

ETF-Anlegerstudie Schweiz 2026

Autoren

Dr. Brian Mattmann
Prof. Dr. Karsten Döhnert
Prof. Dr. Jürg Fausch
Angelo Gattlen

Herausgeber

finanzen.ch

Platinsponsoren

 **findependent**

Vanguard®



Editorial

Der Paradigmenwechsel im Schweizer Fondsmarkt von klassischen Anlagefonds hin zu börsengehandelten Fonds (Exchange-Traded Funds, kurz ETFs) setzt sich fort. Insbesondere jüngere Anlegerinnen und Anleger treiben die ETF-Durchdringung voran, wobei der Anteil weiblicher ETF-Anleger überdurchschnittlich wächst. Gleichzeitig gewinnen digitale Informationskanäle an Bedeutung und Finanzkompetenz erweist sich als wichtiger Erfolgsfaktor. FinFluencer erreichen vor allem Jüngere und beeinflussen ETF-Anlegerinnen besonders stark.

Auch auf der Produktseite befindet sich der ETF-Markt im Wandel: Das Angebot wird vielfältiger und damit komplexer. ETFs sind nicht mehr ausschliesslich passive Anlageinstrumente. Die ETF-Anlegerstudie Schweiz 2026 beleuchtet diese Entwicklungen anhand aktueller Marktdaten und einer repräsentativen Befragung von Schweizer Anlegerinnen und Anlegern.

Wir danken finanzen.ch herzlich für die Beauftragung der vorliegenden Studie. Ein besonderer Dank gilt den Sponsoren für ihre wertvolle finanzielle Unterstützung – insbesondere den Platinsponsoren findependent und Vanguard sowie den Gold-Sponsoren BX Swiss, iShares by BlackRock, Swisscanto und UBS. Ebenso danken wir den Mitgliedern des Sounding Boards, die die Studie mit ihrer fachlichen Expertise und wertvollen Anregungen begleitet haben.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre!

Brian Mattmann Karsten Döhnert Jürg Fausch Angelo Gattlen

Management Summary

ETF-Markt Schweiz

- Entwicklung: Angebot, verwaltete Vermögen & Neugeld, Produktinnovationen
- ETF-Sparpläne: Marktübersicht

ETF-Anlegerschaft

- Anlageverhalten und ETF-Literacy
- ETF-Informationskanäle und FinFluencer
- Bedeutung der ETF-Anbietermarke
- ETFs in der Säule 3a und im freien Vermögen
- Aktive ETFs und Themen-ETFs
- Fazit

Anhang

Ausgangslage

Der **Markt für börsengehandelte Fonds** (Exchange-Traded Funds, kurz ETFs) **wächst** in der Schweiz weiterhin **stark**. ETFs ermöglichen eine **breite Diversifikation** bei vergleichsweise **geringen Kosten** und zeichnen sich durch **hohe Transparenz** und **Flexibilität** aus.

ETFs etablieren sich bei Schweizer Anlegenden insbesondere im freien Vermögen – also ausserhalb der privaten Altersvorsorge (Säule 3a) – als wichtiger Baustein. Steigendes **ETF-Wissen**, eine stärkere **Kosten- und Renditeorientierung** sowie die zunehmende **Eigenständigkeit** der Anlegerinnen und Anleger begünstigen die Nachfrage. Gleichzeitig erleichtern **(Online-)Banken, digitale Anlageangebote** und **ETF-Sparpläne** den Marktzugang. Die wachsende **Produktvielfalt** eröffnet zusätzliche Anlagemöglichkeiten, erhöht jedoch auch die **Komplexität** für Anlegerinnen und Anleger.

Die ETF-Anlegerstudie Schweiz 2026 untersucht den fortschreitenden **Paradigmenwechsel am Schweizer Fondsmarkt** und analysiert das **Verhalten Schweizer ETF-Anlegenden**.

Fragestellungen

Wie entwickelt sich der ETF-Markt in der Schweiz (Produktsicht)?

- Wie entwickeln sich Angebot, verwaltete Vermögen und Neugeldzuflüsse von ETFs?
- Welche Bedeutung gewinnen Produktinnovationen wie aktive ETFs und ETF-Sparpläne?

Wer investiert in ETFs und wie entwickelt sich das Anlageverhalten (Investorensicht)?

- Wie entwickelt sich die **ETF-Durchdringung** und welche Anlegergruppen treiben das Wachstum?
- Wie entwickelt sich das **ETF-Wissen** und wie werden ETFs eingesetzt?
- Welche **Informationskanäle** nutzen ETF-Anlegende und welche Rolle spielen **FinFluencer** im ETF-Vertrieb?
- Welche Bedeutung hat die **Marke des ETF-Anbieters** und wie bekannt sind die Anbieter?
- Wie verbreitet sind **ETF-Sparpläne** und wie bekannt sind **aktive ETFs**?

Methodik

Die Hochschule Luzern wurde von **finanzen.ch** beauftragt, den Schweizer ETF-Markt sowie das Anlageverhalten Schweizer Anleger in Bezug auf ETFs zu untersuchen.

Vom **28. Mai bis 9. Juni 2026** wurde in Zusammenarbeit mit dem Schweizer **Marktforschungsinstitut intervista** eine **repräsentative Umfrage bei 3'572 Personen** im Alter von 18 bis 79 Jahren in der Deutsch- und Westschweiz durchgeführt. Die Repräsentativität bezieht sich auf **Alter, Geschlecht und Sprachregion**.

Die vorliegende Studienpräsentation fasst **die Ergebnisse der Marktanalyse und der Befragung** zusammen und ergänzt diese durch Einschätzungen und Kommentare der Studienautoren.

Rundungsdifferenzen können dazu führen, dass sich die in einzelnen Grafiken ausgewiesenen Werte nicht exakt auf 100 Prozent summieren.

Der Schweizer ETF-Markt wächst weiter substanziell – quantitativ wie qualitativ.

- Das ETF-Angebot wächst seit 2021 jährlich um rund 10 Prozent, während das Angebot klassischer Anlagefonds stagniert. Schweizer Anlegenden stehen rund 1'700 ETFs zur Verfügung – 185 mehr als 2025.
- Obwohl ETFs erst 17 Prozent der Schweizer Publikumsfonds ausmachen, vereinen sie bereits 30 Prozent der Fondsvermögen. Seit 2023 haben sich die ETF-Vermögen mehr als verdoppelt.
- ETFs bleiben der Wachstumstreiber des Schweizer Fondsmarkts: Ihre Neugeldquote ist fünfmal höher als jene klassischer Anlagefonds – ein Indiz sich verschiebender Anlegerpräferenzen.
- Der ETF-Markt entwickelt sich auch qualitativ weiter: Bereits 13 Prozent der ETFs werden aktiv verwaltet, nahezu jede zweite ETF-Neulancierung entfällt auf einen aktiven ETF. ETFs sind damit nicht mehr ausschliesslich passive Anlageinstrumente, die Komplexität des ETF-Angebots steigt.
- Gleichzeitig nimmt das Interesse an aktiven ETFs zu: 37 Prozent der Anlegenden zeigen neuerdings Interesse – 10 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Passive ETFs bleiben jedoch deutlich die bevorzugte ETF-Anlageform.

Die ETF-Durchdringung in der Schweiz steigt – ETF-Anlegerinnen treiben das Wachstum.

- Die ETF-Durchdringung steigt innerhalb eines Jahres von 31 auf 35 Prozent und unterstreicht die zunehmende Verbreitung von ETFs bei Schweizer Anlegenden.
- Frauen tragen überdurchschnittlich zum Wachstum der ETF-Nutzung bei, ihr Anteil steigt gegenüber dem Vorjahr deutlich von 21 auf 27 Prozent. 70 Prozent des gesamten Zuwachses bei der ETF-Nutzung entfallen damit auf Frauen.
- Die zunehmende ETF-Nutzung von Frauen geht mit höherem ETF-Wissen einher: Der Anteil der Anlegerinnen mit Kenntnissen über das Minimalwissen hinaus steigt gegenüber dem Vorjahr deutlich um 6 Prozentpunkte.
- Ein möglicher Erklärungsansatz für die gestiegene ETF-Literacy von Frauen könnte die Reichweite weiblicher FinFluencer sowie deren Einfluss auf das Finanzwissen von Frauen sein.
- Jüngere Anlegende investieren deutlich häufiger in ETFs, wobei der Anteil bei den unter 45-Jährigen 44 Prozent gegenüber 26 Prozent bei älteren Anlegenden beträgt.
- Die ETF-Nutzung steigt deutlich mit zunehmendem Bildungsniveau.

FinFluencer erreichen primär jüngere ETF-Anlegende und haben bei ETF-Anlegerinnen einen besonders hohen Einfluss.

- FinFluencer erreichen vor allem jüngere ETF-Anlegende: 51 Prozent der unter 45-Jährigen hatten bereits Kontakt mit FinFluencern, gegenüber 18 Prozent der älteren ETF-Anlegenden.
- ETFs stechen bei FinFluencern klar hervor: 74 Prozent der ETF-Anlegenden mit FinFluencer-Kontakt haben dort ETF-Inhalte wahrgenommen.
- FinFluencer tragen insbesondere bei ETF-Anlegerinnen zur Finanzbildung bei, 77 Prozent berichten von einem verbesserten Finanzverständnis.
- Auch Anlageentscheidungen werden bei Frauen häufiger beeinflusst: 52 Prozent berichten von einem Einfluss – gegenüber 30 Prozent der Männer.
- Die Bekanntheit konzentriert sich auf wenige FinFluencer: Weibliche FinFluencer sind bei ETF-Anlegerinnen deutlich stärker präsent als bei Männern.
- Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass FinFluencer sowohl zur Finanzbildung beitragen als auch für Anlageentscheidungen relevant sind – speziell bei ETF-Anlegerinnen.

Die Bekanntheit des Anbieters ist ein wichtiges Entscheidungskriterium beim ETF-Kauf.

- Die Anbietermarke spielt beim ETF-Kauf eine wichtige Rolle, 64 Prozent der Schweizer ETF-Anlegenden messen der Bekanntheit des Produkthanbieters eine hohe Bedeutung bei.
- Markenbekanntheit schafft eine gewisse Zahlungsbereitschaft, ein Drittel der ETF-Anlegenden und 43 Prozent der Nicht-ETF-Anlegenden sind für einen bekannten Anbieter bereit, höhere Gebühren zu bezahlen.
- Die Zahlungsbereitschaft für eine bekannte Marke ist jedoch begrenzt. Ab einem Gebührenunterschied von mehr als 0.30 Prozentpunkten verliert die Anbieterbekanntheit insbesondere bei ETF-Anlegenden deutlich an Bedeutung.
- Die Markenbekanntheit im Schweizer ETF-Markt ist stark konzentriert, nur wenige Marken werden klar als ETF-Anbieter wahrgenommen. Die Hälfte der ETF-Anbieter in der Schweiz ist Schweizer ETF-Anlegenden kaum bekannt.
- Eine starke Markenpräsenz ist ein zentraler Erfolgsfaktor im ETF-Vertrieb an Privatanlegende, gleichzeitig bleiben wettbewerbsfähige Gebühren für die Kaufentscheidung massgeblich.

ETFs gehören bei jüngeren Anlegenden zu den bevorzugten Anlageformen im freien Vermögen, in Säule-3a-Produkten sind ETFs selten.

- Drei Viertel der Schweizer Anlegenden investieren einen Teil ihres frei verfügbaren Vermögens. 71 Prozent investieren dabei weniger als die Hälfte davon.
- Bei den unter 45-Jährigen gehören ETFs mit 52 Prozent neben Direktanlagen zu den bevorzugten Anlageformen im freien Vermögen, klassische Anlagefonds werden dabei lediglich von 39 Prozent genutzt.
- Bei Anlegenden über 45 Jahren dominieren dagegen Direktanlagen und klassische Anlagefonds, ETFs liegen mit einer Nutzung von 31 Prozent lediglich an dritter Stelle.
- In der privaten Altersvorsorge (Säule 3a) spielen ETFs eine untergeordnete Rolle, da digitale Säule-3a-Anbieter mit passivem Anlagefokus überwiegend auf Indexfonds setzen.

In der Schweiz werden über 110'000 selbstverwaltete ETF-Sparpläne genutzt.

- Das Angebot an ETF-basierten Anlagelösungen ist breit, unter den 25 untersuchten Anbietern finden sich sowohl selbstverwaltete ETF-Sparpläne als auch ETF-Anlagelösungen mit vorgegebener Strategie.
- In der Schweiz bestehen mehr als 110'000 selbstverwaltete ETF-Sparpläne, in denen über CHF 0.8 Mrd. investiert sind.
- Im europäischen Vergleich sind ETF-Sparpläne damit in der Schweiz noch wenig verbreitet, wobei die geringe Bekanntheit eine wesentliche Hürde für eine stärkere Nutzung darstellt.
- ETF-Sparpläne bieten weiteres Wachstumspotenzial. Bislang nutzen erst 14 Prozent der Anlegenden im freien Vermögen einen ETF-Sparplan, während rund ein Drittel Interesse an einem solchen Angebot zeigt. Besonders verbreitet sind ETF-Sparpläne bei jüngeren Anlegenden, 73 Prozent der heutigen Nutzenden sind unter 45 Jahre alt.
- ETF-Anlagelösungen mit vorgegebener Strategie sind mit mindestens 120'000 Portfolios ähnlich verbreitet, verwalten mit mindestens CHF 6.6 Mrd. jedoch ein deutlich grösseres Vermögen.

Management Summary

ETF-Markt Schweiz

- Entwicklung: Angebot, verwaltete Vermögen & Neugeld, Produktinnovationen
- ETF-Sparpläne: Marktübersicht

ETF-Anlegerschaft

- Anlageverhalten und ETF-Literacy
- ETF-Informationskanäle und FinFluencer
- Bedeutung der ETF-Anbietermarke
- ETFs in der Säule 3a und im freien Vermögen
- Aktive ETFs und Themen-ETFs
- Fazit

Anhang

ETF-Markt Schweiz

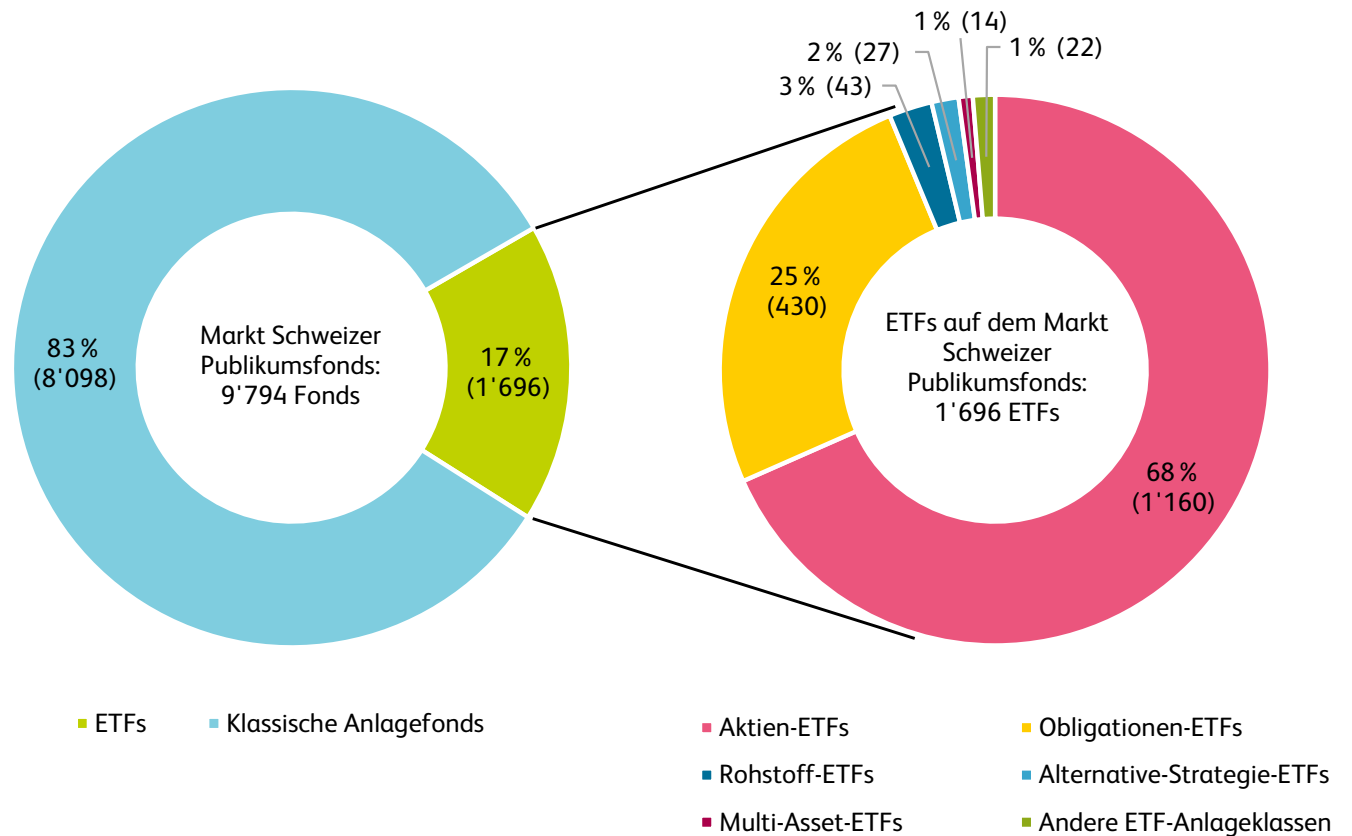
Entwicklung: Angebot

Erkenntnisse

- Gemessen an der Anzahl Fonds bleibt der ETF-Markt im Schweizer Fondsuniversum trotz starkem Wachstum mit einem Marktanteil von 17 Prozent vergleichsweise klein.
- Aktien-ETFs dominieren das Angebot und bilden mit 68 Prozent (1'160 Produkte) die mit Abstand grösste Anlageklasse.
- Obligationen bilden mit einem Anteil von 25 Prozent die zweitgrösste ETF-Anlageklasse.
- Rohstoffe und weitere Anlageklassen spielen im ETF-Angebot nur eine untergeordnete Rolle.

Daten: FINMA (2026) und Morningstar (2026), per 30.06.2026.

