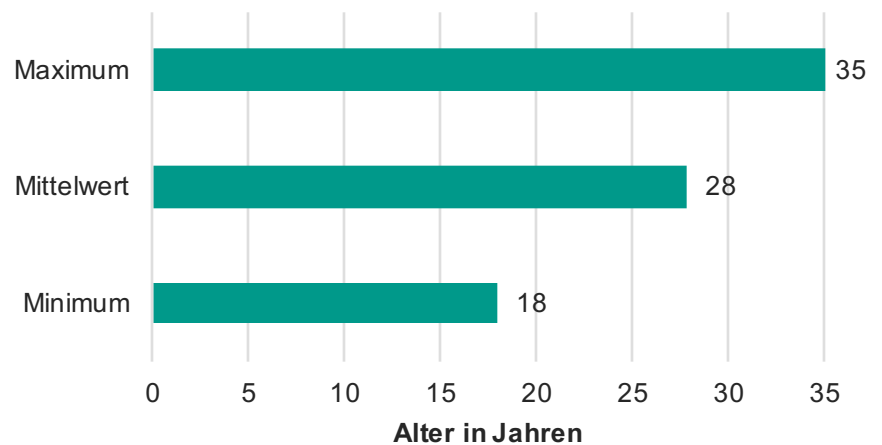
Familienstand (n = 492)



Wie viele Kinder haben Sie? (n = 492)



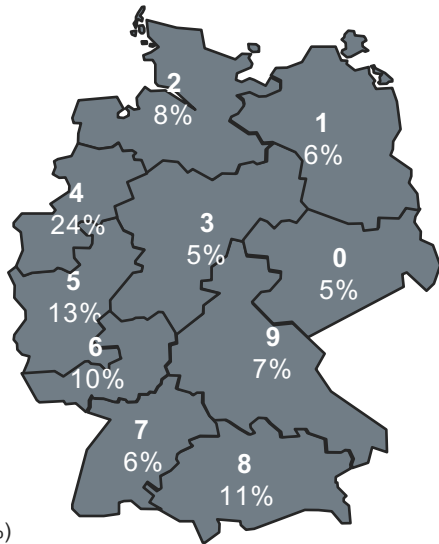
Alter (n = 492)



Teilnehmerstruktur

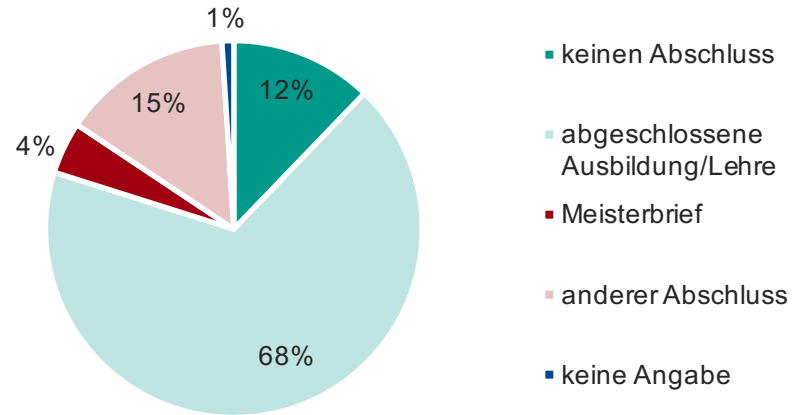
PLZ-Gebiete

(n = 492)

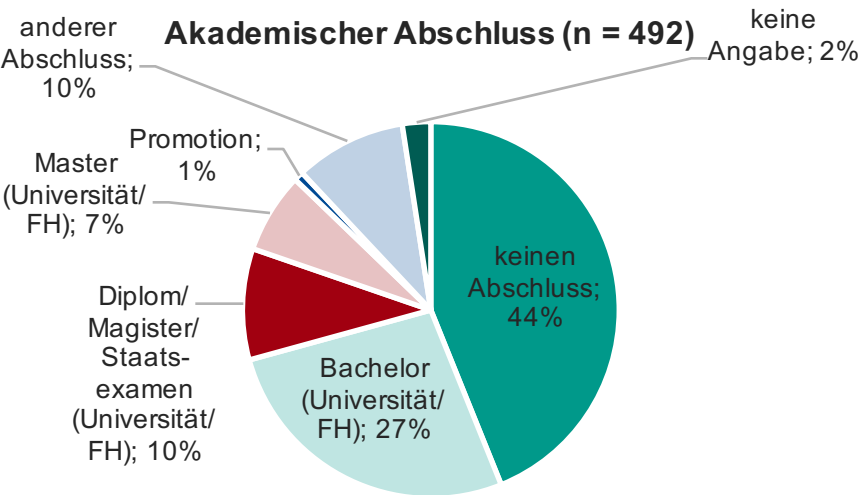


Keine Angabe 27 (5%)

