

# DEUTSCHLANDS MEIST EMPFOHLENE VERMÖGENSBERATER 2023

BERICHTSBAND ZUR STUDIE DES F.A.Z.-INSTITUTS



IMWF INSTITUT

Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE





#

**MOTIVATION  
& METHODIK**

## MOTIVATION

### Was zeichnet die meist empfohlenen Vermögensberater aus?

Seit Juli 2022 hat die Europäische Zentralbank bereits zum 10. Mal in Folge den Leitzins im Euroraum erhöht. Damit wurde die Abkehr der langjährigen Niedrigzinsphase eingeläutet. Die Inflationsrate ist weiterhin hoch. Um das vorhandene Vermögen optimal anzulegen, ist es für Anleger ratsam, auf die Expertise und das Know-How von Unternehmen zurückzugreifen, die ihre Dienstleistungen im Bereich Vermögensberatung anbieten. Diesem Aufgabenfeld widmen sich in Deutschland eine große Anzahl an z. B. Privatbanken, Family Offices, Vermögensverwaltern, Anlage- und Finanzberatern sowie Fonds- und Wertpapieranbietern.

Für die Wahl des passenden Vermögenberaters spielen nicht nur monetäre Faktoren wie günstige Anlagekonditionen eine Rolle. Darüber hinaus ist auch empfehlenswert, das Image des entsprechenden Unternehmens zu berücksichtigen. Vermögensberater mit einem positiven Image gelten als verlässliche Partner und signalisieren ein hohes Maß an Vertrauen und Glaubwürdigkeit.

Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Deutschlands meist empfohlene Vermögensberater 2023“ die Daten eines Social Listening. Das Social Listening untersucht hierbei die Eventtypen Service, Kundenberatung, Weiterempfehlung, Qualität, Seriosität, Kosten und Preis-Leistungs-Verhältnis.

## METHODIK: DATENERHEBUNG SOCIAL LISTENING

Die Datenerhebung für das Social Listening erfolgt zweistufig. Der erste Schritt ist das sog. Crawling:

1. Zuerst werden von unserem Partner pressrelations **sämtliche Texte, welche die Suchbegriffe enthalten, aus dem Netz geladen und in einer Datenbank erfasst.** Das Quellenset umfasst dabei annähernd sämtliche Seiten bzw. Inhalte von Seiten, die folgende Bedingungen erfüllen:
  - a. Deutschsprachige Domains (.at- und .ch-Seiten werden ausgeschlossen)
  - b. Uneingeschränkter Zugang zum Inhalt der Seite
2. Nicht erfasst werden Seiten oder Inhalte, die sich z.B. hinter einer Bezahlschranke oder einem zugriffsgeschützten Bereich befinden.
3. Damit ist das Quellenset sehr umfangreich.

Nachrichten-Seiten 

Webseiten 

Foren 



 Blogs

 **Wichtige**  
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-**  
Seiten

 **Presse-**  
mitteilungen



## METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL LISTENING

Die zweite Stufe, das sog. Processing, greift auf die im Crawling gesammelten Daten zu und analysiert diese nach den Vorgaben des jeweiligen Untersuchungsgegenstandes.

1. Der große Datentopf wird dazu von unserem Partner Skylink mittels Verfahren der **Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze)** in Textfragmente aufgesplittet und anschließend in drei Stufen analysiert:
  - a. Welches Unternehmen wird erwähnt?
  - b. Welches Thema wird besprochen? (sog. Eventtyp)
  - c. Welche Tonalität weist das Textfragment auf?
2. Die Zuordnung der Erwähnungen zu den jeweiligen Eventtypen erfolgt mit Hilfe definierter Keywords, Text- und Satzkorpora, welche die Themengebiete breit abbilden und umfassen.
3. Auf der letzten Stufe werden die Erwähnungen mit einer Sentiment-Analyse bewertet und den Kategorien positiv, neutral oder negativ zugeordnet.



## METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL LISTENING

### EINSATZ NEURONALER NETZE

Die im Processing verwendete Künstliche Intelligenz kategorisiert die gefundenen Textfragmente in einzelne Themengebiete. Diese werden „Eventtypen“ genannt. Hierbei existiert ein Katalog vordefinierter Eventtypen, von denen die folgenden in dieser Studie verwendet wurden.