Anlegern in der Schweiz stehen 1'700 ETFs zur Verfügung, Aktien-ETFs dominieren klar



ETF-Markt Schweiz

Entwicklung: Angebot

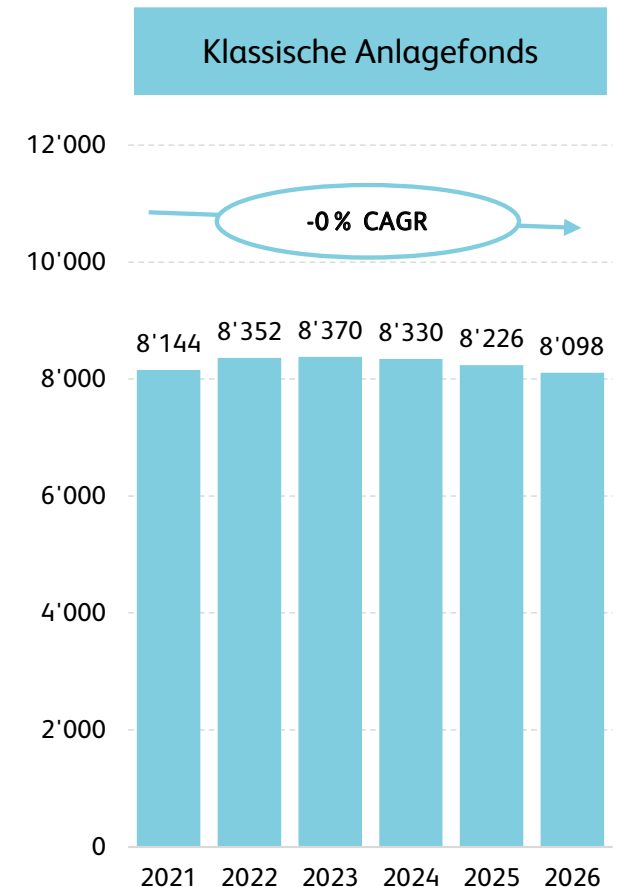
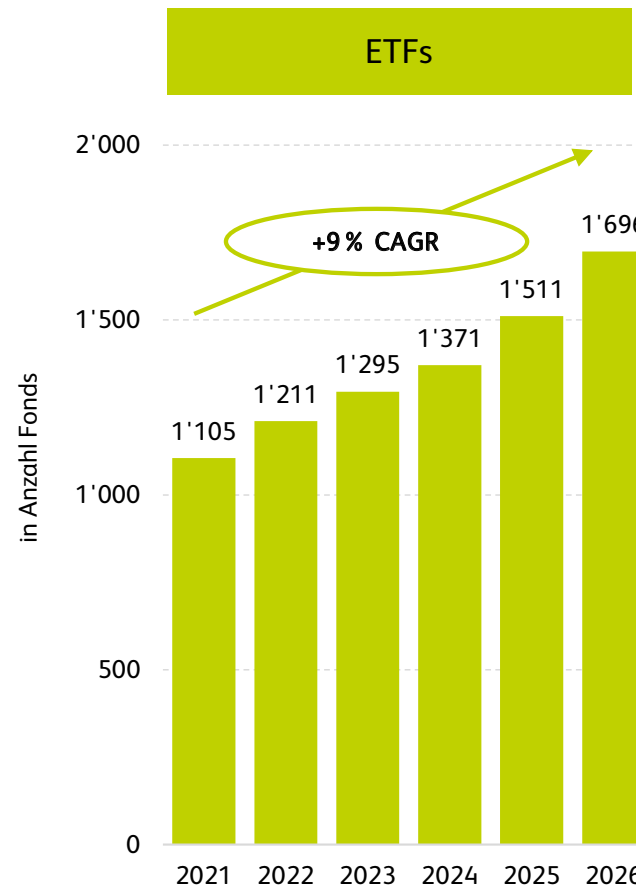
Erkenntnisse

- Seit 2021 wächst das ETF-Angebot im Schweizer Fondsmarkt kontinuierlich, während das Angebot klassischer Anlagefonds stagniert oder leicht rückläufig ist.
- Zwischen 2021 und 2026 ist das ETF-Angebot in der Schweiz jährlich um durchschnittlich 9 Prozent gewachsen.
- Die Sättigung bei klassischen Anlagefonds veranlasst auch etablierte Anbieter, ihr ETF-Angebot gezielt auszubauen.

CAGR = durchschnittliche jährliche Wachstumsrate

Daten: FINMA (2026) und Morningstar (2026), jeweils per 30.06 und in Anzahl Fonds.

Das Fondsangebot wandelt sich – bei Neulancierungen setzen Anbieter zunehmend auf ETFs



ETF-Markt Schweiz

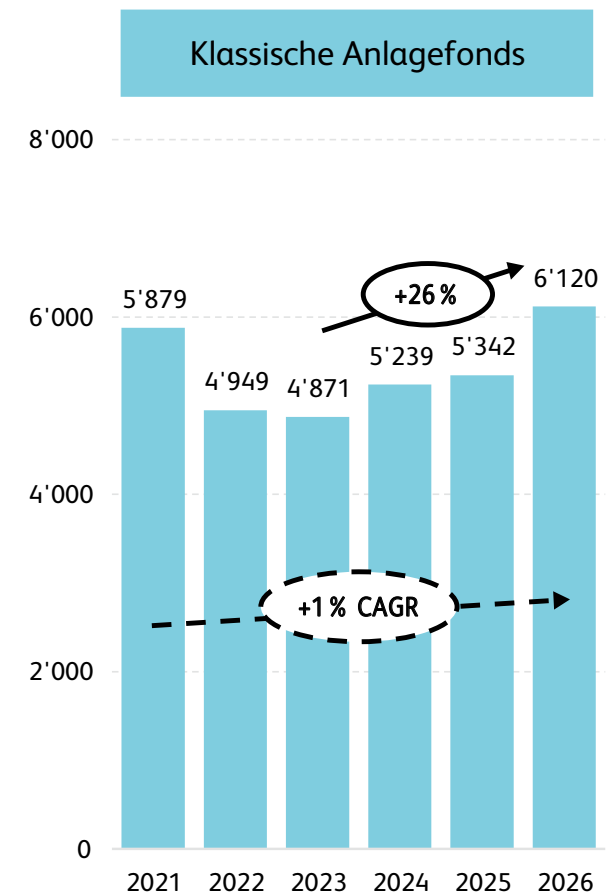
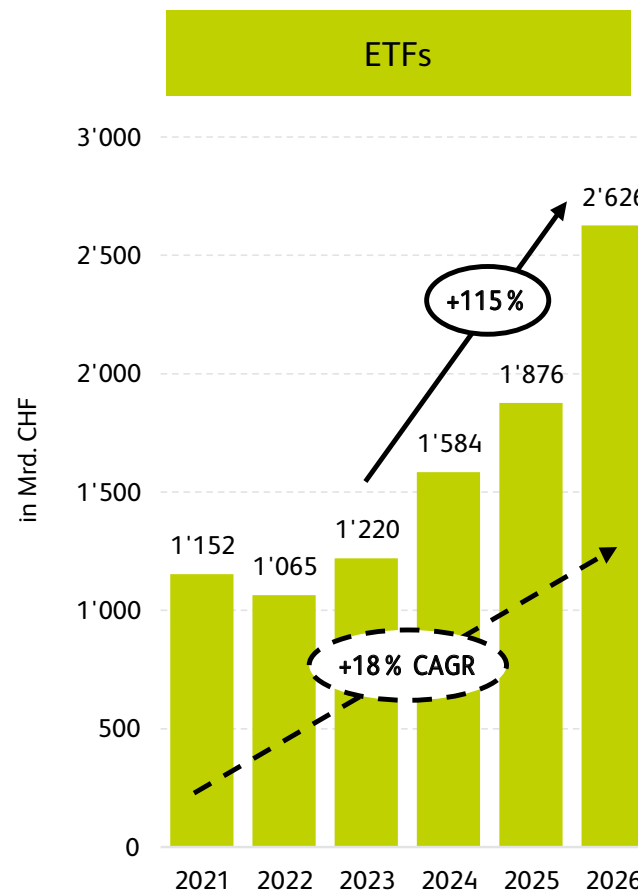
Entwicklung: verwaltete Vermögen & Neugeld

Erkenntnisse

- Das in ETFs verwaltete Vermögen hat sich seit 2021 mehr als verdoppelt (+115 Prozent) und erreichte per 30. Juni 2026 über CHF 2'600 Mrd., während klassische Anlagefonds im gleichen Zeitraum lediglich um 26 Prozent gewachsen sind.
- Auch mittelfristig weisen ETFs eine deutlich höhere Wachstumsdynamik auf: Zwischen 2021 und 2026 wuchsen die ETF-Vermögen jährlich um durchschnittlich 18 Prozent gegenüber lediglich 1 Prozent bei klassischen Anlagefonds.
- Die zunehmende Verlagerung der Fondsvermögen in ETFs deutet auf einen strukturellen Wandel im Schweizer Fondsmarkt hin.

Daten: FINMA (2026) und Morningstar (2026), jeweils per 30.06 und in Mrd. CHF.

Struktureller Wandel im Fondsmarkt: ETF-Vermögen haben sich seit 2021 mehr als verdoppelt



ETF-Markt Schweiz

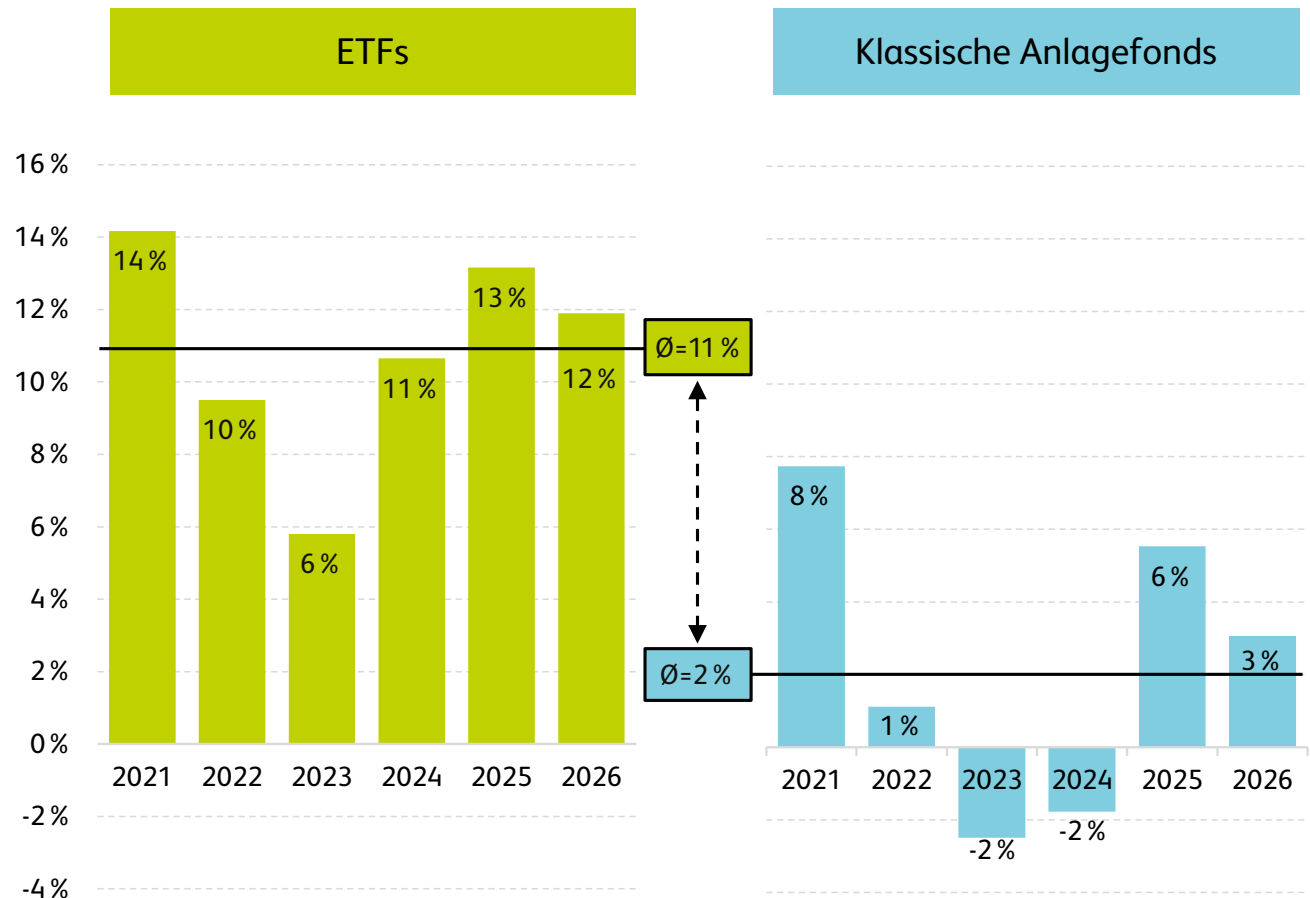
Entwicklung: verwaltete Vermögen & Neugeld

Erkenntnisse

- Zwischen 2021 und 2026 lag die durchschnittliche Nettoneugeldquote von ETFs bei 11 Prozent, gegenüber lediglich 2 Prozent bei klassischen Anlagefonds.
- ETFs verzeichneten seit 2021 durchgehend positive Nettoneugeldquoten, während klassische Anlagefonds 2023 und 2024 Nettoabflüsse von jeweils rund 2 Prozent aufwiesen.
- Die deutlich höheren Nettoneugeldquoten von ETFs unterstreichen die strukturelle Verschiebung der Anlegerpräferenzen zugunsten von ETFs.

Daten: FINMA (2026) und Morningstar (2026), jeweils per 30.06.

Neugeldzuflüsse unterstreichen die Verschiebung der Anlegerpräferenzen zugunsten von ETFs



Definition Nettoneugeldquote

Die Nettoneugeldquote misst die Netto-Neugeldzuflüsse (Zuflüsse minus Abflüsse) von Mitte Jahr bis Mitte Jahr (30.6.) relativ zum verwalteten Vermögen.

ETF-Markt Schweiz

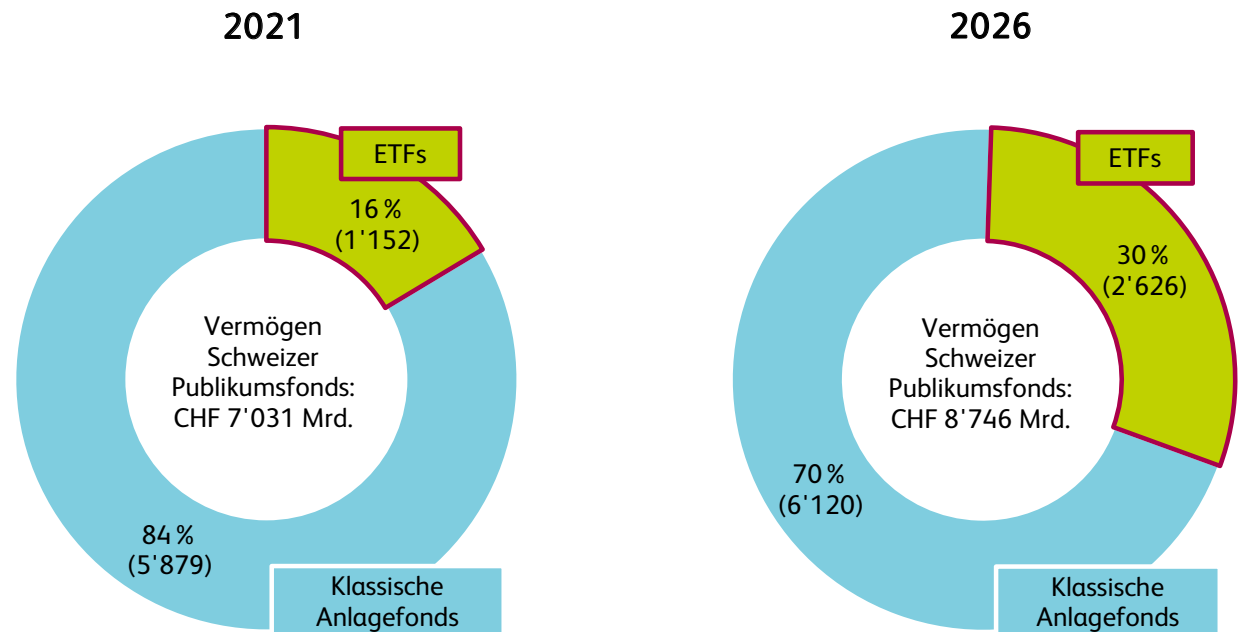
Entwicklung: verwaltete Vermögen & Neugeld

Erkenntnisse

- ETFs vereinen mittlerweile 30 Prozent des verwalteten Vermögens im Schweizer Publikumsfondsmarkt auf sich und erreichen ein Fondsvermögen von CHF 2'626 Mrd.
- Mit einem Marktanteil von 70 Prozent (CHF 6'120 Mrd.) dominieren klassische Anlagefonds den Schweizer Fondsmarkt weiterhin.
- Seit 2021 wachsen die ETF-Vermögen deutlich dynamischer als jene klassischer Anlagefonds. Dadurch hat sich ihr Marktanteil innerhalb von fünf Jahren nahezu verdoppelt.

Daten: FINMA (2026) und Morningstar (2026), jeweils per 30.06.

ETF-Anteil am Schweizer Fondsmarkt verdoppelt sich innerhalb von fünf Jahren



ETF-Markt Schweiz

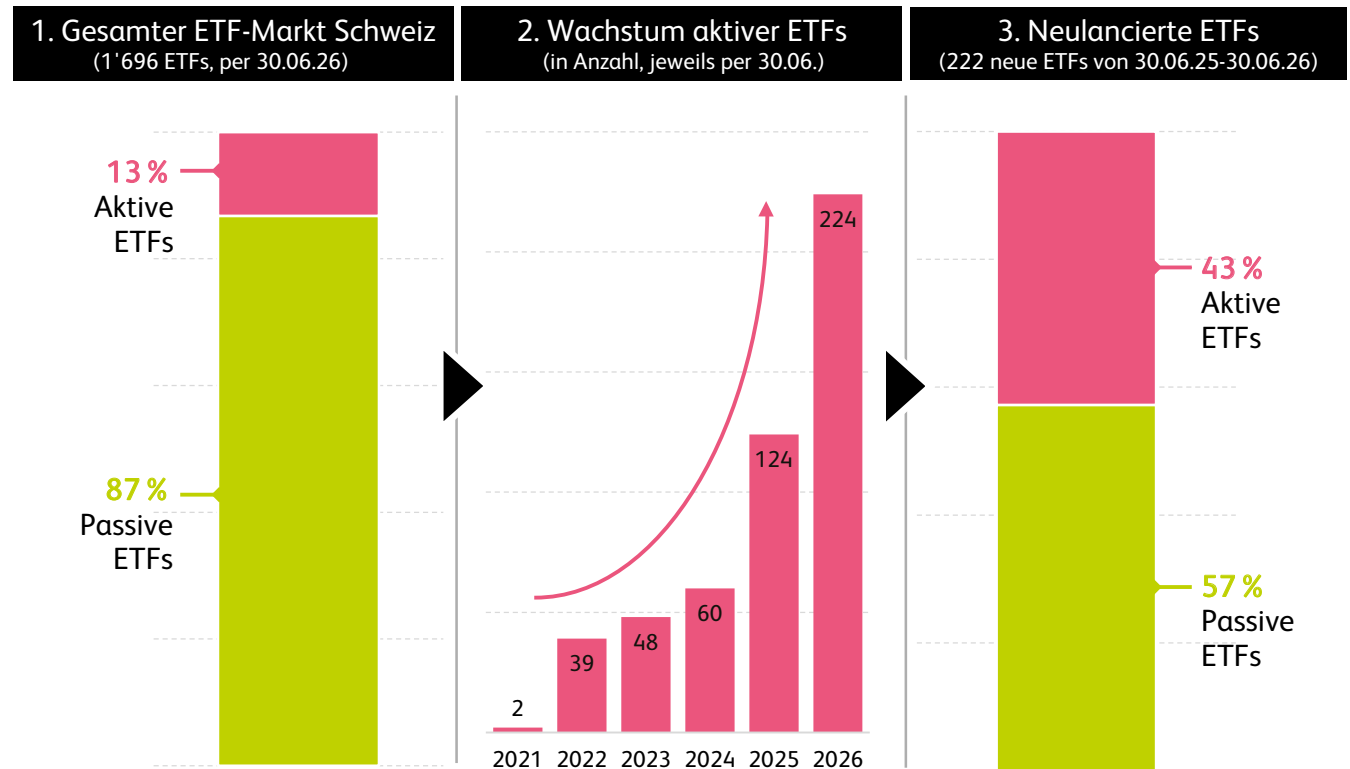
Entwicklung: Produktinnovationen

Erkenntnisse

- Aktive ETFs gewinnen an Bedeutung, stellen mit 13 Prozent des ETF-Angebots jedoch weiterhin ein Nischensegment dar.
- Das Angebot aktiver ETFs wächst dynamisch und hat seit 2025 um 80 Prozent zugenommen.
- Fast jede zweite ETF-Neulancierung zwischen Juni 2025 und Juni 2026 entfiel auf aktive ETFs und verdeutlicht die hohe Wachstumsdynamik des Segments.
- Aktive ETFs sind im Durchschnitt rund ein Drittel teurer als passive ETFs und weisen laufende Kosten von 0.35 gegenüber 0.26 Prozent auf.
- Die zunehmende Verbreitung aktiver ETFs erhöht die Komplexität des ETF-Marktes, da ETFs nicht mehr ausschliesslich für passive, indexbasierte Anlagestrategien stehen.

Daten: FINMA (2026) und Morningstar (2026).

Aktive ETFs erweitern das Produktangebot und erhöhen die Komplexität für Anleger



Definition aktiver ETF

Aktive ETFs sind börsengehandelte Fonds, deren Portfolio aktiv durch ein Fondsmanagement verwaltet wird. Im Gegensatz zu passiven ETFs, die einen Referenzindex nachbilden, verfolgt das Management das Ziel, durch aktive Anlageentscheidungen eine Überrendite gegenüber dem Markt zu erzielen.

