

## PRESSESPIEGEL

---

30.01.2014 FONDS PROFESSIONELL ONLINE  
„Der DEUTSCHE FONDSPREIS 2014 in der Kategorie Service geht an ...“  
<http://www.fondsprofessionell.de/news/uebersicht/headline/der-deutsche-fondspreis-2014-in-der-kategorie-service-geht-an-112648/>

### „Der DEUTSCHE FONDSPREIS 2014 in der Kategorie Service geht an ...“

**Ehre wem Ehre gebührt: Jene Fondsgesellschaften und Maklerpools, die 2013 insbesondere durch ihre Servicequalität überzeugen konnten, wurden in Mannheim mit dem DEUTSCHEN FONDSPREIS ausgezeichnet.**

Im glanzvollen Rahmen des Gala-Abends auf dem 13. FONDS professionell KONGRESS in Mannheim fieberten die Fondsgesellschaften und Maklerpools auch in diesem Jahr dem begehrten DEUTSCHEN FONDSPREIS in der Kategorie Service entgegen.

Wie bereits in den letzten beiden Jahren wurde auch bei den diesjährigen Awards in beiden Kategorien auf die Vergabe von ersten, zweiten und dritten Plätzen verzichtet. Sowohl bei den Fondsgesellschaften als auch den Maklerpools gab es kaum Überraschungen unter den Preisträgern. Bei den Maklerpools setzten sich erneut Fondnet, Netfonds und Fonds-Finanz durch, bei den Fondsanbietern holten sich DWS, J.P. Morgan Asset Management und Franklin Templeton die Trophäe.

#### **Leserumfrage entscheidet**

Als Basis für die Auswertung der beiden ServiceAwards diente eine Leserbefragung von FONDS professionell, an der sich mehr als 4.400 Berater und Finanzprofis aus relevanten Vertriebsstrukturen per Internet beteiligt haben und in fünf beziehungsweise sechs Kategorien Noten zwischen "1" (sehr gut) und "5" (mangelhaft) vergeben haben.

Bei der Service-Umfrage der KAGs sind die Teilnehmer in die beiden Gruppen

"IFAs" (Nicht-Banken) und "Banken" unterteilt. Ihre Angaben werden für die Gesamtnote der jeweils fünf Kategorien gleichgewichtet – ebenso die einzelnen Kategorien untereinander. Abstimmen konnten die Berater über die Basisqualitäten (Bonität und das Image der Fondsgesellschaft im Verkauf sowie die Performance und Qualität der Produkte), die Vertriebsunterstützung im Außen- und im Innendienst sowie den Internetauftritt der Gesellschaften und deren Marketingaktivitäten. Für die Auszeichnung in der Sparte "Maklerpools" vergeben die Umfrageteilnehmer in den sechs Kategorien "Vertrauen", "Produkte", "Provisionen", "Technik", "Vertrieb" und "Verträge" ihre Noten.