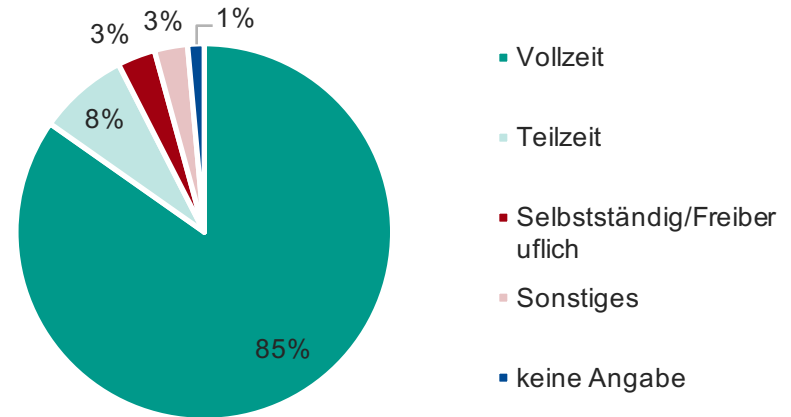
Berufsabschluss (n = 492)



Akademischer Abschluss (n = 492)



Beschäftigungsverhältnis (n = 492)



1) Wie beurteilen Young Professionals ihr **Finanzwissen**?

58% der Young Professionals schätzen ihr Finanzwissen als gut ein (subjektives Finanzwissen), wobei das subjektive und objektive Finanzwissen positiv korrelieren. Somit kann bei der untersuchten Gruppe der Young Professionals bei mehr als der Hälfte von einem guten allgemeinen Finanzwissen ausgegangen werden.

2) Wem vertrauen Young Professionals bei den persönlichen Finanzen (**Ansprechpartner für Finanzen**)?

Die Finanzberater verlieren weiter an Bedeutung bei den Young Professionals. Fast 70% der Teilnehmer mit gutem allgemeinen Finanzwissen treffen ihre Anlageentscheidung ohne externe Finanzberatung.

3) In welche Finanzprodukte investieren die Anleger (**Anlageverhalten**)?

Young Professionals sind stark diversifizierte Anleger. Dies ist ein Indikator für ein gutes Finanzwissen. Studienteilnehmer mit einem guten allgemeinen Finanzwissen investieren verstärkt in Kapitalmarktprodukte, während Befragte mit schlechtem allgemeinen Finanzwissen eher in provisionsbasierte Produkte investieren. Dies ist auch beim Anlageverhalten der Nicht-Selbstentscheider zu beobachten. Hier scheinen Finanzberater verstärkt provisionsbasierte Finanzprodukte zu empfehlen.

4) Wo kaufen Young Professionals Finanzprodukte (**Vertriebskanal**)?

Das Online-Banking ist weiterhin der vorherrschende Absatzkanal für Finanzprodukte. Die Tendenz zur kostenlosen Beratung beim Finanzberater und des anschließenden Abschlusses über das persönliche Online-Banking/Online-Brokerage hält an.

5) Wie beurteilen Kunden ihr **Verhältnis zum Finanzberater**?

Dem Finanzberater werden eigenständige und umfangreiche Recherchen über den Kunden unterstellt. Young Professionals als Social Media affine Zielgruppe scheinen den "gläsernen Verbraucher in der Finanzberatung" zu akzeptieren. Lediglich 21% würden ihren Finanzberater nicht weiterempfehlen.

6) Welche **Informationsquellen** nutzen Young Professionals im Kaufentscheidungsprozess?

Zur Informationsbeschaffung im Rahmen der Anlageentscheidung nutzen Young Professionals diverse Kanäle parallel.

7) Wie stehen Young Professionals zur **Honorarberatung**?

Trotz gesetzlicher Initiativen (Honoraranlageberatungsgesetz) konnte sich bis dato die Honorarberatung in Deutschland nicht etablieren. Mehr als die Hälfte der Young Professionals ist nicht bereit, ein Honorar für die Finanzberatung zu zahlen.

8) Sind **Crowdplattformen** bekannt und werden Sie genutzt?