Management Summary

ETF-Markt Schweiz

- Entwicklung: Angebot, verwaltete Vermögen & Neugeld, Produktinnovationen
- ETF-Sparpläne: Marktübersicht

ETF-Anlegerschaft

- Anlageverhalten und ETF-Literacy
- ETF-Informationskanäle und FinFluencer
- Bedeutung der ETF-Anbietermarke
- ETFs in der Säule 3a und im freien Vermögen
- Aktive ETFs und Themen-ETFs
- Fazit

Anhang

ETF-Markt Schweiz

ETF-Sparpläne: Marktübersicht

Erkenntnisse

- Die Hälfte der untersuchten Anbieter bietet ausschliesslich ETF-Sparpläne zur selbstständigen Anlage an.
- Ein Drittel der Anbieter setzt auf strategiebasierte ETF-Anlagelösungen in Form verwalteter ETF-Portfolios (z.B. Robo-Advisors).
- Hybride Anbieter bleiben die Ausnahme, lediglich vier Anbieter bieten sowohl ETF-Sparpläne in Eigenregie als auch strategiebasierte Anlagelösungen an.
- Das Angebot ETF-basierter Anlagelösungen ist im Schweizer Markt damit breit aufgestellt. Insgesamt sind die Angebote aber noch vergleichsweise jung, viele sind erst in den letzten Jahren entstanden.

Daten: Untersucht wurden Anbieter von ETF-Sparplänen und ETF-Anlagelösungen in der Schweiz per Q1 2026. Die Anbieterübersicht folgt auf der nächsten Seite.

Die Schweiz verfügt über ein breites Angebot an ETF-Sparplänen und ETF-Anlagelösungen

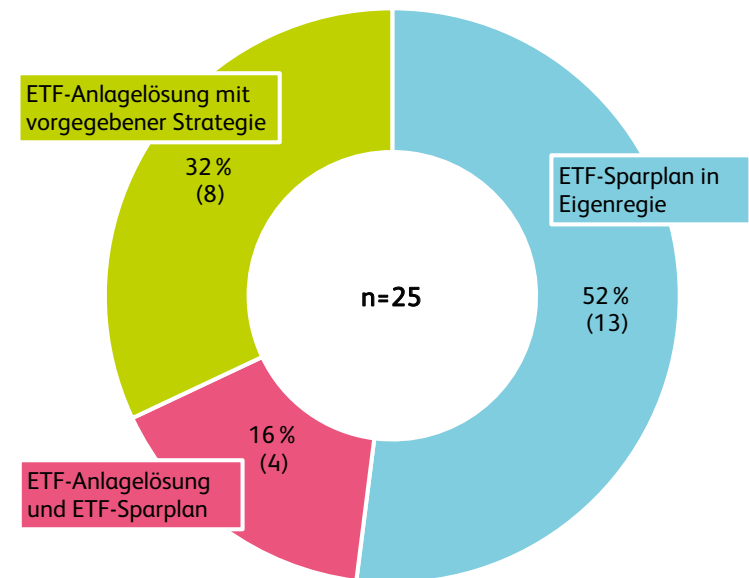
ETF-Sparplan in Eigenregie

Ein ETF-Sparplan in Eigenregie ist eine Anlagelösung, bei der Anleger eigenständig ETFs auswählen und regelmässig automatisiert einen festgelegten Betrag investieren. Die Zusammenstellung und Überwachung des Portfolios liegt in der Verantwortung der Anleger.

ETF-Anlagelösung mit vorgegebener Strategie

Eine ETF-Anlagelösung mit vorgegebener Strategie bezeichnet eine Anlagelösung, bei der ein Anbieter ein auf ETFs basierendes Portfolio nach einer definierten Anlagestrategie zusammenstellt und verwaltet. Die Auswahl und Gewichtung der ETFs sowie die Investition der Gelder erfolgen automatisiert durch den Anbieter (z.B. Robo-Advisor).

Anbieter von ETF-Sparplänen und ETF-Anlagelösungen



ETF-Markt Schweiz

ETF-Sparpläne: Marktübersicht

Frage

Sind Ihnen folgende Anbieter als Anbieter von ETF-Sparplänen/ETF-Anlagelösungen bekannt?

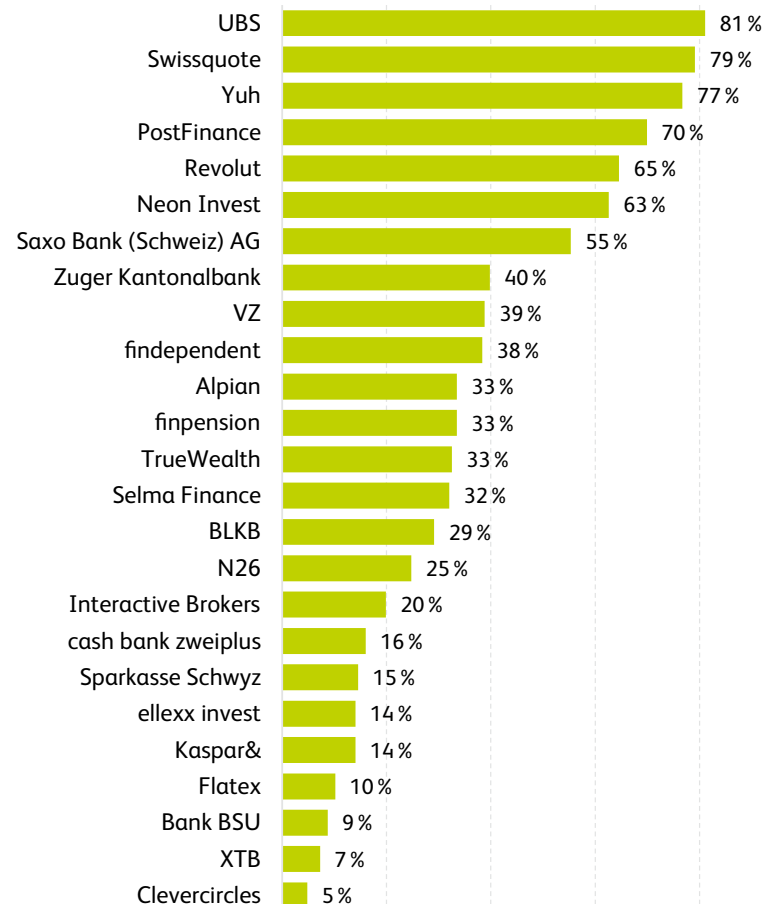
Gefragt wurden Nutzer entsprechender Anlageformen (vgl. Kapitel 2).

Erkenntnisse

- UBS, Swissquote, Yuh und PostFinance bilden die Spitzengruppe bei der Anbieterbekanntheit.
- Auch gewisse digitale Anbieter erreichen eine hohe Bekanntheit. Revolut, Neon Invest und Saxo Bank (Schweiz) AG weisen Werte von über 50 Prozent auf.
- Die Anbieterbekanntheit weist ein starkes Gefälle auf. Viele ausländische und kleinere Schweizer Anbieter sind nur wenig bekannt.
- Revolut bildet unter den ausländischen Anbietern eine Ausnahme und erreicht eine vergleichsweise hohe Bekanntheit.

Etablierte Banken und grössere digitale Anbieter erzielen die höchste Bekanntheit

Bekanntheit von Anbietern von ETF-Sparplänen und ETF-Anlagelösungen unter Nutzern entsprechender Angebote im freien Vermögen
(n=210)



Bekanntheitsgrad

Sehr hohe Bekanntheit

Hohe Bekanntheit

Mittlere Bekanntheit

Niedrige Bekanntheit

Sehr niedrige Bekanntheit

ETF-Markt Schweiz

ETF-Sparpläne: Marktübersicht

In der Schweiz bestehen über 110'000 selbstverwaltete ETF-Sparpläne

Erkenntnisse

- In der Schweiz bestehen mehr als 110'000 ETF-Sparpläne in Eigenregie mit einem verwalteten Vermögen von mindestens CHF 0.8 Mrd. und einer durchschnittlichen Sparplangrösse (AuM) von CHF 14'000.
- ETF-Anlagelösungen mit vorgegebener Strategie umfassen mindestens 120'000 Portfolios und verwalten CHF 6.6 Mrd., wobei die mittlere Portfoliogrösse mehr als doppelt so hoch ist wie bei selbstverwalteten ETF-Sparplänen.
- Im europäischen Vergleich deuten die Daten auf eine tendenziell geringere Verbreitung selbstverwalteter ETF-Sparpläne in der Schweiz hin. In Kontinentaleuropa wurden Mitte 2025 bereits monatlich über 15 Millionen ETF-Sparpläne ausgeführt.*

* Vgl. ExtraETF (2026).

	Anbieter		ETF-Sparpläne / ETF-Anlagelösungen		
	Anzahl	Offenlegungen	Total Anzahl	Median der Ø Grösse in CHF (AuM)	Total Vermögen
ETF-Sparplan in Eigenregie	17	7	110'000	14'000	0.8 Mrd.
ETF-Anlagelösung mit vorgegebener Strategie	12	5	120'000	34'000	6.6 Mrd.



Der Markt für ETF-Sparpläne und ETF-Anlagelösungen in der Schweiz

Im Rahmen der Studie wurden 25 Anbieter von ETF-Sparplänen und ETF-Anlagelösungen in der Schweiz befragt. 10 der 15 bekanntesten Anbieter (siehe vorherige Seite) legten produktspezifische Daten vertraulich offen. Die aggregierten Angaben zu Anzahl Sparplänen und verwaltetem Vermögen sind daher als Untergrenze des Schweizer Marktes zu verstehen. Datenstand ist Mitte 2026. «Total Anzahl» und «Total Vermögen» entsprechen jeweils der Summe der offengelegten Angaben. Für den «Median der Ø Grösse in CHF (AuM)» wurde zuerst für jeden Anbieter die durchschnittliche Grösse eines Sparplans bzw. einer Anlagelösung berechnet. Dazu wurde das gesamte verwaltete Vermögen des Anbieters durch die Anzahl seiner Sparpläne bzw. Anlagelösungen geteilt. Aus diesen Durchschnittswerten wurde anschliessend der Median über alle Anbieter ermittelt.

Management Summary

ETF-Markt Schweiz

- Entwicklung: Angebot, verwaltete Vermögen & Neugeld, Produktinnovationen
- ETF-Sparpläne: Marktübersicht

ETF-Anlegerschaft

- Anlageverhalten und ETF-Literacy
- ETF-Informationskanäle und FinFluencer
- Bedeutung der ETF-Anbietermarke
- ETFs in der Säule 3a und im freien Vermögen
- Aktive ETFs und Themen-ETFs
- Fazit

Anhang

ETF-Anlegerschaft

Anlageverhalten

Fragen

Haben Sie derzeit Geld in irgendeiner Form investiert (z.B. Aktien, Obligationen; ohne Wohneigentum/Pensionskassenguthaben)?

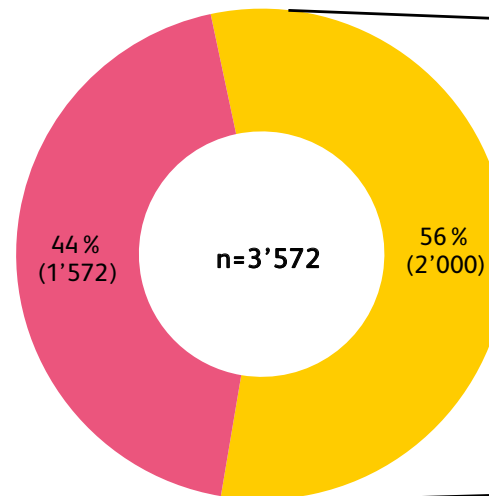
Nutzen Sie ETFs als Anlageform?

Erkenntnisse

- 56 Prozent der erwachsenen Schweizer Bevölkerung besitzen Finanzanlagen wie Aktien, Obligationen oder Fonds.
- Unter diesen Anlegern nutzen 35 Prozent ETFs als Anlageform; 65 Prozent investieren bislang nicht in ETFs.
- Bezogen auf die gesamte erwachsene Bevölkerung entspricht dies rechnerisch rund 20 Prozent, die in ETFs investiert sind.
- ETFs haben sich bei einem substantiellen Teil der Anlegerschaft bereits etabliert, gleichzeitig besteht noch weiteres Wachstumspotenzial.

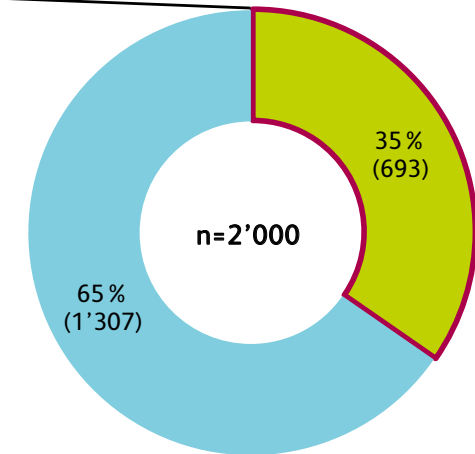
56 Prozent der Schweizer besitzen Finanzanlagen –
35 Prozent davon investieren in ETFs

Anteil der Bevölkerung,
die Finanzanlagen besitzen



■ Anleger ■ Nicht-Anleger

Anteil Anleger in der Schweiz,
die ETFs besitzen



■ ETF-Anleger ■ Nicht-ETF-Anleger

ETF-Anlegerschaft

Anlageverhalten

Frage

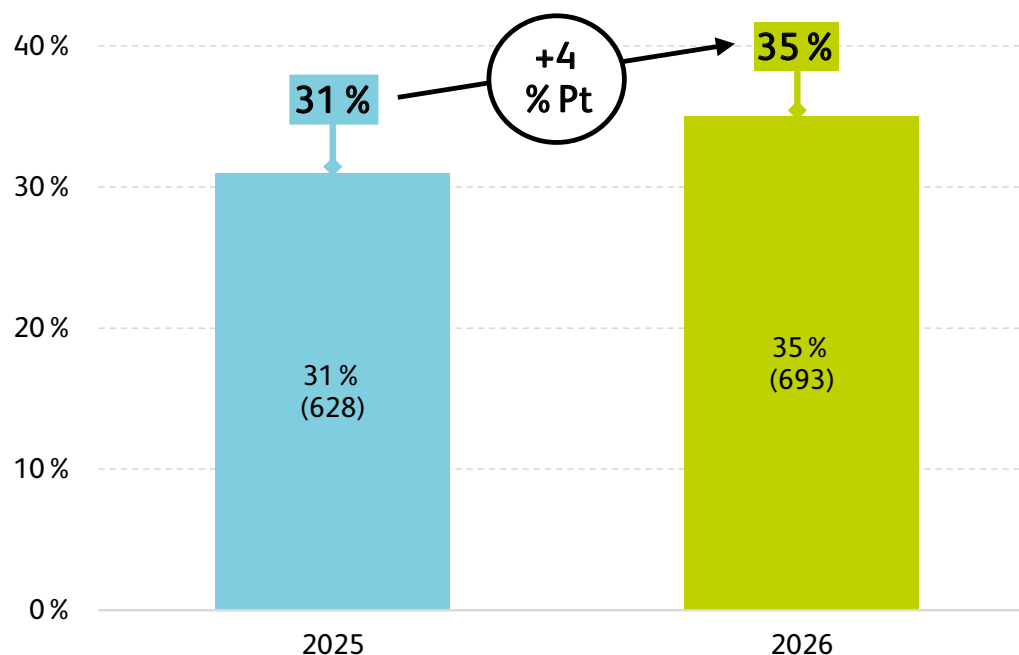
Nutzen Sie ETFs als Anlageform?

Erkenntnisse

- Die ETF-Durchdringung steigt innerhalb eines Jahres um 4 Prozentpunkte auf 35 Prozent.
- Gleichzeitig steigt die Zahl der ETF-Anleger in der Stichprobe von 628 auf 693
 - ein Plus von über 10 Prozent.
- Mittlerweile investiert mehr als jeder dritte Schweizer Anleger in ETFs und der Wachstumstrend hält an.
- Die steigende ETF-Durchdringung unterstreicht die zunehmende Akzeptanz von ETFs bei Schweizer Anlegern.

Die ETF-Durchdringung in der Schweiz steigt deutlich von 31 auf 35 Prozent

**Der Anteil Schweizer Anleger,
die ETFs besitzen: 2025 vs. 2026**
(2025: n=2'005, 2026: n=2'000)



ETF-Anlegerschaft

Anlageverhalten

Frage

Nutzen Sie ETFs als Anlageform?

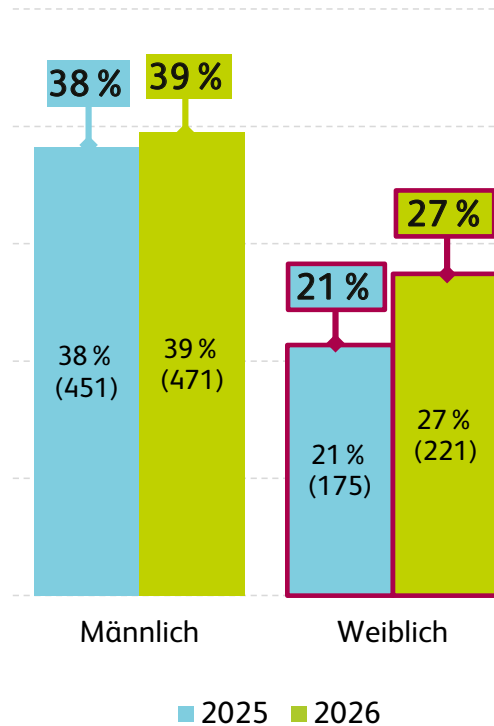
Erkenntnisse

- Das Wachstum der ETF-Nutzung wird insbesondere von weiblichen und jüngeren Anlegern unter 45 Jahren getragen.
- Der Anteil weiblicher ETF-Anleger stieg gegenüber 2025 um 6 Prozentpunkte von 21 auf 27 Prozent, bei den unter 45-Jährigen erhöhte sich die ETF-Durchdringung um 4 Prozentpunkte.
- Bei Männern und Anlegern ab 45 Jahren fiel der Anstieg der ETF-Nutzung deutlich geringer aus.
- Damit entfallen rechnerisch 70 Prozent des beobachteten Wachstums der ETF-Nutzung auf Frauen, lediglich 30 Prozent auf Männer.
- Die wachsende ETF-Nutzung weiblicher Anleger zeigt sich auch in Europa.*

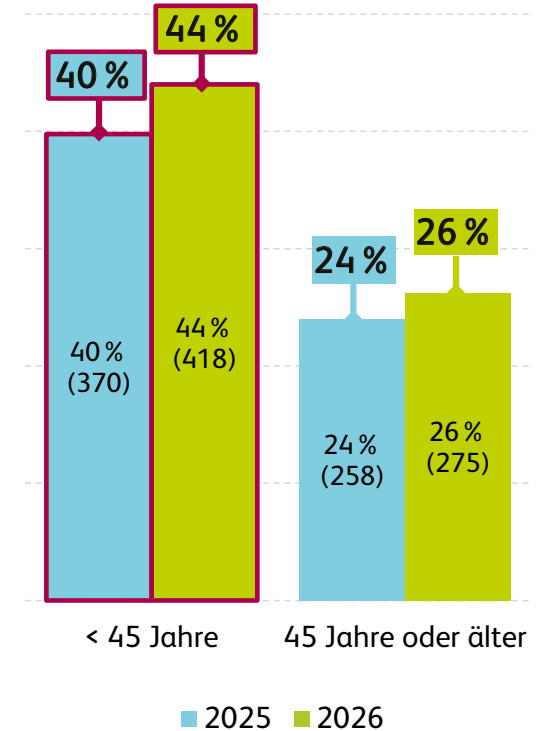
* Vgl. BlackRock (2025).