Die Darstellung auf der folgenden Folie veranschaulicht die Systematik unseres Modells.

### VERWENDETE EVENTTYPEN

Die Eventtypen beinhalten unter anderem folgende Themen und Begriffe:

**Service:** Kundendienst, Kundenhotline, Kundenwünsche, Kundenbetreuung, Bedürfnisse, Support, Kulanz

**Kundenberatung:** Beratungsgespräch, Beratungsqualität, Beratungskompetenz, Beratungsangebot

**Weiterempfehlung:** abraten, weiterempfehlen, empfehlenswert

**Qualität:** qualitativ, auserlesen, minderwertig, fehlerhaft

**Seriosität:** vertrauenswürdig, glaubwürdig, Vorwürfe

**Kosten:** Preisgestaltung, fair, überteuert, stabil, hoch, niedrig

**Preis-Leistungs-Verhältnis:** preiswert, überteuert, hochwertig, Preis angemessen, gerechtfertigt, überzeugend

**Kundenzufriedenheit:** Kundenwertschätzung, Kundenerlebnisse, Kündigung, Beschwerdemanagement, Qualität und Sicherheit für Kunden

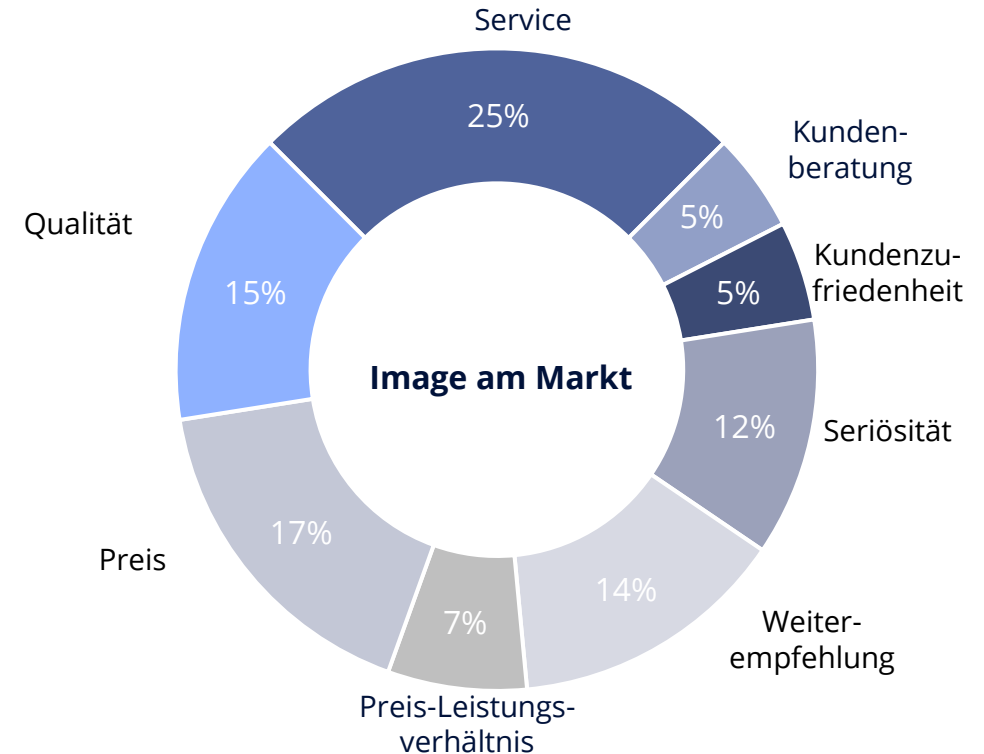
## METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

### Es genügt nicht, allein in einem Themenfeld zu glänzen.

Jede der betrachteten Dimensionen ist wichtig für die Messung der Performance eines Unternehmens.

Die gewichteten Punktwerte je Dimension werden anschließend zu einer Gesamtpunktzahl für jedes Unternehmen zusammengefasst.

Dabei werden die einzelnen Dimensionen entsprechend ihres Vorkommens unter allen Nennungen (vgl. nebenstehende Grafik) gewichtet. Um den Gesamteindruck eines Unternehmens zu berücksichtigen, wird der Faktor, der alle Nennungen umfasst, zusätzlich mit +25% einbezogen.



## METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL LISTENING

Für diese Studie konnten gut **630 Tausend Nennungen** zu den etwa **430** Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. September 2022** bis **31. August 2023** identifiziert und zugeordnet werden.