Der Crowdmart ist noch sehr heterogen. Nur die Plattformen Auxmoney und Kickstarter erreichten nennenswerte Bekanntheitsgrade. Die Zielgruppe ist bezüglich der Nutzung dieser Plattformen sehr zurückhaltend.

9) Wie viel sparen Young Professionals und wie viel legen sie für die Altersvorsorge monatlich zurück (**Sparquote**)?

40% der Young Professionals sparen zwischen 200 und 500 EUR monatlich. Davon investieren 26% der Befragten mehr als 200 EUR in ihre Altersvorsorge. 17% legen derzeit kein Geld für die Altersvorsorge zurück.

Für Kunden

Finanzielle Bildung beeinflusst das Finanzverhalten und hilft Kostenstrukturen bei Finanzprodukten zu erkennen und zu bewerten. Kunden sind angehalten ihr Finanzwissen zu verbessern. Mit einem guten Finanzwissen können Kunden entsprechende Finanzentscheidungen treffen, um Vermögen zu mehren, den Ruhestand zu finanzieren und Überschuldung zu vermeiden.

Für Banken

Die klassische Finanzberatung wird immer weniger von den Kunden nachgefragt. Banken sollten ihre aktuellen Geschäftsmodelle überprüfen und sich neue erschließen. Eine Möglichkeit wäre es, sich als Informationsanbieter für Selbstentscheider zu etablieren.

Für den Gesetzgeber

Der Gesetzgeber ist für die finanzielle Bildung in Schule und Hochschule verantwortlich. Hier wäre eine klare gesetzliche Verankerung wünschenswert. Weiterhin sollte er die Rahmenbedingungen für die privaten Finanzen verbessern, z.B. durch umfangreichere Aufklärung in den Bereichen der Provisions- und Honorarberatung, neuere Finanzierungskonzepte oder verbraucherfreundliche Kennzeichnungspflichten für Finanzprodukte, z.B. Ampel-System.

Das isf Institute for Strategic Finance ist die finanzwirtschaftliche Forschungseinrichtung der FOM Hochschule für Oekonomie & Management in Essen.

Die internationale Vernetzung der Kapitalmärkte und die gestiegenen regulatorischen Anforderungen in der Finanzbranche stellen Unternehmen und Banken vor neue Herausforderungen im Wettbewerb um Kapital. Finanzentscheidungen gewinnen daher an strategischer Bedeutung und erfordern die Entwicklung ganzheitlicher Finanzierungs- und Anlagestrategien, woraus sich gleichfalls ein breites Spektrum anwendungsorientierter Forschungsansätze ergibt. Daher bündelt das isf Institute for Strategic Finance als finanzwirtschaftliche Forschungseinrichtung der FOM Hochschule in Essen die Forschungsfelder:

- Anlegerschutz und Anlegerverhalten
- Kundenverhalten und Informationsmanagement in der Finanzberatung
- Corporate Finance und Asset Management
- Mittelständische Unternehmensbewertung und –nachfolge
- Management von Ausfallrisiken
- Risikomanagement und Nachhaltigkeit (FIRST)

Unterstützt wird die Forschung des isf durch den mit renommierten Wissenschaftlern, Finanzanalysten und Vermögensverwaltern besetzten Fachbeirat sowie das akademische Netzwerk der FOM Hochschule – eine der bedeutendsten privaten Hochschulen in Deutschland.

Mit rund 35.000 Studierenden ist die FOM die größte private Hochschule Deutschlands. Erfahrene Dozenten aus Wissenschaft und Wirtschaft führen Präsenzvorlesungen an über 30 Studienorten in Deutschland durch. Die international ausgerichtete Hochschule wendet sich vorwiegend an Berufstätige, die sich neben ihrer betrieblichen Tätigkeit akademisch qualifizieren wollen.

Ihre Ansprechpartner

FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige Gesellschaft mbH

isf Institute for Strategic Finance

Leimkugelstraße 6

D-45141 Essen

www.fom-isf.de

info@fom-isf.de

+49 (0) 201 81004-179

-
- Prof. Dr. iur. Julius Reiter, Fachbeiratsvorsitzender
julius.reiter@fom-isf.de
 - Prof. Dr. Dr. habil. Eric Frère, Direktor
eric.frere@fom-isf.de
 - Alexander Zureck, MBA, Wissenschaftlicher Mitarbeiter
alexander.zureck@fom-isf.de
 - Tino Bensch, MBA, Wissenschaftlicher Mitarbeiter
tino.bensch@fom-isf.de