Jüngere und weibliche Anleger treiben den Anstieg der ETF-Durchdringung

Anteil ETF-Anleger nach Geschlecht



Anteil ETF-Anleger nach Alter



ETF-Anlegerschaft

Anlageverhalten

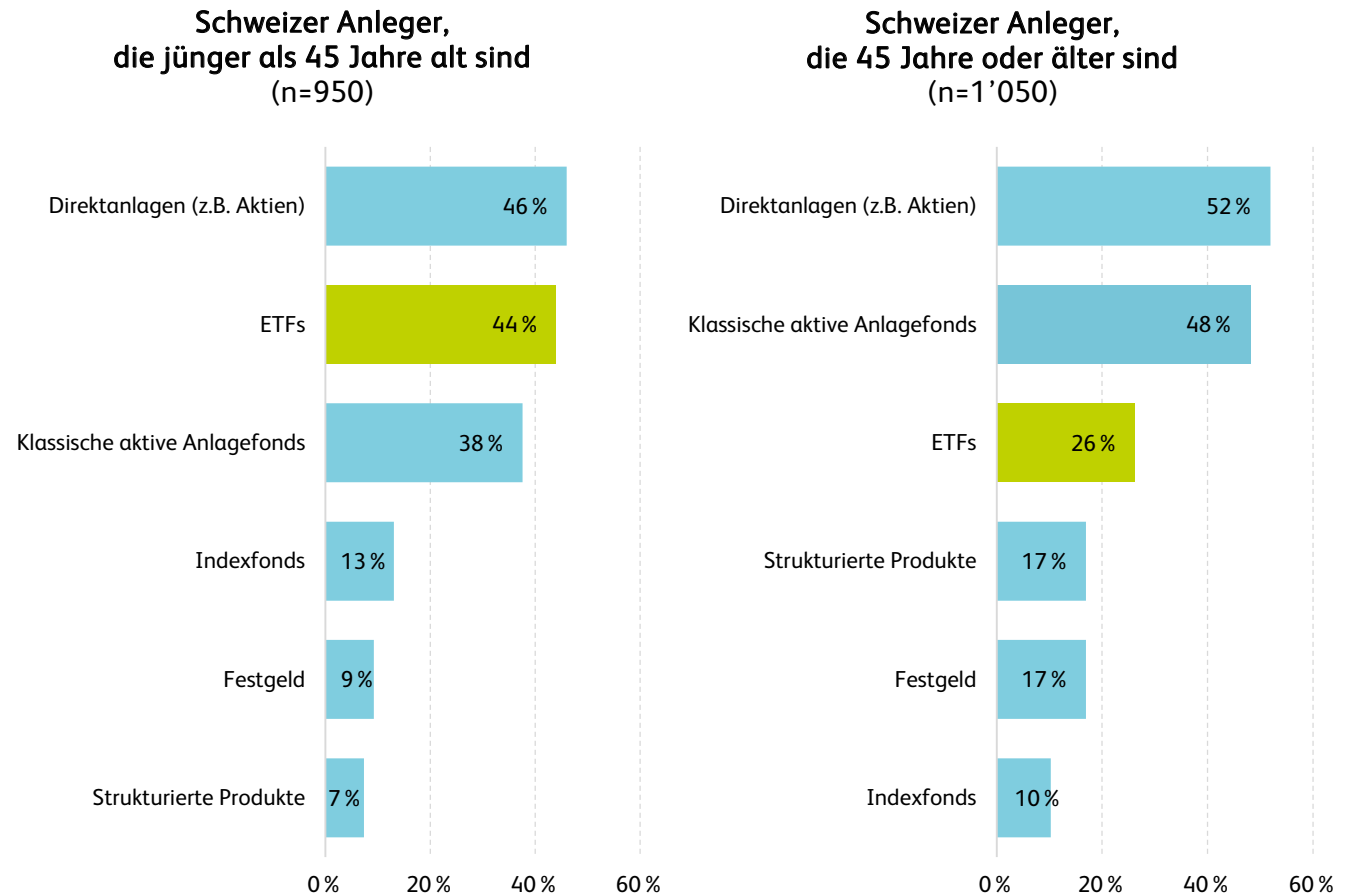
Frage

Welche dieser Anlageformen nutzen Sie zurzeit?
(Mehrfachauswahl möglich)

Erkenntnisse

- Jüngere Anleger investieren mit 44 Prozent deutlich häufiger in ETFs als ältere Anleger mit 26 Prozent.
- Direktanlagen wie Aktien zählen unabhängig vom Alter zu den bevorzugten Anlageformen.
- Die Anlagepräferenzen unterscheiden sich deutlich nach Alter, jüngere Anleger bevorzugen häufiger ETFs, während ältere Anleger stärker auf klassische aktive Anlagefonds setzen.

Generationenunterschiede bei Fondspräferenz: ETFs für Jüngere, klassische Anlagefonds für Ältere



ETF-Anlegerschaft

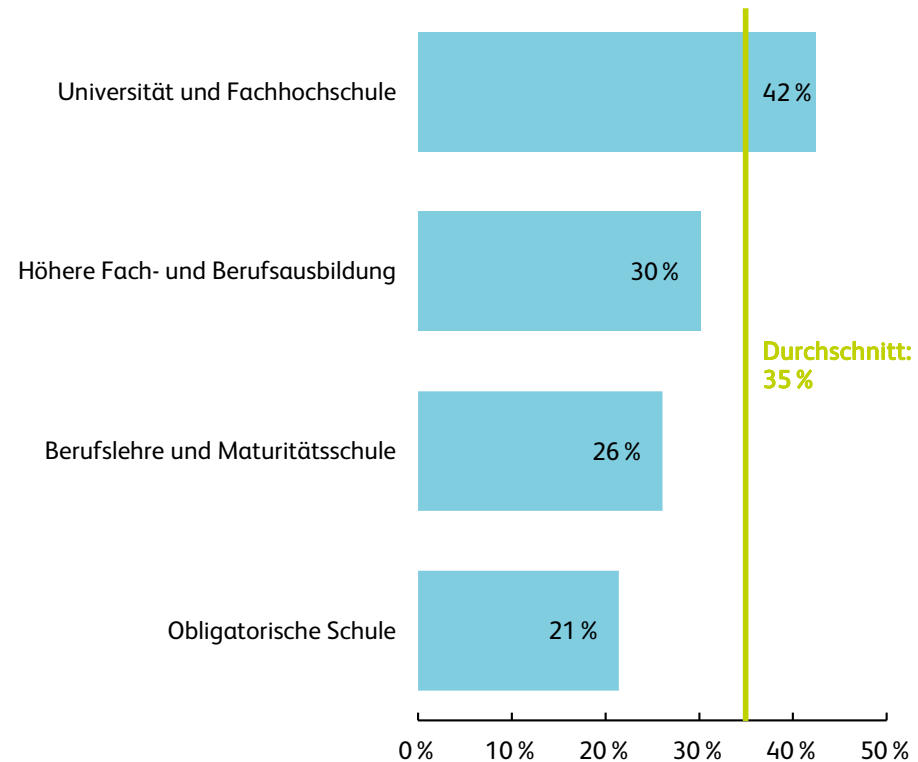
Anlageverhalten

Erkenntnisse

- Die Verbreitung von ETFs unterscheidet sich deutlich nach Bildungsniveau.
- Mit zunehmendem Bildungsniveau steigt der Anteil der ETF-Anleger kontinuierlich an.
- Bei Anlegern mit Hochschulabschluss (Universität/Fachhochschule) liegt die ETF-Durchdringung mit 42 Prozent am höchsten.
- Bei Anlegern mit Berufslehre oder Maturität liegt sie mit 26 Prozent deutlich tiefer.
- Das Bildungsniveau erweist sich damit als wichtiger Indikator für die ETF-Verbreitung.

Die ETF-Durchdringung steigt deutlich mit dem Bildungsniveau

Der Anteil ETF-Anleger
nach Bildungsniveau
(n=2'000)



ETF-Anlegerschaft

ETF-Literacy

Frage

Den Befragten wurden acht Aussagen zu ETFs vorgelegt (vgl. nächste Seite), die mit «richtig», «falsch» oder «weiss nicht» zu beantworten waren. Auf Basis der Anzahl korrekter Antworten erfolgte eine Zuordnung zu den Wissenskategorien.*

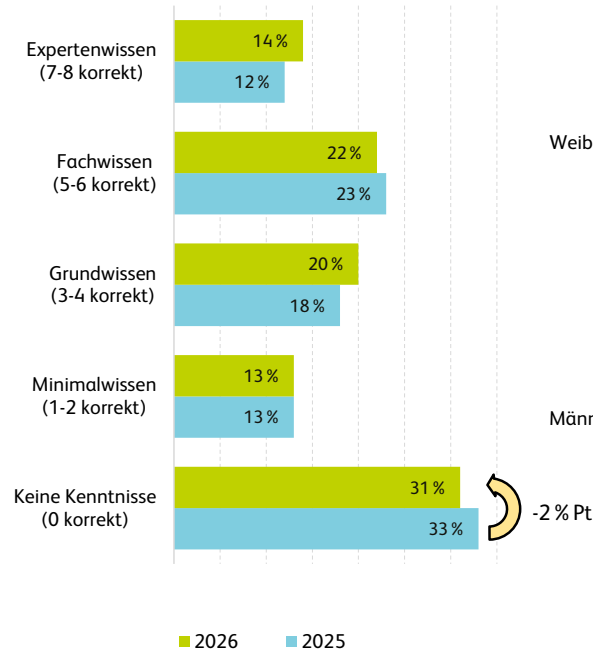
Erkenntnisse

- Das ETF-Wissen bleibt insgesamt weitgehend stabil. Der Anteil ohne ETF-Kenntnisse sinkt gegenüber 2025 jedoch um 2 Prozentpunkte.
- Frauen holen deutlich auf: Der Anteil mit mindestens Grundwissen steigt von 38 auf 44 Prozent (+6 Prozentpunkte). Bei Männern zeigt sich keine Veränderung.
- Die Wissenslücke zwischen Frauen und Männern wird damit kleiner, bleibt aber deutlich bestehen.

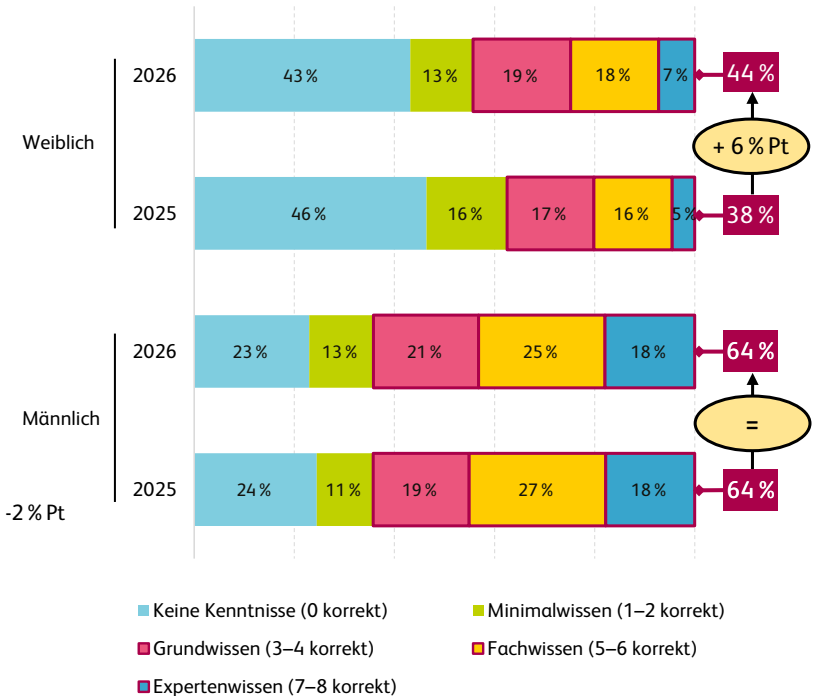
* In Anlehnung an Bucher-Koenen et al. (2024) und Anderson et al. (2017) werden «Weiss nicht»-Antworten als falsch bewertet.

ETF-Kenntnisse von Frauen steigen deutlich, Wissenslücke zu Männern wird kleiner

ETF-Literacy
(2025: n=2'005, 2026: n=2'000)



ETF-Literacy nach Geschlecht
(2025: n=2'005, 2026: n=2'000)



ETF-Anlegerschaft

ETF-Literacy

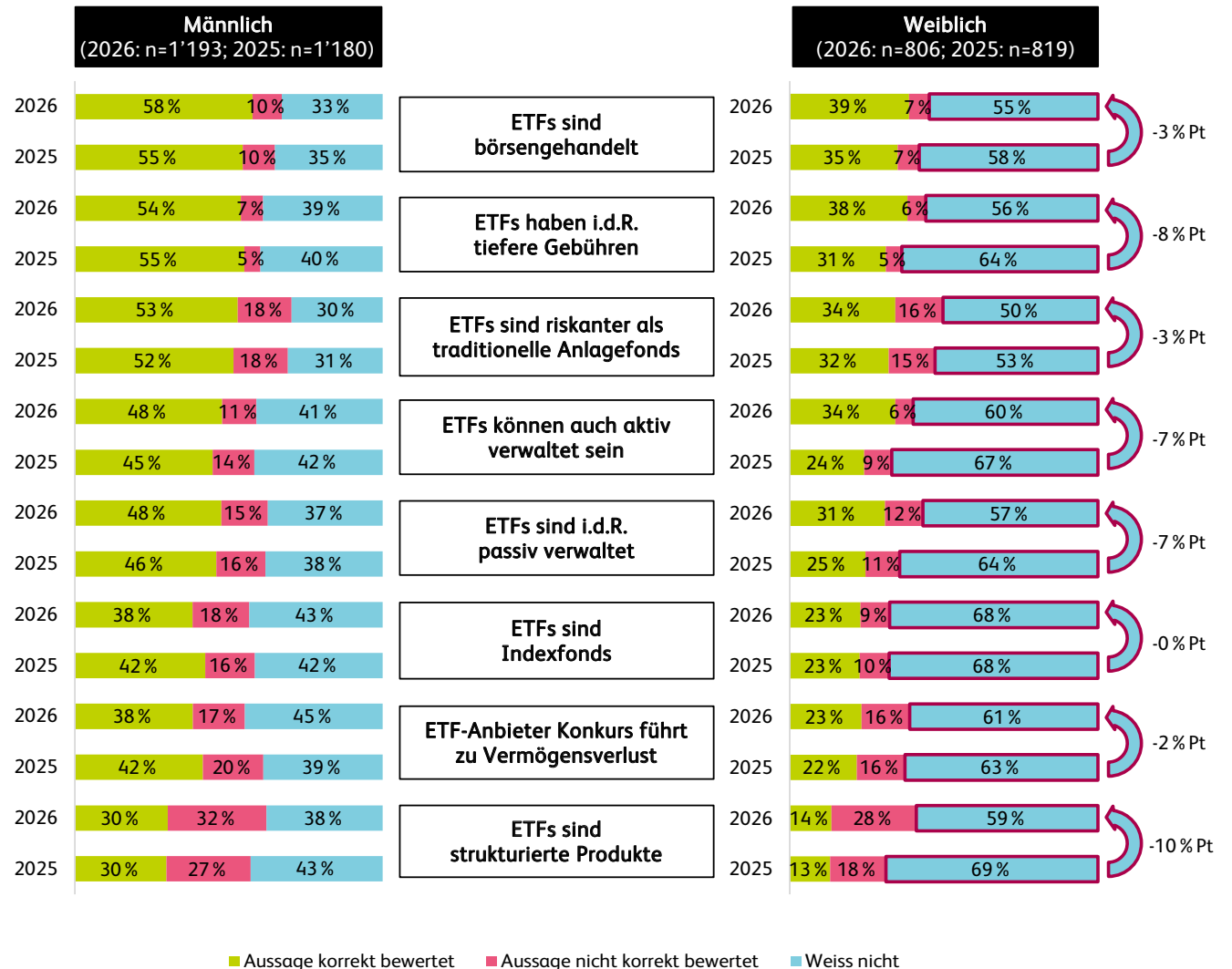
Frage

Bewerten Sie folgende Aussagen als richtig oder falsch?

Erkenntnisse

- Bei Frauen ist der Anteil der «Weiss nicht»-Antworten bei allen Fragen gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen.
- Gleichzeitig ist der Anteil korrekt bewerteter Aussagen bei Investorinnen bei allen Fragen gestiegen.
- Die ETF-Kenntnisse von Frauen haben sich damit überdurchschnittlich stark verbessert, der deutliche Wissensunterschied zu Männern bleibt jedoch bestehen.
- Ein möglicher Erklärungsansatz ist die Reichweite weiblicher FinFluencer und die hohe Relevanz ihrer Inhalte speziell bei Anlegerinnen (siehe S. 30–36).

Frauen gewinnen bei ETF-Themen an Sicherheit – Wissenslücken bleiben bestehen



Management Summary

ETF-Markt Schweiz

- Entwicklung: Angebot, verwaltete Vermögen & Neugeld, Produktinnovationen
- ETF-Sparpläne: Marktübersicht

ETF-Anlegerschaft

- Anlageverhalten und ETF-Literacy
- ETF-Informationskanäle und FinFluencer
- Bedeutung der ETF-Anbietermarke
- ETFs in der Säule 3a und im freien Vermögen
- Aktive ETFs und Themen-ETFs
- Fazit

Anhang

ETF-Anlegerschaft

ETF-Informationskanäle

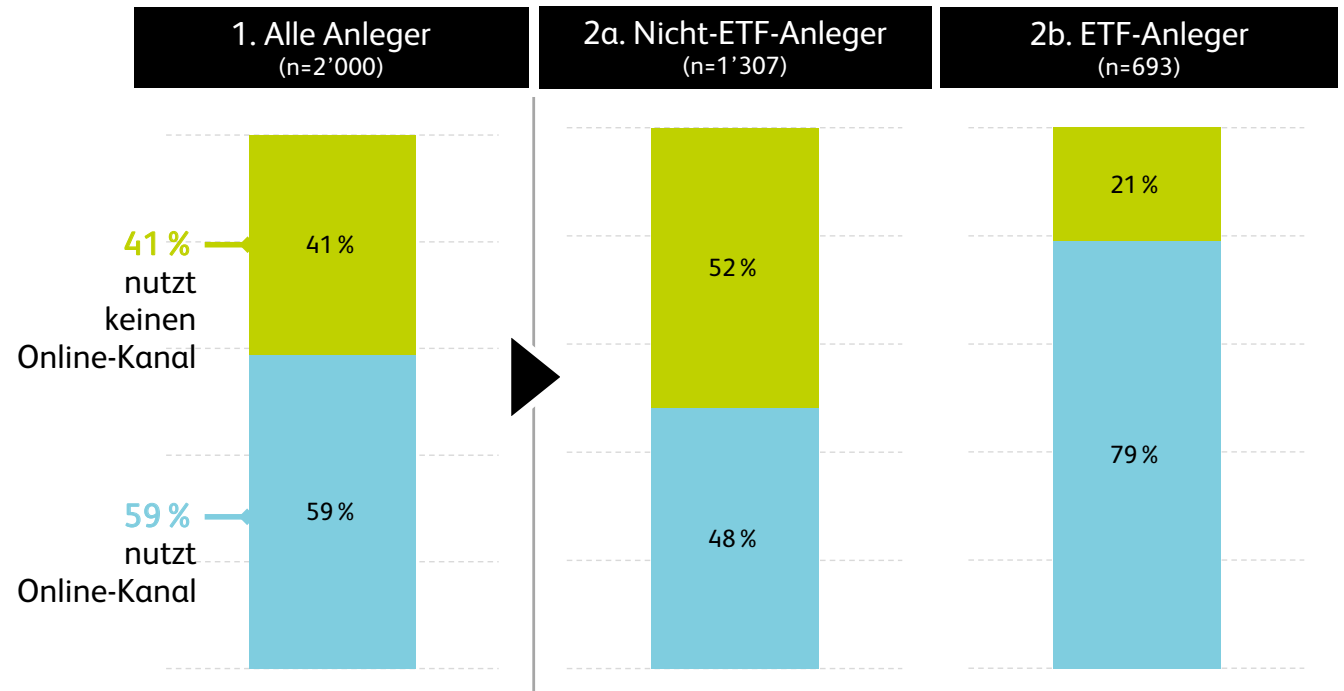
Frage

Den Teilnehmenden wurden verschiedene Online- und Offline-Informationskanäle gezeigt. Der blaue Balken in der Grafik zeigt den Anteil der Anleger, die mindestens einen der untersuchten Online-Kanäle nutzen.