### Wie werden die Punktwerte für die Eventtypen ermittelt?

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte werden für jedes Unternehmen und jeden Themenbereich des Modells folgende zwei Werte ermittelt:

- Tonalitätssaldo: Differenz aus positiven und negativen Nennungen geteilt durch die Gesamtzahl der Nennungen
- Reichweite: Anzahl der Gesamtnennungen im Verhältnis zum Mittelwert der Branche

Anschließend werden diese Werte zu einem ersten Punktwert verrechnet. Je reichweitenstärker ein Unternehmen ist, desto stärker wirkt sich die Tonalität aus, also ob die Kommunikation überwiegend positiv oder negativ gefärbt ist.

Dieser so gewonnene Punktwert wird anschließend für die gesamte Branche normiert. Das beste Unternehmen erhält hierbei 100 Punkte und bildet hiermit den Vergleichswert für alle anderen Unternehmen dieser Branche. Weniger als 0 Punkte können nicht erreicht werden.



## METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

### Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Deutschlands meist empfohlene Vermögensberater 2023**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Branchengesamtranking vergeben.

Die Berechnung des Punktwertes erfolgt branchenspezifisch auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. Der Branchensieger erhält **100** Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Unternehmen. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen, die mindestens **60** Punkte in der Gesamtwertung erreichen.

Insgesamt werden **41 Unternehmen** ausgezeichnet.





#

**KONTAKT**

# ÜBER DAS F.A.Z.-INSTITUT

## INTELLIGENCE IN MARKETING AND COMMUNICATIONS

Das F.A.Z.-Institut ist ein Unternehmen der renommierten Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung. Als Dienstleister für Kommunikations- und Marketingentscheider steht es für relevante, glaubwürdige und hochwertige Informationen. Seit mittlerweile 30 Jahren zeichnet sich die Arbeit des F.A.Z.-Instituts durch fachliche Anerkennung, ein hohes Renommee und langjähriges Kundenvertrauen aus.

Unternehmen profitieren hierbei von:

- Marketing- und Kommunikationslösungen
- Studien zur Unternehmensreputation
- KI-gestützte Reputationsanalysen
- Netzwerken, Events und Magazinen
- Zertififikatsstudien



# ÜBER DAS IMWF

## STRATEGIC IMPACT THAT MAKES THE DIFFERENCE



Das IMWF liefert **Insights für die strategische und operative Steuerung** in Pressearbeit, Marketing und Risikomanagement. Weltweit. Hochverdichtet. Handlungsleitend für unsere Kunden.

Basis dafür ist die gesamte öffentliche Kommunikation zu Marken, Unternehmen und Institutionen auf 438 Millionen Webseiten weltweit. In 130 Sprachen. Allein in Deutschland analysiert das IMWF laufend die Kommunikation zu 27.000 Marken und Unternehmen sowie zu 4.000 politischen Akteuren. Täglich wertet das IMWF Millionen von Aussagen aus und nutzt dafür eigensentwickelte Instrumente der künstlichen Intelligenz. Damit gehört das IMWF zu den **führenden Anbietern von KI-basierten Inhaltsanalysen in Europa**.

Die millionenfache Kommunikation verdichtet das IMWF-Analyseteam zu strategischen und operativen Handlungsempfehlungen. Unser Anspruch ist die Verdichtung auf das Entscheidende. Und das extrem zeitnah, um die Reaktionsgeschwindigkeit unserer Kunden bestmöglich zu unterstützen.

## KONTAKT

### Herausgeber der Studie

#### **F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH**

Pariser Straße 1  
60486 Frankfurt am Main

Fon: +49 69 75 91 11 33  
Fax: +49 69 75 91 80 11 33

E-Mail: [info@faz-institut.de](mailto:info@faz-institut.de)

[www.faz-institut.de](http://www.faz-institut.de)

### Wissenschaftspartner

#### **IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung GmbH**

### Vermarktungspartner

#### **ServiceValue GmbH**

Dürener Straße 341  
50935 Köln

Fon: +49 221 67 78 67 61  
Fax: +49 221 67 78 67 99

E-Mail: [a.goeschl@servicevalue.de](mailto:a.goeschl@servicevalue.de)

[www.servicevalue.de](http://www.servicevalue.de)