Prof. Dr. iur. Julius Reiter

Prof. Reiter studierte Rechtswissenschaften an den Universitäten Kiel, Paris und Köln und wurde an der Humboldt-Universität Berlin promoviert. Er war sieben Jahre wissenschaftlicher Mitarbeiter im Deutschen Bundestag. Das Referendariat absolvierte er am Oberlandesgericht Düsseldorf und der Verwaltungsuniversität Speyer. Seit 1998 ist Prof. Reiter als Rechtsanwalt tätig und gründete 2001 die jetzige Kanzlei Baum Reiter & Kollegen in Düsseldorf. Prof. Reiter ist Fachanwalt für Bank- und Kapitalmarktrecht sowie Fachanwalt für IT-Recht und regelmäßig als Sachverständiger in Gesetzgebungsverfahren des Bundestages im Finanz-, Rechts- und Verbraucherausschuss bestellt. An der FOM Hochschule wurde er 2012 zum Professor für Wirtschaftsrecht berufen und Vorsitzender Fachbeirat des isf Institute for Strategic Finance.



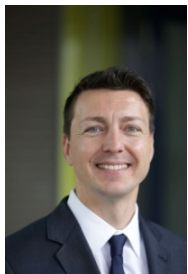
Prof. Dr. Dr. habil. Eric Frère

Prof. Frère studierte nach seiner Ausbildung zum Bankkaufmann Volkswirtschaft und Betriebswirtschaft in Würzburg und Köln, promovierte dann am Lehrstuhl für Wirtschaftspolitik der Ruhr-Universität Bochum und habilitierte an der Westungarischen Universität Sopron. Nach Tätigkeiten beim Credit Commercial de France, bei Bayer UK und beim Bankhaus Lampe ist er seit mehr als 20 Jahren selbständiger Unternehmensberater für Corporate Finance und Asset Management und hat u.a. mehrere Börsengänge im Regierten Markt organisiert. Darüber hinaus ist er Mitglied zahlreicher Aufsichtsräte und Beiräte, insbesondere bei Finanz- und Wachstumsunternehmen. An der FOM Hochschule wurde er 2001 zum Professor berufen und ist seither Dekan für BWL und Internationale Studiengänge sowie Direktor des isf Institute for Strategic Finance.



Alexander Zureck, MBA

Nach Tätigkeit in einem Essener Marktforschungsunternehmen im Bereich der Marktanalyse arbeitete Alexander Zureck als Kundenberater für Privatkunden und Gewerbetreibende in einem Kreditinstitut. Sein berufsbegleitendes Studium der Betriebswirtschaftslehre absolvierte er an der FOM Hochschule. Heute ist er für das isf Institute for Strategic Finance als Wissenschaftlicher Mitarbeiter und für die FOM Hochschule als Dozent tätig. Daneben berät er kleine und mittlere Unternehmen in betriebswirtschaftlichen Fragen und promoviert berufsbegleitend im Bereich Behavioral Finance.



Tino Bensch, MBA

Nach seiner Offizierslaufbahn in diversen Funktionen bei der Bundeswehr wurde er Geschäftsführer einer Unternehmensberatungsgesellschaft und berät seit zehn Jahren kleine und mittlere Unternehmen hauptsächlich zu Corporate Finance-Themen. Daneben ist Tino Bensch seit 2007 als Lehrbeauftragter im Bereich Finance sowie als Projektmanager des isf Institute for Strategic Finance an der FOM Hochschule tätig und promoviert berufsbegleitend. Im Rahmen seiner Promotion untersucht er den Einfluss nachhaltiger Managervergütung auf die Performance von Familienunternehmen.

Disclaimer/Haftungsausschluss: Sämtliche Inhalte dieses Dokuments einschließlich aller Anlagen wurden nach bestem Wissen und Gewissen recherchiert und formuliert. Dennoch kann weder seitens des isf Institute for Strategic Finance oder seitens seiner Organe noch seitens der FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH oder ihrer Organe eine Gewähr für Richtigkeit, Vollständigkeit und Genauigkeit dieser Informationen gegeben werden. Überdies dienen sämtliche Inhalte nur der Information und sind insbesondere nicht als Aufforderung zum Kauf oder Verkauf eventuell erwähnter Wertpapiere oder als Empfehlung zur Umsetzung eventuell beschriebener Anlagestrategien zu interpretieren. Dementsprechend haften das isf, die FOM oder ihre jeweiligen Organe nicht für materielle und/oder immaterielle Schäden, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der in diesem Dokument enthaltenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht wurden.