Erkenntnisse

- Digitale Informationskanäle sind bei der Recherche zu Finanzanlagen etabliert, 59 Prozent der Anleger nutzen mindestens einen digitalen Kanal.
- ETF-Anleger nutzen digitale Informationskanäle deutlich häufiger, mit 79 Prozent liegt ihr Anteil 31 Prozentpunkte über jenem der Nicht-ETF-Anleger.
- Nicht-ETF-Anleger nutzen deutlich seltener digitale Informationskanäle, 52 Prozent verwenden keinen der untersuchten digitalen Kanäle gegenüber 21 Prozent der ETF-Anleger.

Digitale Informationskanäle sind für ETF-Anleger von zentraler Bedeutung



ETF-Anlegerschaft

ETF-Informationskanäle

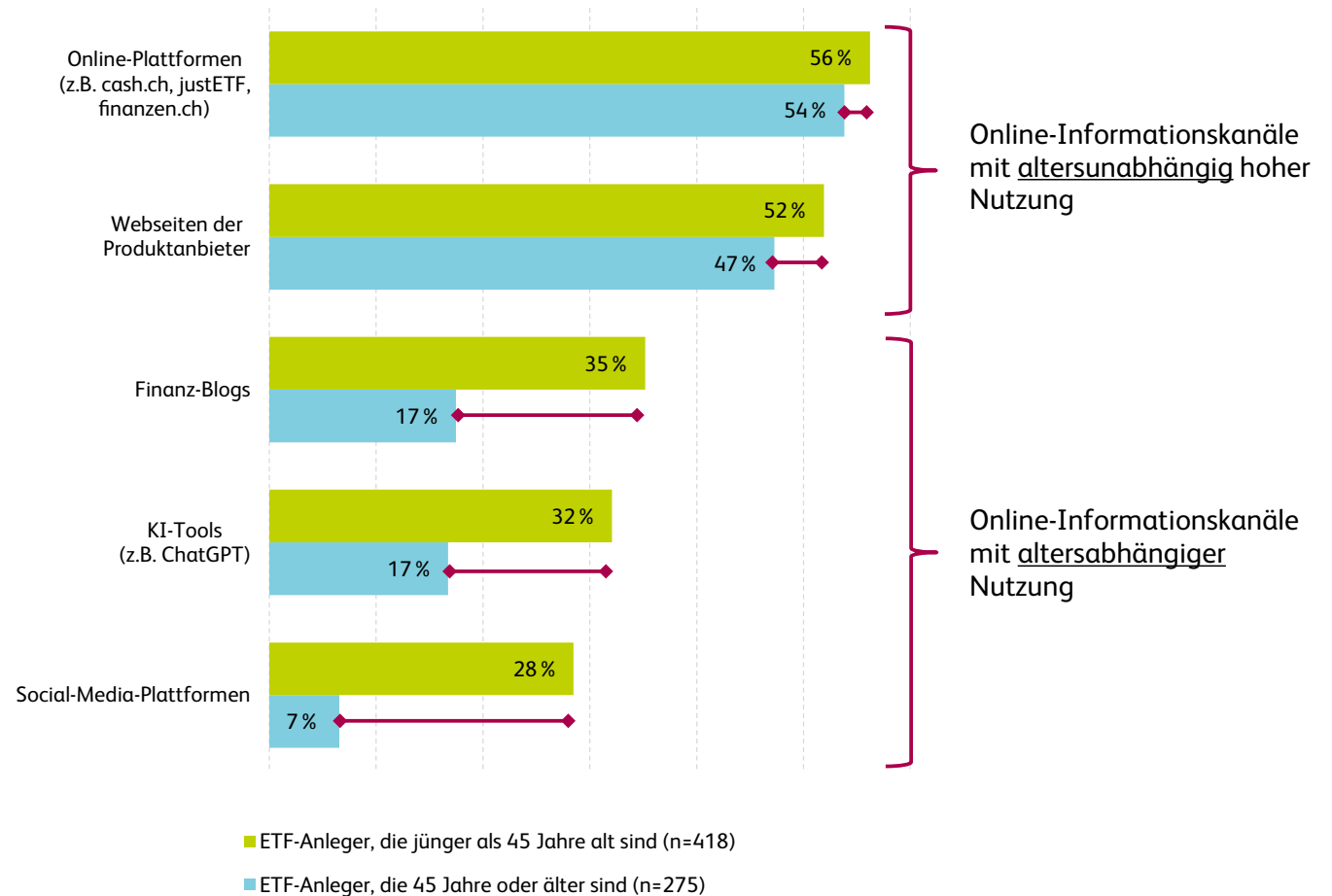
Frage

Über welche dieser Online-Quellen informieren Sie sich zu Finanzanlagen?
(Mehrfachauswahl möglich)

Erkenntnisse

- Online-Plattformen und Anbieter-Webseiten sind unabhängig vom Alter die meistgenutzten digitalen Informationsquellen.
- Neuere digitale Kanäle werden deutlich stärker von jüngeren ETF-Anlegern genutzt, insbesondere Finanz-Blogs, KI-Tools und Social-Media-Plattformen.
- Jüngere ETF-Anleger nutzen insgesamt ein breiteres Spektrum digitaler Informationskanäle als ältere ETF-Anleger.

Online-Plattformen sind der wichtigste digitale Informationskanal für ETF-Anleger



Frage

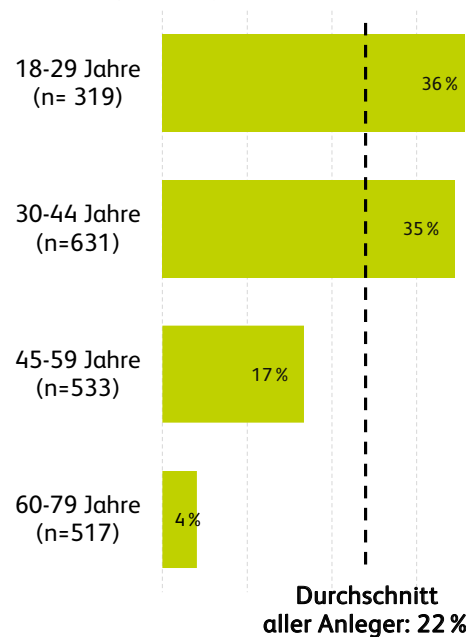
Sind Sie schon einmal in irgendeiner Form mit FinFluencern in Kontakt gekommen?

Erkenntnisse

- 22 Prozent der Schweizer Anleger hatten bereits Kontakt mit FinFluencern.
- FinFluencer erreichen vor allem Jüngere: Bei den unter 45-Jährigen liegt die Reichweite bei rund 35 Prozent.
- Unter ETF-Anlegern ist die Reichweite mit 37 Prozent deutlich höher.
- Besonders hoch ist sie bei jüngeren ETF-Anlegern: 51 Prozent der unter 45-Jährigen wurden bereits erreicht – gegenüber 18 Prozent ab 45 Jahren.
- Damit ist die FinFluencer-Reichweite bei jüngeren ETF-Anlegern fast dreimal so hoch.
- Für die Ansprache von ETF-Anlegern ab 45 Jahren bleiben andere Kommunikationskanäle zentral.

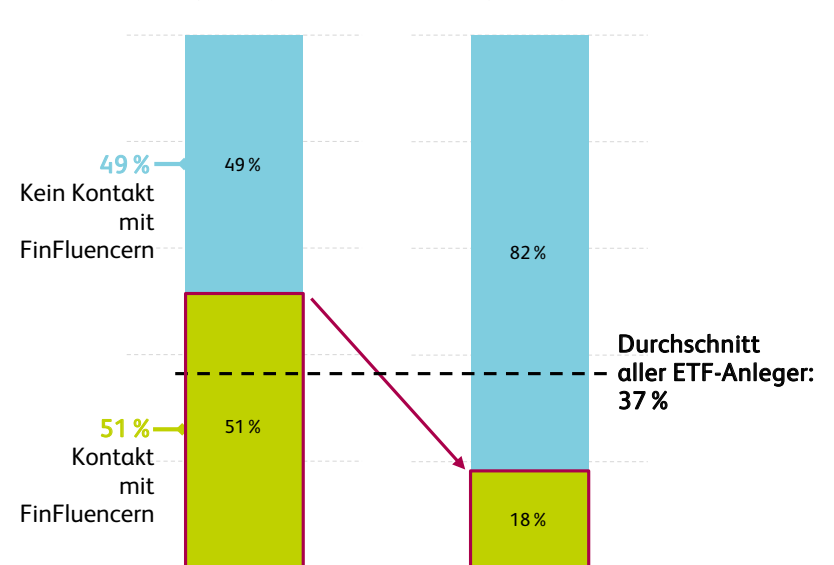
FinFluencer-Kontakt ist bei Jüngeren deutlich höher und unter ETF-Anlegern besonders verbreitet

Kontakt von Anlegern mit FinFluencern nach Alter (n=2'000)



ETF-Anleger jünger als 45 Jahre (n=418)

ETF-Anleger 45 Jahre oder älter (n=275)



Definition FinFluencer

FinFluencer sind Personen, die über Social Media Finanzinformationen, Anlagethemen oder Finanzprodukte einem breiten Publikum vermitteln (Finanzwissen) und durch ihre Reichweite das Informations- und Anlageverhalten von Anlegern beeinflussen können.

ETF-Anlegerschaft

FinFluencer

Fragen

Mit welchen der folgenden Finanzthemen sind Sie durch FinFluencer in Kontakt gekommen?
(Mehrfachauswahl möglich)

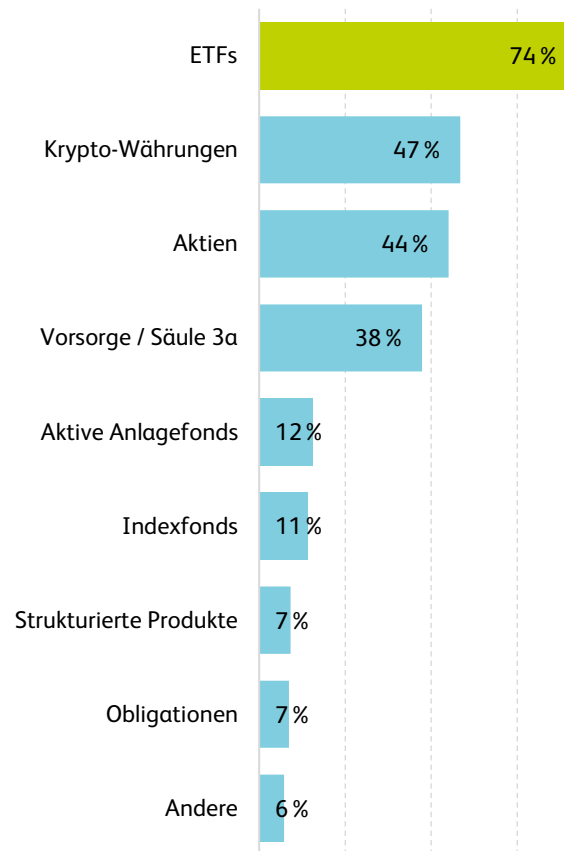
Über welche dieser Plattformen sind Sie mit FinFluencern in Kontakt gekommen?
(Mehrfachauswahl möglich)

Erkenntnisse

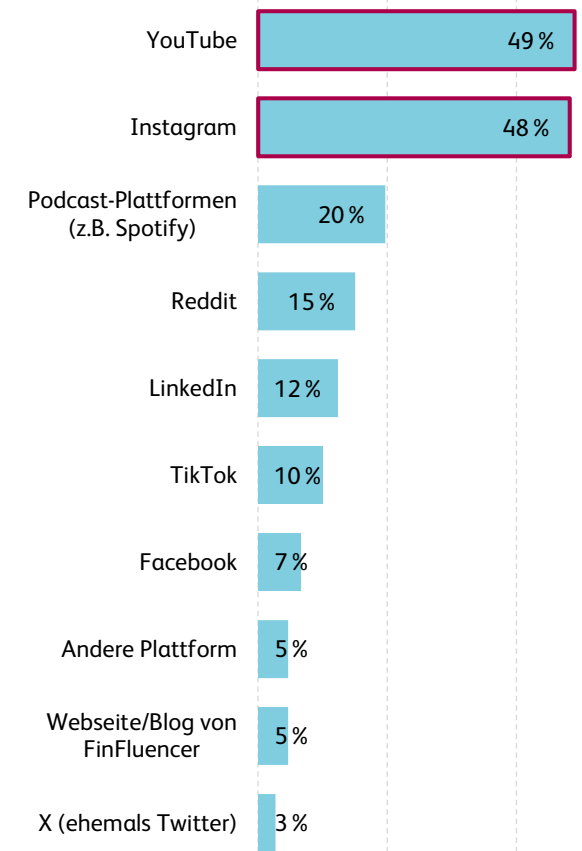
- ETFs sind mit 74 Prozent das mit Abstand am häufigsten wahrgenommene Finanzthema bei FinFluencern, gefolgt von Krypto-Währungen und Aktien mit 47 bzw. 44 Prozent.
- Auch Vorsorgethemen spielen eine relevante Rolle. Fast 40 Prozent der ETF-Anleger sind über FinFluencer damit in Berührung gekommen.
- YouTube und Instagram sind mit 49 bzw. 48 Prozent die wichtigsten Kanäle für den Kontakt mit FinFluencern.

ETFs sind mit Abstand das meistwahrgenommene FinFluencer-Thema

Finanzthemen
von FinFluencern
(n=259)



FinFluencer-Kontakt
nach Plattformen
(n=259)



Frage

Hat der/die FinFluencer dazu beigetragen, Ihr Verständnis von Finanzanlagen zu verbessern?

1=gar nicht (...) 5=stark

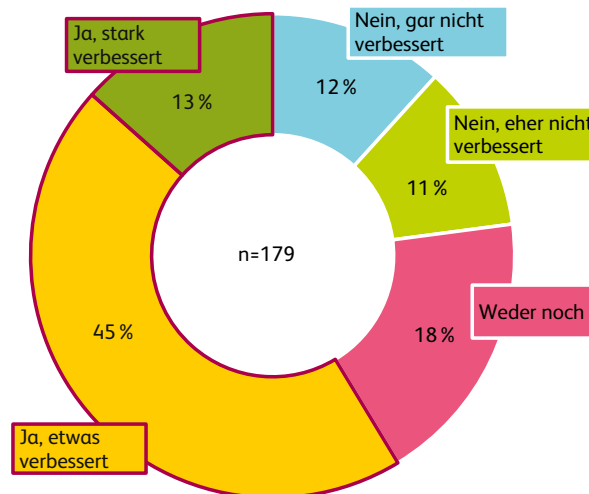
Erkenntnisse

- Die Mehrheit der männlichen und weiblichen ETF-Anleger mit FinFluencer-Kontakt gibt an, dass FinFluencer ihr Finanzverständnis verbessert haben.
- Bei ETF-Anlegerinnen ist dieser Effekt deutlich stärker ausgeprägt. 77 Prozent berichten von einem verbesserten Finanzverständnis gegenüber 58 Prozent der Männer.
- FinFluencer bieten insbesondere bei weiblichen Anlegern Potenzial für die Vermittlung von ETF- und Finanzwissen. Dies setzt glaubwürdige, seriöse und transparente Inhalte voraus und geht mit einer besonderen Verantwortung von FinFluencern und ihren Auftraggebern einher.*

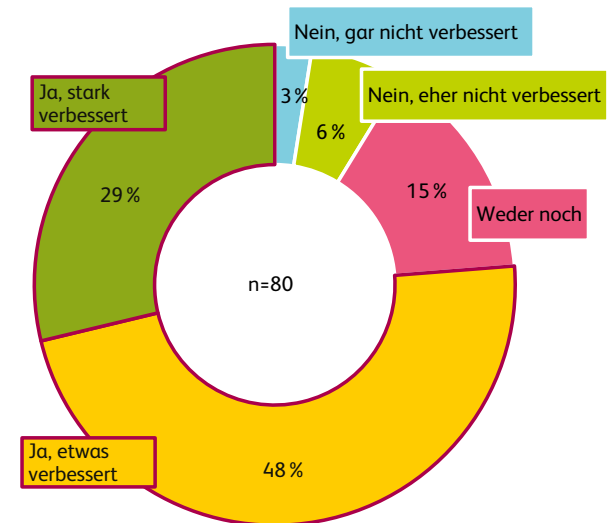
* Vgl. ESMA & BaFin (2025).

FinFluencer-Kontakt verbessert das Finanzverständnis – speziell bei ETF-Anlegerinnen

Einfluss der FinFluencer auf das Finanzverständnis männlicher ETF-Anleger



Einfluss der FinFluencer auf das Finanzverständnis weiblicher ETF-Anleger



ETF-Anlegerschaft

FinFluencer

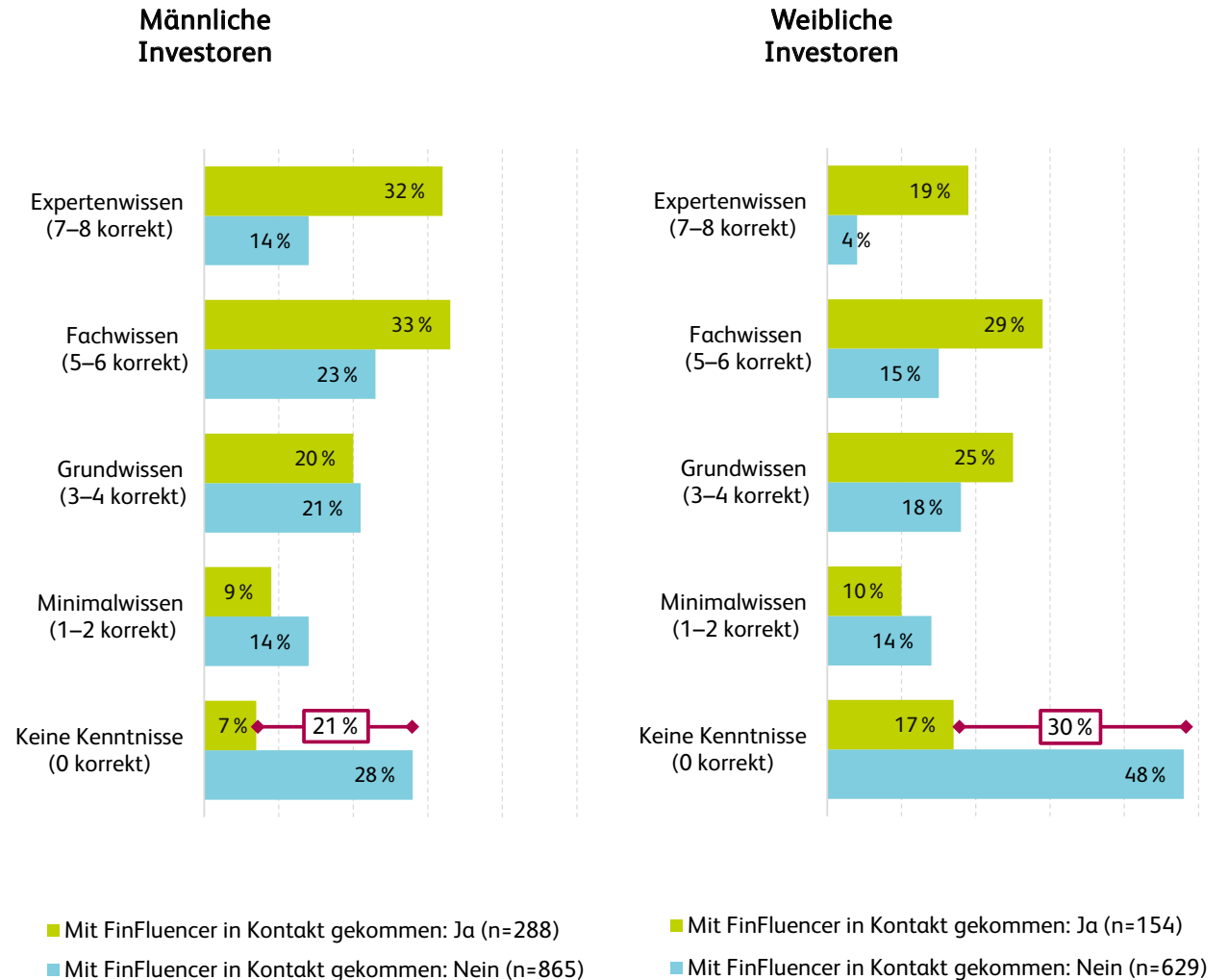
Frage

Sind Sie schon einmal in irgendeiner Form mit FinFluencer in Kontakt gekommen?
Zu den ETF-Literacy-Fragen siehe S. 26.

