

Cost-Average-Effekt: Immer positiv?

Kauft ein Anleger regelmäßig für einen stets gleichen Betrag Investmentfondsanteile so führt dies dazu, dass sich der durchschnittliche Preis seiner erworbenen Anteile immer unter dem „arithmetischen Mittelwert“ der Anteilspreise befindet. Dieses mathematisch korrekte Standard-Argument bei der Empfehlung von Fondssparplänen ist unter dem Begriff Cost-Average-Effekt allseits kommuniziert. Schlichte oder sollte man besser sagen „böartige“ Vermittler erwecken beim Kunden damit den Eindruck, dass sich der Gesamtwert eines so aufgebauten Depots stets positiv entwickelt.

Der Cost-Average-Effekt beruht auf der strukturierten Vorgehensweise im Rahmen eines Finanzinvestments: der Durchschnittspreis-Methode. Dabei erfolgt eine Anlage, zum Beispiel in Aktien oder in Investmentfonds

- a) in regelmäßigen Abständen
- b) zu einem exakt gleich hohen Betrag.

Somit werden bei niedrigen Kursen jeweils relativ mehr Anteile erworben, bei hohen Kursen jeweils relativ weniger. Der durchschnittliche Einstandskurs des Investments liegt dann unter dem durchschnittlichen Kurs der erworbenen Wertpapiere.

Entscheidend ist und bleibt hier jedoch die Entwicklung des Rücknahmepreises zum Ende der Ansparperiode. Kurz gesagt: geht der Anteilspreis zum Ende der Sparzeit nach oben: wunderbar. Geht er am Ende nach unten, ist der ganze Effekt wieder dahin. Im Einzelfall zählt darüber hinaus das tatsächliche, individuelle Kursprofil der jeweils getätigten Anlage.

Wie kann nun, in diesem Zusammenhang, die Diskussion Fondssparplan versus Einmalanlage bewertet werden?

Modell I

Im beabsichtigten Anlagezeitraum wird das Wertpapier von einem Bullenmarkt getragen. Ein klares Plus für die Einmalanlage. Monatliches Ansparen bei steigenden Kursen hätte dagegen zwei negative Effekte:

- immer weniger Anteile für die Sparrate
- Kaufkurse, die im Rahmen einer Überwertung liegen und zu denen man ansonsten ohne einen Sparplan garnicht in den Markt einsteigen würde.

Modell II

Der Markt steigt, läuft dann seitwärts und fällt wieder auf das Ausgangsniveau zurück:

- Der Sparer erwirbt hier, gerade in der Seitwärtsbewegung, teure Anteile die anschließend an Wert verlieren.

Modell III

Anteilskäufe in einer Abschwungsphase führen zu mehr Anteilen für den fixen Sparbeitrag. Der Einstandskurs für die Gesamtanlage fällt.

- Bleibt der Kunde dann während der Aufschwungsphase investiert, profitiert er überdurchschnittlich von den günstigen Kaufkursen aus der Abschwungsphase.

■ Der Kursverlauf zählt

Nicht der Einkauf der Anteile an sich ist somit wesentlich, sondern der weitere Kursverlauf. Und damit ist es auch hier wie mit allen Theorien der Anlagepraxis: Hinterher ist man klüger. Wenn abgerechnet wird erkennt der Kunde, ob sein Sparplan eine Überrendite gegenüber einer Einmalanlage erwirtschaftet hat.

Eine weitere mathematische Logik wird ebenfalls nur höchst selten kommuniziert: je länger der Kunde einen monatlichen Betrag spart, desto mehr bewegt sich das Anlagevolumen wie ein Einmalbetrag. Warum? Nun, die Höhe der Sparrate nimmt prozentual zum aufgebauten Gesamtvermögen immer weiter ab. Die möglichen Auswirkungen des Cost-Average-Effektes verpuffen stetig mehr. Parallel hierzu steigt die Volatilität des Gesamtvermögens in der Anlage (Aktienfonds).

■ What to do?

Der Honorarberater hat zwei Grundpflichten:

- a) Regelmäßig muss geprüft werden, ob und wohin die bereits gekauften Anteile eines Sparplans umgeschichtet werden sollen.
- b) Das generelle Ende des Sparplans sollte hinsichtlich eines Wechsels der Assetklassen immer im Auge behalten werden.

Und: Bei stark fallenden Kursen schrumpft in einem Renten- Auszahlplan auf Fondsbasis mit festen Raten das Vermögen sehr zügig. Das angesparte Geld wird ausverkauft. Auch hier zählt der Faktor Umschichtung.

„Buy and sleep“, wie es Kostolany noch empfohlen hatte, wird auf absehbare Zeit nicht mehr zu einen positiven Anlageergebnis führen. Übertragen auf einen Sparplan bedeutet das: regelmäßige Betreuung vor dem Hintergrund eines intelligenten Ablaufmanagements.

Wem es gelingt, nur allein diese Leistung seinem Mandanten transparent zu machen, festigt die Kundenbindung. Die Summe der Beispiele von extrem abgestürzten Bank-Depots sollte genügen, um auf diesem Feld beim Kunden Gehör zu finden.



■ Autor
Jürgen M. Fischer
Honorarberater

■ Kontakt
Tel.: 06171/51 252
Juergen.M.Fischer@email.de