Erkenntnisse

- FinFluencer-Kontakt geht bei Frauen und Männern mit höherem ETF-Wissen einher.
- Bei Männern verfügen 65 Prozent mit FinFluencer-Kontakt über Fach- oder Expertenwissen, gegenüber 37 Prozent ohne Kontakt.
- Bei Frauen ist der Unterschied noch grösser: 48 Prozent gegenüber 19 Prozent.
- Besonders auffällig bei Frauen: Ohne FinFluencer-Kontakt haben 48 Prozent keine ETF-Kenntnisse, bei Anlegerinnen mit Kontakt liegt dieser Anteil bei nur 17 Prozent.
- Wichtig für die Interpretation:
Die Ergebnisse zeigen korrelative Zusammenhänge, keine Kausalitäten.

FinFluencer-Kontakt geht mit höherem ETF-Wissen einher – speziell bei Frauen



Frage

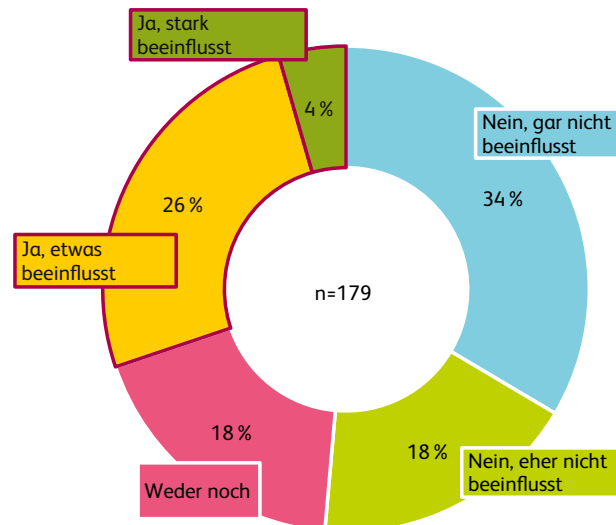
Hat der/die FinFluencer Ihre Entscheidung zum Kauf einer Finanzanlage beeinflusst?
1=gar nicht (...) 5=stark

Erkenntnisse

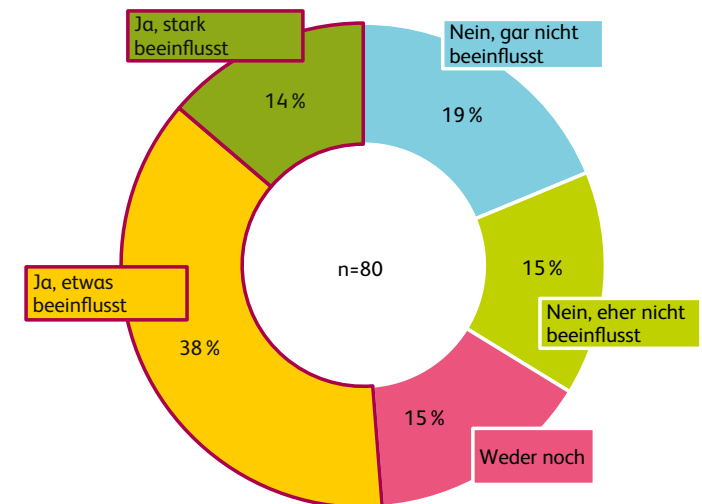
- 30 Prozent der männlichen ETF-Anleger mit FinFluencer-Kontakt geben an, dass FinFluencer ihren Anlageentscheid beeinflusst haben.
- Bei ETF-Anlegerinnen ist dieser Einfluss mit 52 Prozent deutlich stärker ausgeprägt.
- Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass FinFluencer sowohl zur Finanzbildung beitragen als auch für Anlageentscheidungen relevant sind.
- Die Ergebnisse deuten auf Potenzial für FinFluencer-Kooperationen in der ETF-Kommunikation hin. Zugleich geht ihr ausgeprägter Einfluss mit einer hohen Verantwortung gegenüber der Community einher.

Jede zweite ETF-Anlegerin mit FinFluencer-Kontakt fühlt sich im Anlageentscheid beeinflusst

Einfluss der FinFluencer auf den Kaufentscheid männlicher ETF-Anleger



Einfluss der FinFluencer auf den Kaufentscheid weiblicher ETF-Anleger



ETF-Anlegerschaft

FinFluencer

Frage

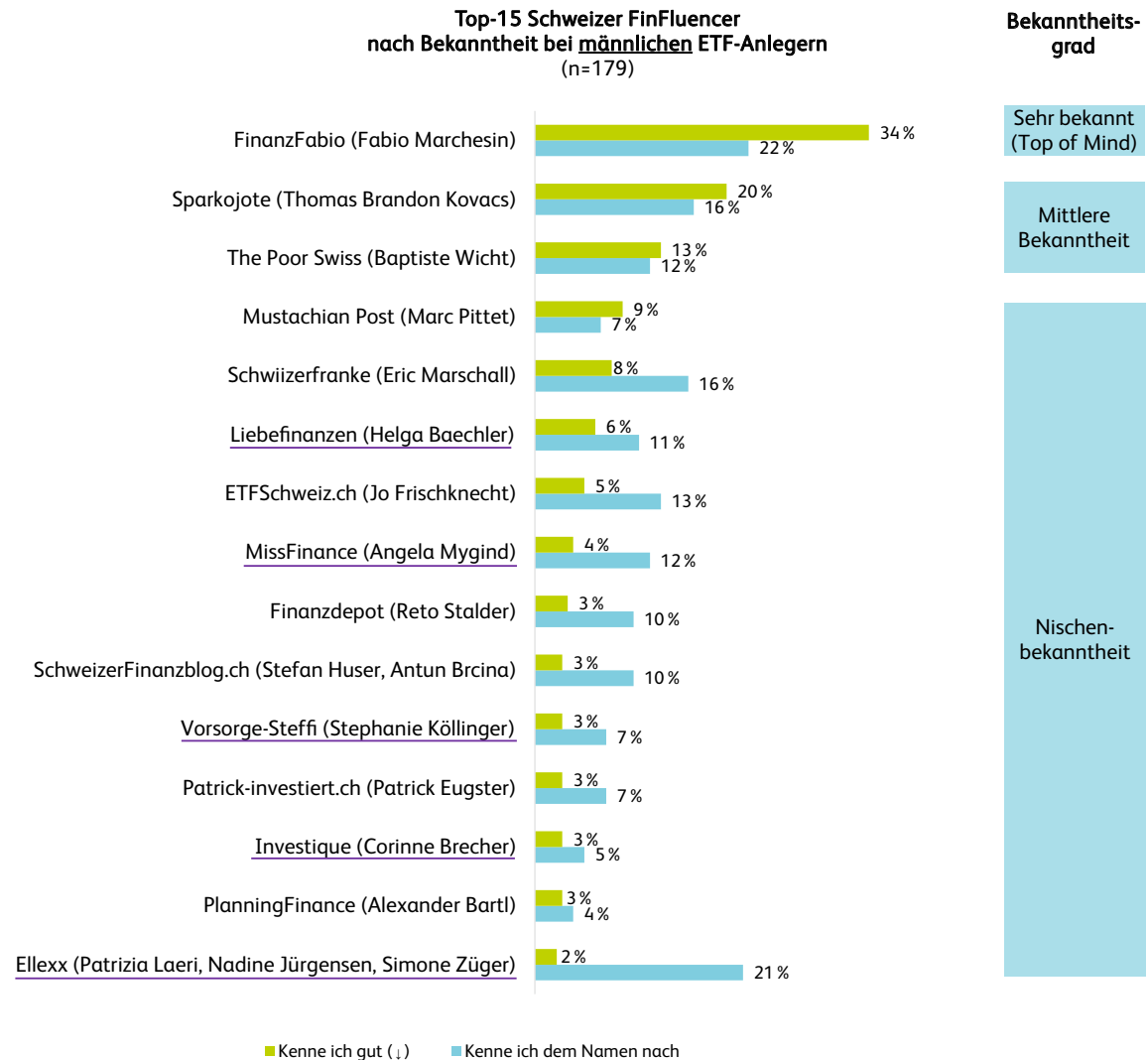
Welche der folgenden Schweizer Finanz-Blogs oder FinFluencer kennen Sie?

Erkenntnisse

- FinanzFabio ist bei männlichen ETF-Anlegern mit Abstand der bekannteste FinFluencer: 34 Prozent kennen ihn gut.
- Nach den beiden führenden FinFluencern fällt die Bekanntheit deutlich ab; die Mehrheit der Personen ist nur einem Nischenpublikum bekannt.
- Die Bekanntheit bei männlichen ETF-Anlegern konzentriert sich auf männliche FinFluencer; unter den Top-5 ist keine Frau vertreten.

Bemerkung: Weibliche FinFluencer sind in der Abbildung violett unterstrichen. Die Auswahl konzentrierte sich auf Schweizer FinFluencer per Q1 2026. Die Liste umfasste 25 FinFluencer.

Männliche FinFluencer dominieren bei männlichen ETF-Anlegern die Bekanntheit deutlich



ETF-Anlegerschaft

FinFluencer

Frage

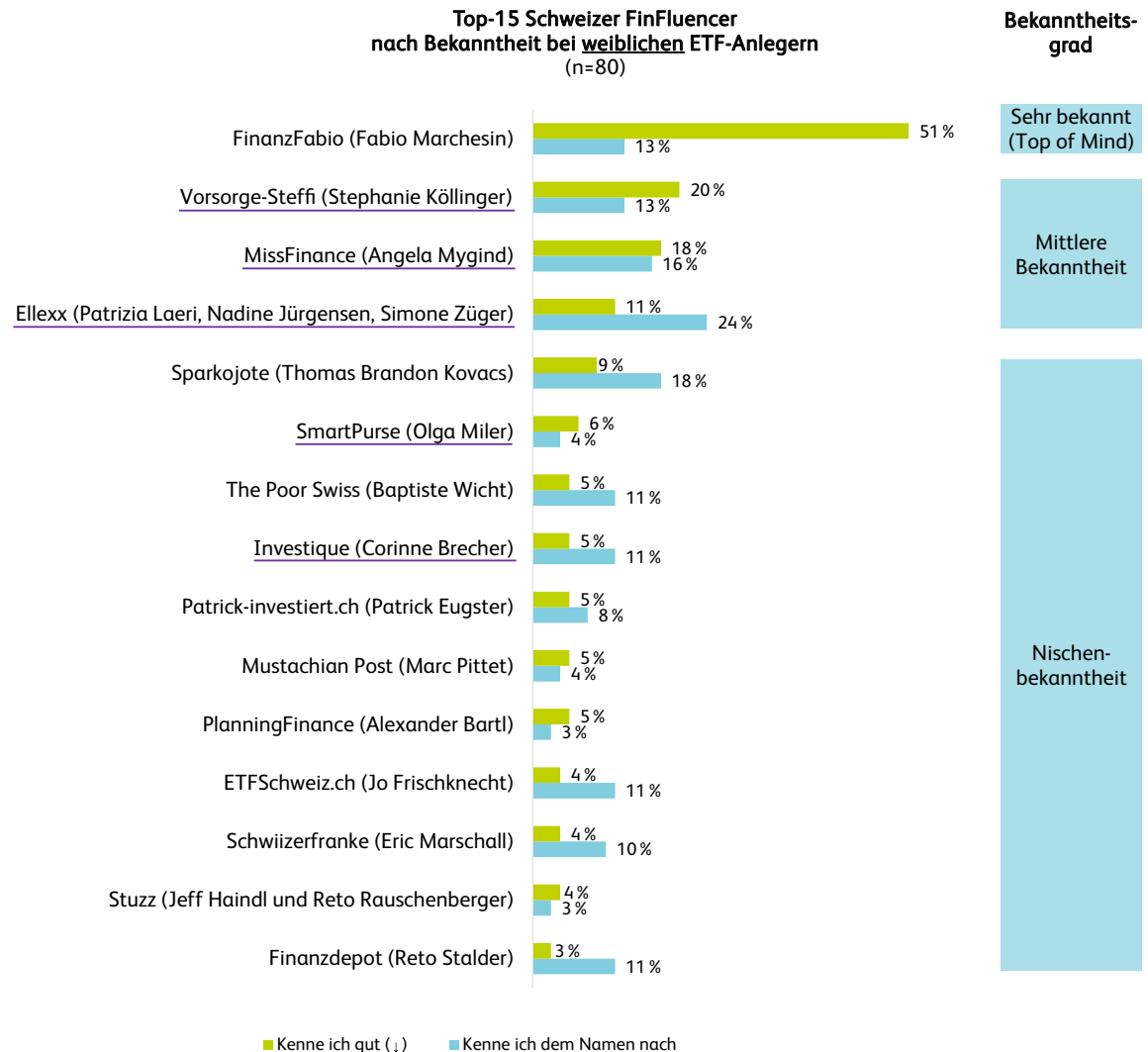
Welche der folgenden Schweizer Finanz-Blogs oder FinFluencer kennen Sie?

Erkenntnisse

- FinanzFabio ist auch bei ETF-Anlegerinnen der bekannteste Schweizer FinFluencer: 51 Prozent kennen ihn gut.
- Weibliche FinFluencer sind bei ETF-Anlegerinnen deutlich stärker vertreten: Vorsorge-Steffi und MissFinance folgen auf den Plätzen 2 und 3.
- Unter den Top-5 finden sich drei weibliche FinFluencer – gegenüber keiner bei den männlichen ETF-Anlegern.
- Abseits der führenden FinFluencer fällt auch hier die Bekanntheit deutlich ab; die meisten FinFluencer werden höchstens noch dem Namen nach erkannt.

Bemerkung: Weibliche FinFluencer sind in der Abbildung violett unterstrichen. Die Auswahl konzentrierte sich auf Schweizer FinFluencer per Q1 2026. Die Liste umfasste 25 FinFluencer.

Weibliche FinFluencer erreichen bei ETF-Anlegerinnen eine deutlich höhere Bekanntheit



Management Summary

ETF-Markt Schweiz

- Entwicklung: Angebot, verwaltete Vermögen & Neugeld, Produktinnovationen
- ETF-Sparpläne: Marktübersicht

ETF-Anlegerschaft

- Anlageverhalten und ETF-Literacy
- ETF-Informationskanäle und FinFluencer
- Bedeutung der ETF-Anbietermarke
- ETFs in der Säule 3a und im freien Vermögen
- Aktive ETFs und Themen-ETFs
- Fazit

Anhang

ETF-Anlegerschaft

Bedeutung der ETF-Anbietermarke

Frage

Wie wichtig ist Ihnen beim Kauf eines ETFs die Bekanntheit des Produkthanbieters?

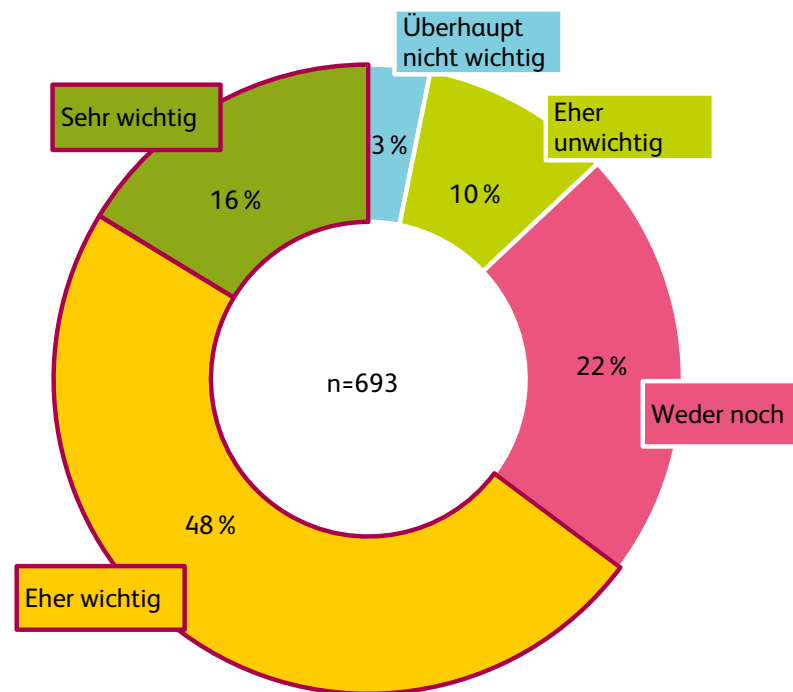
Erkenntnisse

- Die Anbietermarke spielt für ETF-Anleger eine wichtige Rolle bei der Anlageentscheidung.
- 64 Prozent der Schweizer ETF-Anleger messen der Bekanntheit des Produkthanbieters eine hohe Bedeutung bei.
- Dies stützt die Erkenntnis, wonach die Reputation des Anbieters nach Kosten und Performance zu den wichtigsten Auswahlkriterien für ETFs zählt.*
- Eine starke Markenpräsenz ist damit von strategischer Bedeutung für den ETF-Vertrieb.

* Vgl. Mattmann et al. (2025).

Die Bekanntheit des Anbieters ist ein wichtiges Entscheidungskriterium beim ETF-Kauf

Wichtigkeit der Anbieterbekanntheit beim Kauf eines ETFs



ETF-Anlegerschaft

Bedeutung der ETF-Anbietermarke

Frage

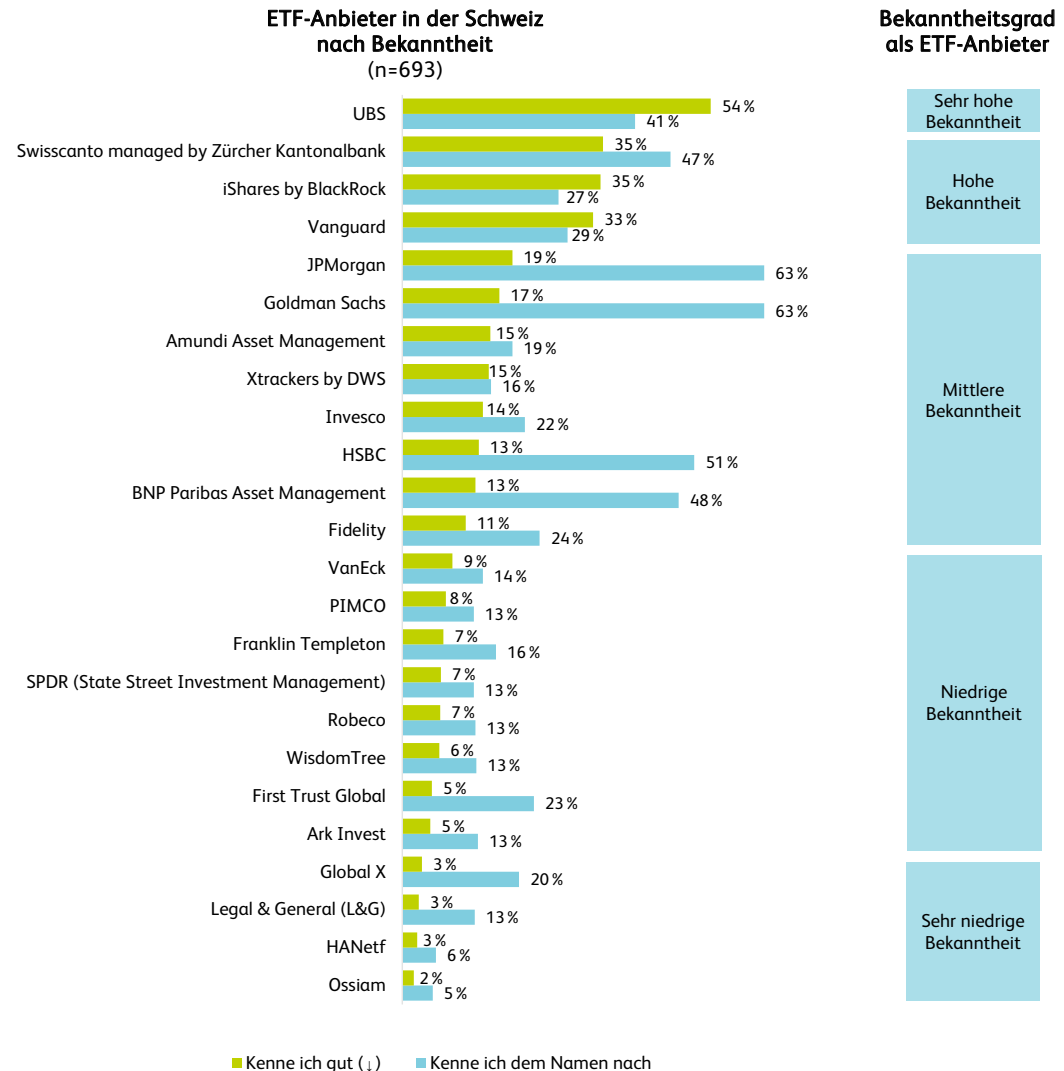
Wie bekannt sind Ihnen folgende Anbieter im Zusammenhang mit ETF-Finanzanlagen?*

Erkenntnisse

- UBS führt die ETF-Anbieterbekanntheit deutlich an; die Produktmarken Swisscanto (ZKB) und iShares (BlackRock) sowie der ETF-Spezialist Vanguard folgen mit Abstand.
- Abseits der vier führenden Anbieter kennt weniger als jeder fünfte ETF-Investor die nachfolgenden Anbieter gut.
- Hohe Markenbekanntheit bedeutet nicht automatisch hohe Bekanntheit als ETF Anbieter, besonders deutlich zeigt sich dies etwa bei JPMorgan und Goldman Sachs.

* Zur Auswahl standen ETF-Anbieter, die per 20. Mai 2026 mindestens zehn ETFs an der SIX Swiss Exchange kotiert hatten.

Nur wenige Marken werden klar als ETF-Anbieter wahrgenommen



ETF-Anlegerschaft

Bedeutung der ETF-Anbietermarke

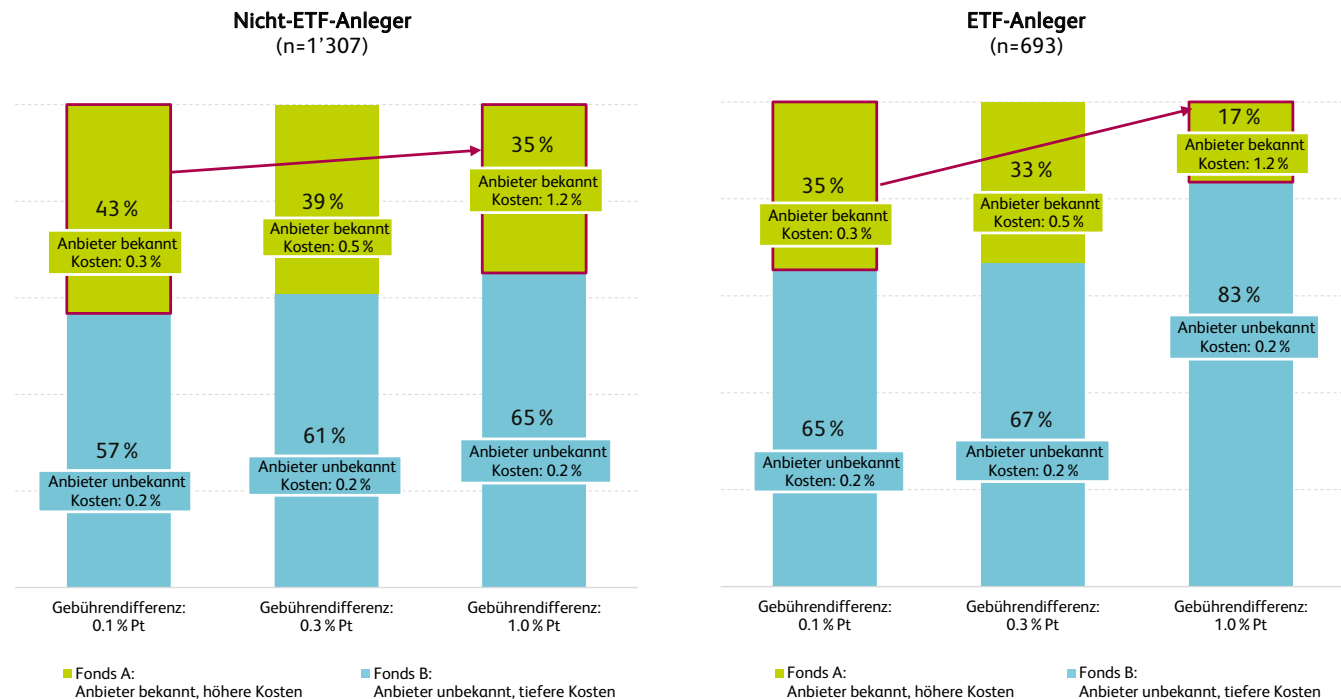
Frage

Die Befragten wurden zufällig einem von drei Szenarien zugeteilt. In jedem Szenario wählten sie zwischen zwei Fonds mit gleichem Anlagerisiko und gleicher Bruttorendite. Anbieter A war den Befragten bekannt, Anbieter B unbekannt. Der Fonds des bekannten Anbieters hatte höhere Gebühren. Die drei Szenarien unterschieden sich lediglich in der Höhe dieser Gebührendifferenz.

Erkenntnisse

- Die Bekanntheit des Anbieters ist ein wichtiger Einflussfaktor bei der Auswahl von Fonds.
- Viele Anleger sind für einen bekannten Anbieter bereit, einen Gebührenaufschlag zu akzeptieren.
- Erst bei einem Gebührenunterschied von mehr als 0.3 Prozentpunkten verliert die Markenbekanntheit deutlich an Bedeutung, insbesondere bei ETF-Anlegern.
- ETF-Anleger sind tendenziell preisbewusster und reagieren sensibler auf Gebührenunterschiede als Nicht-ETF-Anleger.

«Brand matters»: Markenbekanntheit ist ein wichtiger Wettbewerbsfaktor im ETF-Vertrieb



Management Summary

ETF-Markt Schweiz

- Entwicklung: Angebot, verwaltete Vermögen & Neugeld, Produktinnovationen
- ETF-Sparpläne: Marktübersicht

ETF-Anlegerschaft

- Anlageverhalten und ETF-Literacy
- ETF-Informationskanäle und FinFluencer
- Bedeutung der ETF-Anbietermarke
- ETFs in der Säule 3a und im freien Vermögen
- Aktive ETFs und Themen-ETFs
- Fazit

Anhang

ETF-Anlegerschaft

ETFs in der Säule 3a

Fragen

Sparen Sie im Rahmen der Säule 3a?

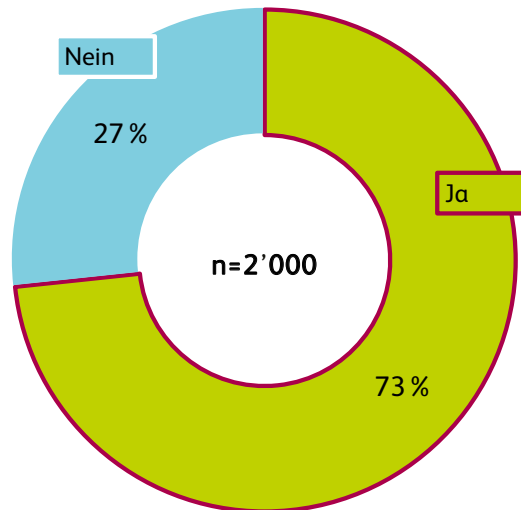
Haben Sie Ihre Säule 3a-Ersparnisse in Wertpapieren angelegt (z.B. 3a-Depot mit Fonds)?

Erkenntnisse

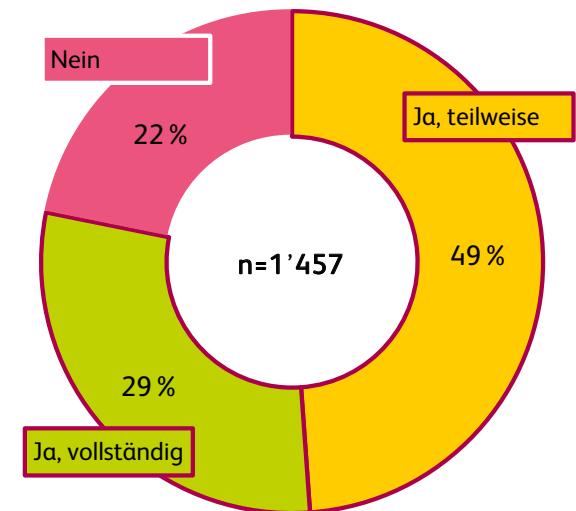
- Rund drei Viertel der Schweizer Anleger sparen in der Säule 3a.
- Drei Viertel der Säule-3a-Sparer investieren ihr Vorsorgevermögen zumindest teilweise in Wertpapiere.
- Rund ein Drittel der Säule-3a-Sparer investiert vollständig in Wertpapiere, während ein Fünftel ausschliesslich auf Kontoguthaben setzt.
- Der langfristige Anlagehorizont der Säule 3a spricht für Wertpapiersparen, da höhere erwartete Renditen und der Zinseszinsseffekt langfristig das Vorsorgevermögen erhöhen können.

Drei Viertel der Anleger nutzen die Säule 3a, ebenso viele investieren ihr Vorsorgevermögen

Einzahlen in die Säule 3a



Anlegen in der Säule 3a



ETF-Anlegerschaft

ETFs in der Säule 3a

Erkenntnisse

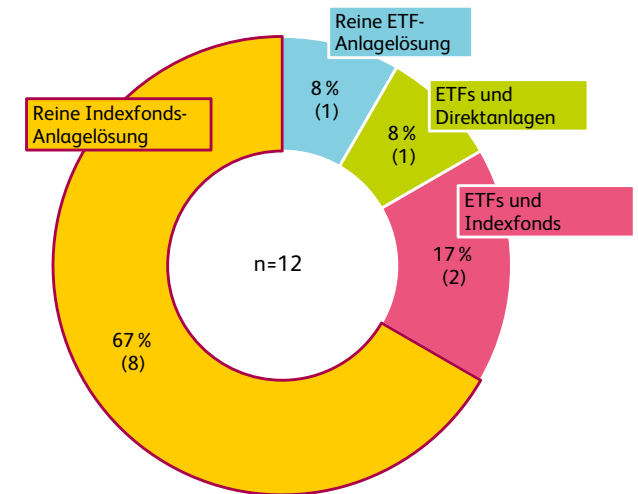
- Indexfonds dominieren die Anlagelösungen digitaler Säule-3a-Anbieter mit passivem Anlagefokus.
- 10 der 12 untersuchten Anbieter setzen Indexfonds als Anlageinstrument ein, 8 davon ausschliesslich.
- Reine ETF-Anlagelösungen werden lediglich von einem der untersuchten Anbieter angeboten.
- Die effizientere Rückforderung ausländischer Quellensteuern auf Dividenden begünstigt den Einsatz von Indexfonds in der Säule 3a und kann deren Nettorendite gegenüber vergleichbaren ETFs erhöhen.

Anbieter von digitalen Säule-3a-Produkten mit passivem Anlagefokus per Ende April 2026

Alpian
Descartes Finance
finpension
Frankly
Inyova
Liberty
Neon
relevante
Selma Finance
TrueWealth
VIAC
Yuh

In der Säule 3a dominieren Indexfonds, ETFs spielen eine untergeordnete Rolle

Anlagelösungen von digitalen Säule-3a-Anbietern mit passivem Anlagefokus



ETF-Anlegerschaft

ETFs im freien Vermögen

Fragen

Investieren Sie einen Teil Ihres frei verfügbaren Vermögens (Ersparnis ausserhalb der Säule 3a)?

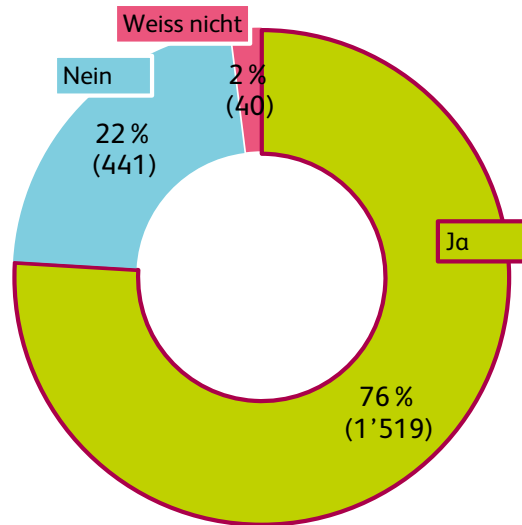
Wenn ja, welchen Anteil in Wertschriften?

Erkenntnisse

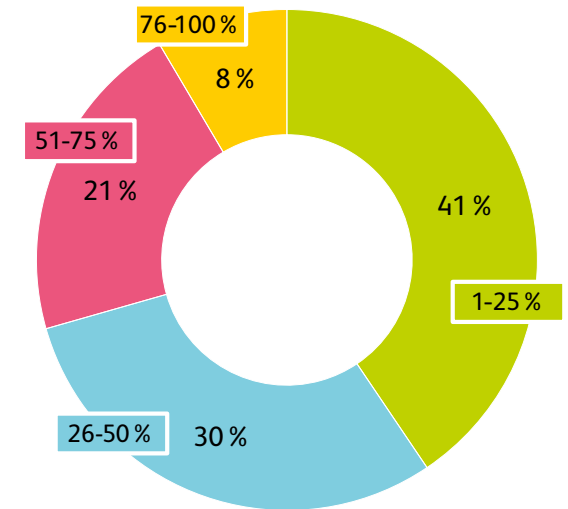
- 76 Prozent der Schweizer Anleger investieren ihr frei verfügbares Vermögen.
- Bei rund 70 Prozent der Anleger macht das investierte Wertschriftenvermögen weniger als die Hälfte des frei verfügbaren Vermögens aus.
- Weniger als jeder zehnte Investor investiert mehr als drei Viertel seines frei verfügbaren Vermögens in Wertschriften.
- Das hohe nicht investierte freie Vermögen verdeutlicht erhebliches Potenzial für zusätzliche Wertschriftenanlagen.

Drei von vier Anlegern investieren ihr frei verfügbares Vermögen, meist jedoch nur teilweise

Anleger mit Anlagen in Wertschriften im freien Vermögen
(n=2'000)



Anteil des freien Vermögens, das in Wertschriften angelegt ist
(n=1'519)



ETF-Anlegerschaft

ETFs im freien Vermögen

Frage

Wie hoch ist der Betrag, den Sie innerhalb des freien Vermögens und in Ihrer Säule 3a in Finanzanlagen angelegt haben?

Erkenntnisse

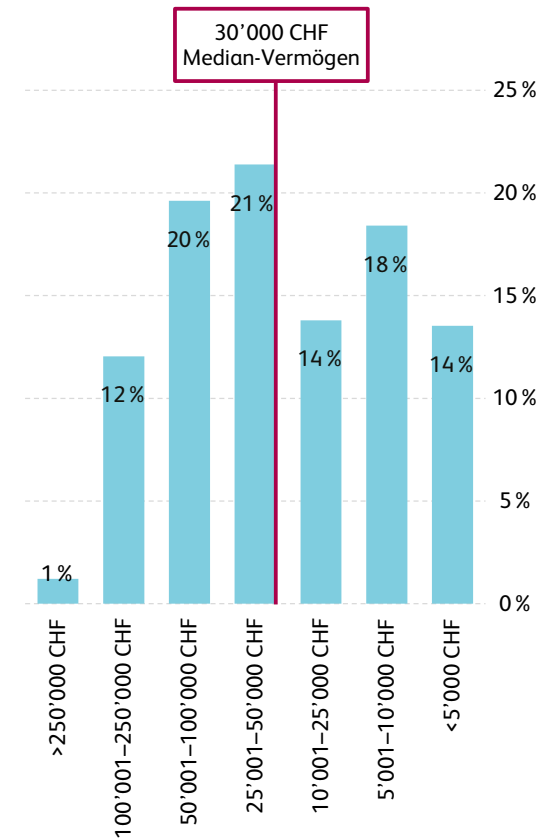
- Jeweils rund 20 Prozent der Anleger investieren im freien Vermögen und in der Säule 3a zwischen CHF 25'001 und CHF 50'000 in Wertschriften.
- Der Median des investierten Betrags beträgt CHF 50'000 im freien Vermögen und CHF 30'000 in der Säule 3a.
- Die tieferen Anlagevolumen in der Säule 3a sind insbesondere auf die gesetzlich begrenzten jährlichen Einzahlungen zurückzuführen.
- Das freie Vermögen ist aufgrund der höheren Anlagevolumen für ETF-Anbieter besonders relevant.

Anlagevolumen im frei verfügbaren Vermögen deutlich höher als in der Säule 3a

Freies Vermögen: Investierter Betrag, der in Wertschriften angelegt ist
(n=853)



Säule 3a: Investierter Betrag, der in Wertschriften angelegt ist
(n=739)



ETF-Anlegerschaft

ETFs im freien Vermögen

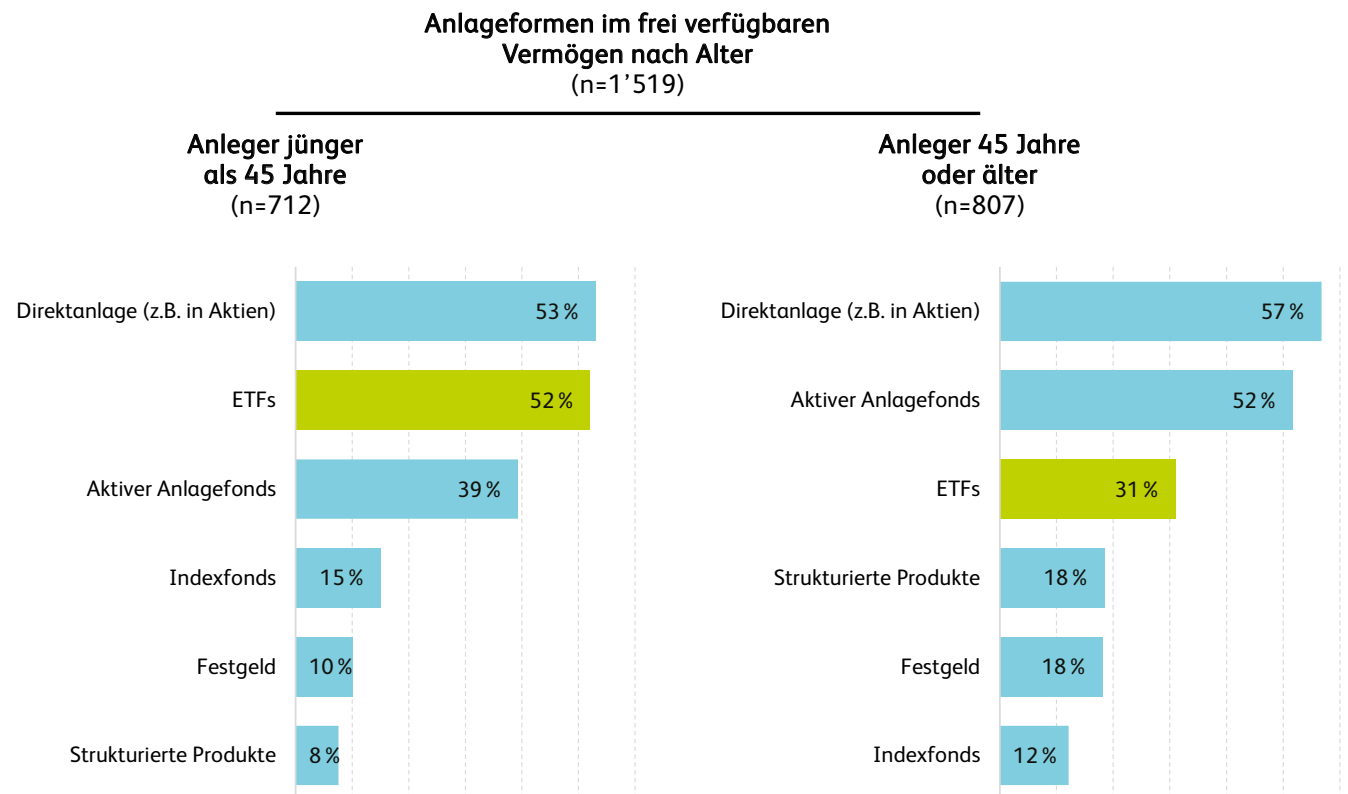
Frage

Welche dieser Anlageformen nutzen Sie im frei verfügbaren Vermögen?
(Mehrfachauswahl möglich)

Erkenntnisse

- ETFs sind bei jüngeren Anlegern nahezu so verbreitet wie Direktanlagen: 52 Prozent nutzen ETFs, 53 Prozent Direktanlagen.
- Der Altersunterschied bei ETFs ist ausgeprägt: 52 Prozent der unter 45-Jährigen nutzen ETFs, gegenüber 31 Prozent der älteren Anleger.
- Aktive Anlagefonds zeigen genau das umgekehrte Bild: Sie werden von 52 Prozent der älteren, aber nur 39 Prozent der jüngeren Anleger genutzt.
- Strukturierte Produkte werden deutlich stärker von älteren Anlegern genutzt, Indexfonds dagegen häufiger von Jüngeren.

ETFs sind bei jüngeren Anlegern nahezu gleich verbreitet wie Direktanlagen



ETF-Anlegerschaft

ETFs im freien Vermögen

Fragen

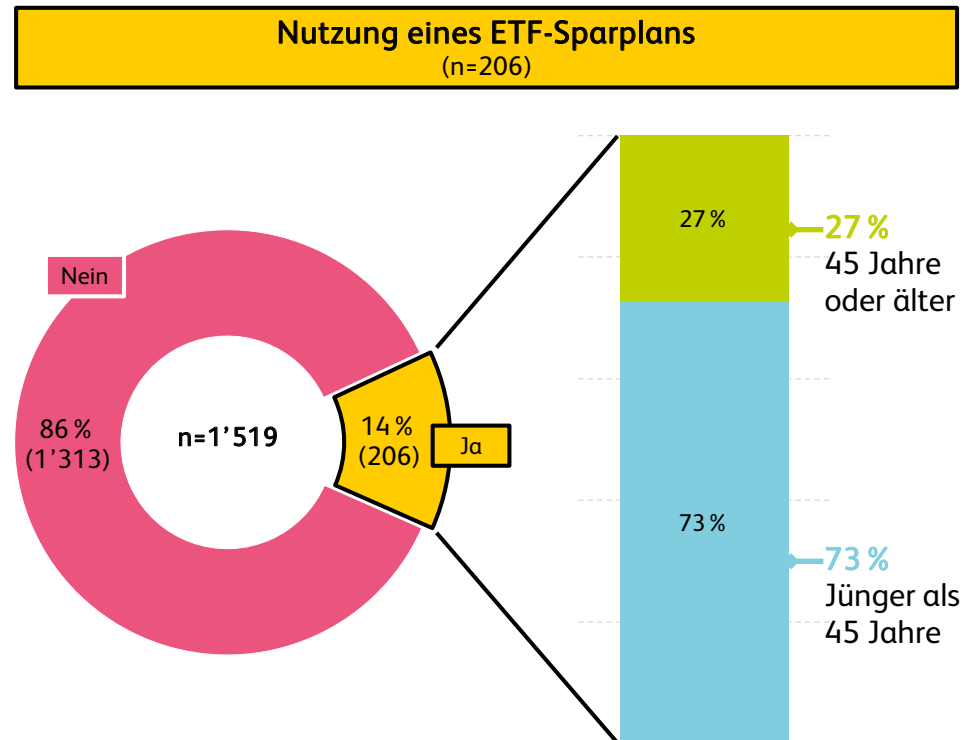
Nutzen Sie einen Dauerauftrag (Sparplan), bei dem regelmässig Geld von Ihrem freien Vermögen in eine Finanzanlage fliesst?

Basiert diese Anlage auf einem ETF-Sparplan?

Erkenntnisse

- 14 Prozent der Investoren nutzen einen ETF-Sparplan, während die grosse Mehrheit von 86 Prozent bislang keinen solchen nutzt.
- ETF-Sparpläne werden vor allem von jüngeren Anlegern genutzt: 73 Prozent der Nutzer sind unter 45 Jahre alt; nur 27 Prozent der ETF-Sparplan-Nutzer sind 45 Jahre oder älter.
- Damit besteht insbesondere bei älteren Anlegern, aber auch insgesamt, noch erhebliches Nutzungspotenzial.

ETF-Sparpläne bislang wenig verbreitet – Nutzung vor allem bei jüngeren Anlegern



ETF-Anlegerschaft

ETFs im freien Vermögen

Fragen

Wie interessiert sind Sie am Kauf eines ETF-Sparplans?

Wieso sind Sie nicht am Kauf eines ETF-Sparplans interessiert?
(Mehrfachauswahl möglich)

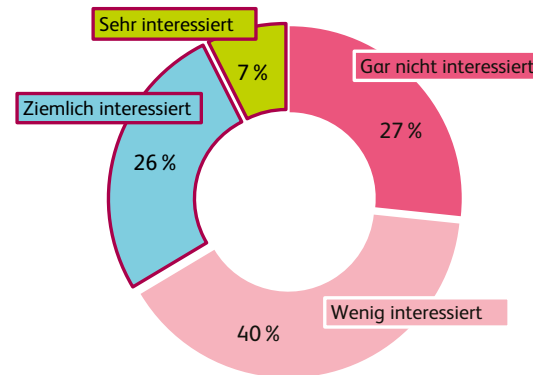
Erkenntnisse

- Jeder dritte Anleger mit Investitionen im freien Vermögen interessiert sich für einen ETF-Sparplan, was auf weiteres Wachstumspotenzial hindeutet.
- Zwei Drittel zeigen kein oder wenig Interesse an ETF-Sparplänen, wobei mehr als die Hälfte dieser Anleger Informations- und Wissensdefizite als Grund nennt.
- Gebühren und ein fehlendes Angebot werden dagegen nur selten als Gründe für mangelndes Interesse genannt.
- Informations- und Wissensdefizite sind als Hürde deutlich relevanter als Kosten oder ein fehlendes Produktangebot.

ETF-Sparpläne: Kaufinteresse vorhanden, jedoch existieren ausgeprägte Wissensdefizite

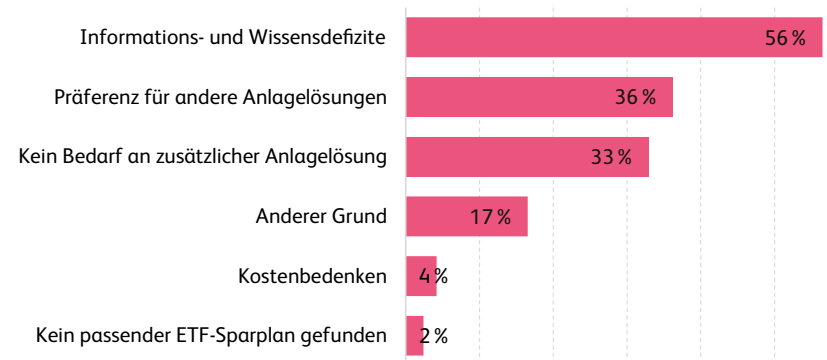
Interesse an ETF-Sparplan

(n=1'519)



Gründe, wieso nicht an ETF-Sparplan interessiert

(n=1'009)



Management Summary

ETF-Markt Schweiz

- Entwicklung: Angebot, verwaltete Vermögen & Neugeld, Produktinnovationen
- ETF-Sparpläne: Marktübersicht

ETF-Anlegerschaft

- Anlageverhalten und ETF-Literacy
- ETF-Informationskanäle und FinFluencer
- Bedeutung der ETF-Anbietermarke
- ETFs in der Säule 3a und im freien Vermögen
- Aktive ETFs und Themen-ETFs
- Fazit

Anhang

ETF-Anlegerschaft

Aktive ETFs

Frage

Wie interessiert sind Sie am Kauf der folgenden ETF-Anlagen?

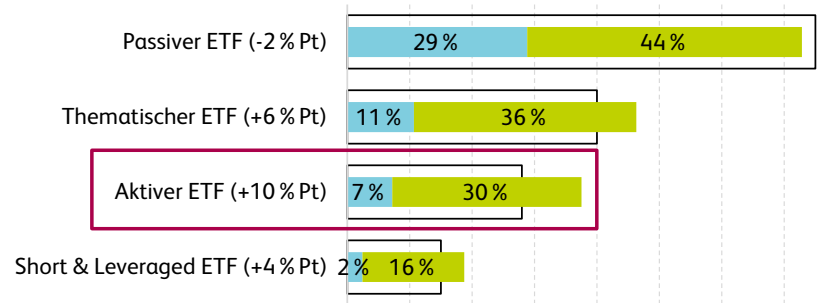
Erkenntnisse

- Passive ETFs und Aktien-ETFs weisen bei Schweizer ETF-Anlegern das höchste Kaufinteresse auf.
- Aktive ETFs liegen beim Kaufinteresse deutlich hinter passiven ETFs; auch Themen-ETFs sind gefragter. Gleichzeitig verzeichnen aktive ETFs jedoch mit einem Plus von 10 Prozentpunkten den stärksten Zuwachs im Kaufinteresse.
- Ein solides Produktverständnis steht bei ETF-Produkten in engem Zusammenhang mit der Kaufbereitschaft.* Bei aktiven ETFs zeigt sich diesbezüglich noch deutlicher Nachholbedarf (vgl. nächste Seite).

* Vgl. Mattmann et al. (2025).

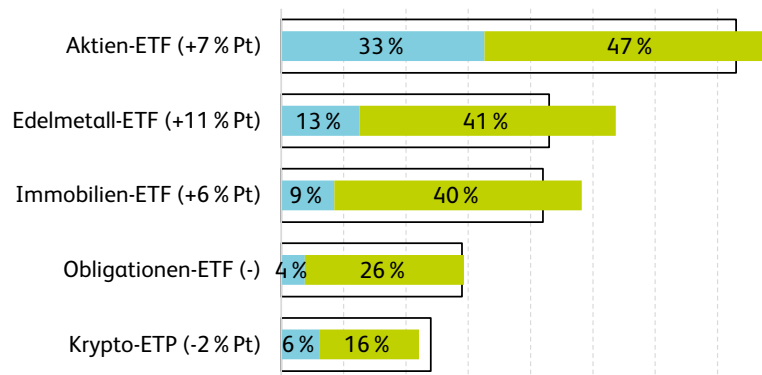
Aktive ETFs mit begrenztem, aber deutlich gestiegenem Kaufinteresse

Kaufinteresse nach ETF-Form
(n=693)



□ Kaufinteresse: 2025
■ 2026: Sehr interessiert
■ 2026: Ziemlich interessiert

Kaufinteresse nach Asset-Klasse
(n=693)



ETF-Anlegerschaft

Aktive ETFs

Frage

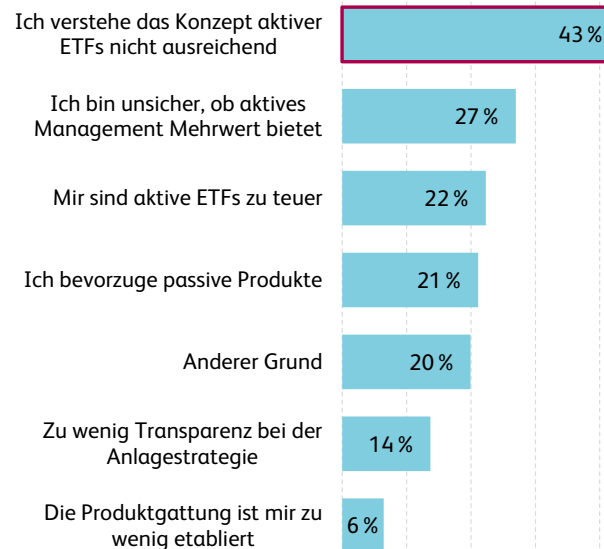
Gründe für bzw. gegen den Kauf aktiv verwalteter ETFs.
(Mehrfachauswahl möglich)

Erkenntnisse

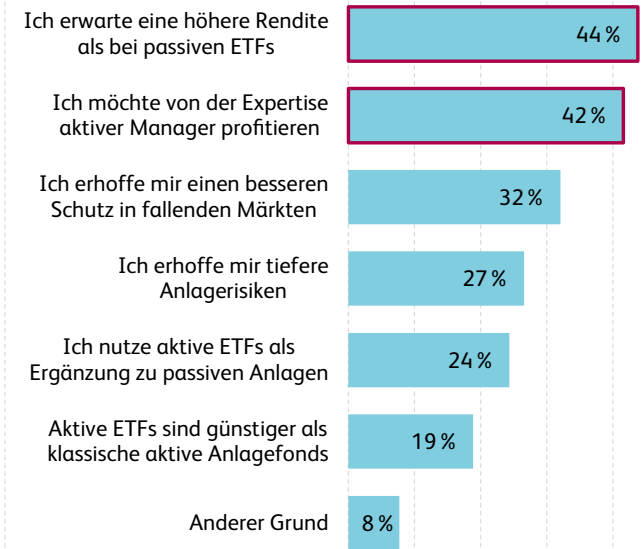
- Ein unzureichendes Produktverständnis ist mit 43 Prozent die grösste Hürde für den Kauf aktiv verwalteter ETFs.
- Weitere Kaufbarrieren sind Zweifel am Mehrwert des aktiven Managements (27 Prozent) sowie als zu hoch wahrgenommene Kosten (22 Prozent).
- Höhere Renditeerwartungen und die Expertise des aktiven Fondsmanagers sind mit 44 bzw. 42 Prozent die wichtigsten Kaufmotive.

Das Kaufinteresse an aktiven ETFs hängt wesentlich vom Produktverständnis der Anleger ab

Gründe gegen aktive ETFs
(n=260)



Gründe für aktive ETFs
(n=433)



ETF-Anlegerschaft

Themen-ETFs

Frage

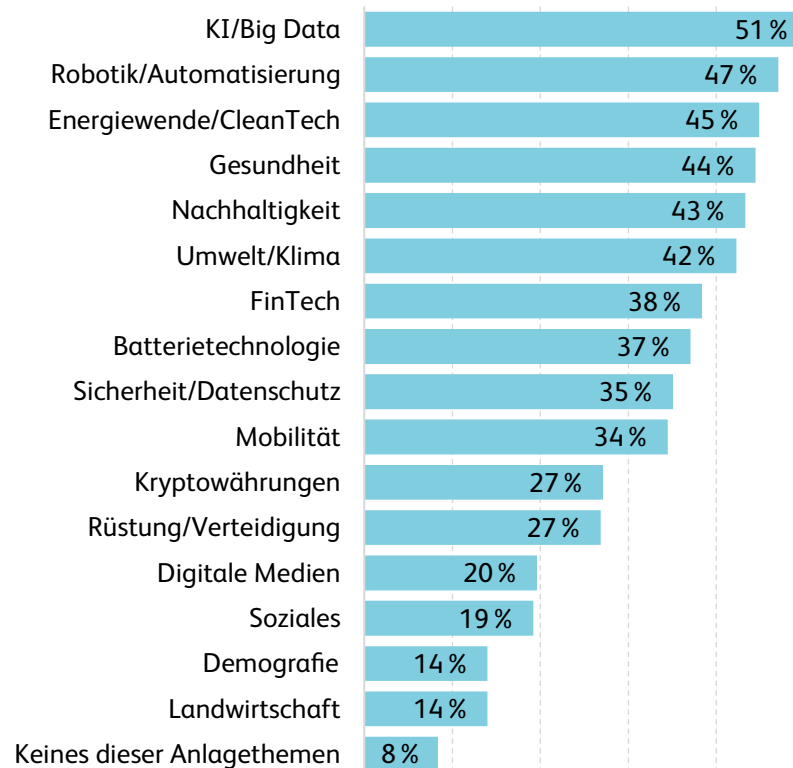
Welche der folgenden Anlagethemen interessiert Sie?
(Mehrfachauswahl möglich)

Erkenntnisse

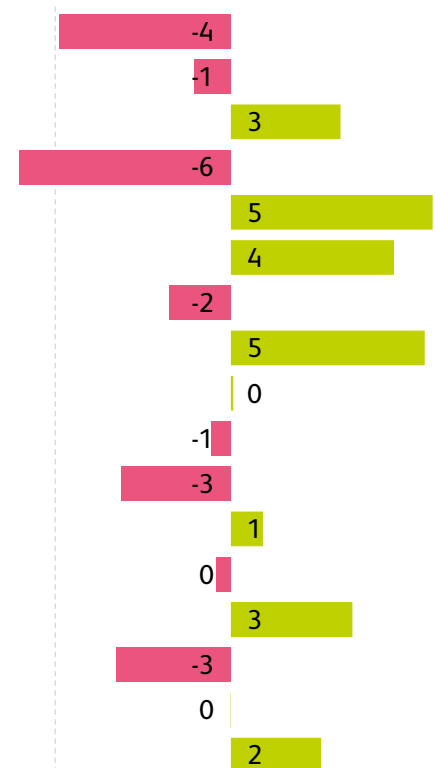
- KI/Big Data bleibt mit 51 Prozent das beliebteste Anlagethema bei ETF-Anlegern, gefolgt von Robotik/Automatisierung mit 47 Prozent, wobei das Interesse an beiden Themen gegenüber dem Vorjahr abgenommen hat.
- Themen mit Nachhaltigkeitsbezug gewinnen deutlich an Bedeutung, insbesondere Energiewende/CleanTech, Nachhaltigkeit sowie Umwelt/Klima verzeichnen die stärksten Interessenzuwächse.
- Die thematischen Anlageinteressen bleiben insgesamt breit gestreut, kein einzelnes Thema interessiert eine deutliche Mehrheit der ETF-Anleger.

Technologie bleibt führend, Themen mit Nachhaltigkeitsbezug gewinnen am stärksten

Interesse an Investment-Themen von ETF-Anlegern 2026
(n=693)



Veränderung im Vergleich zu 2025
(in % Pt)



Management Summary

ETF-Markt Schweiz

- Entwicklung: Angebot, verwaltete Vermögen & Neugeld, Produktinnovationen
- ETF-Sparpläne: Marktübersicht

ETF-Anlegerschaft

- Anlageverhalten und ETF-Literacy
- ETF-Informationskanäle und FinFluencer
- Bedeutung der ETF-Anbietermarke
- ETFs in der Säule 3a und im freien Vermögen
- Aktive ETFs und Themen-ETFs
- Fazit

Anhang

Umfrageergebnisse und Implikationen für die Branche



ETF-Durchdringung nimmt zu

ETFs entwickeln sich zunehmend zu einem Kernelement Schweizer Anlageportfolios, insbesondere bei jüngeren Anlegenden, während klassische Anlagefonds relativ an Bedeutung verlieren.



ETF-Anlegerschaft verbreitert sich

Die Produkt- und Vertriebskommunikation sollte unterschiedliche Anlegersegmente gezielt adressieren, insbesondere Frauen und jüngere Anlegende.



Deutliche Unterschiede nach Bildungsniveau

Einfach verständliche und zielgruppengerechte Informationsangebote können Wissensbarrieren reduzieren und die ETF-Nutzung in weniger finanzaffinen Anlegergruppen fördern.



Digitale Informationskanäle sind zentral

Digitale Touchpoints sollten als integraler Bestandteil der ETF-Kommunikation und des Vertriebs genutzt werden.



Alter prägt die Wahl der Informationskanäle

Online-Plattformen und Anbieter-Webseiten bleiben zentrale Touchpoints, während Finanz-Blogs, KI-Tools und Social Media insbesondere für Jüngere relevant sind. Nicht-ETF-Anlegende und Ältere erfordern weiterhin eine Ansprache über nicht-digitale Kanäle.



FinFluencer beeinflussen Anlegende, insbesondere Frauen

Kooperationen bieten einen gezielten Zugang zu relevanten Zielgruppen, erfordern aber eine sorgfältige Auswahl nach Reichweite und Glaubwürdigkeit. FinFluencer und Auftraggeber tragen dabei besondere Verantwortung.



Eine starke ETF-Marke unterstützt den Vertriebserfolg

ETF-Anbieter sollten ihre Markenbekanntheit bei Privatanlegenden gezielt stärken. Eine starke Marke schafft Wettbewerbsvorteile, ersetzt jedoch keine wettbewerbsfähige Gebührenstruktur.



ETF-Sparpläne mit Potenzial

Informations- und Wissensdefizite stellen zentrale Nutzungsbarrieren dar und sollten durch einfache, verständliche und nutzenorientierte Kommunikation adressiert werden.

Management Summary

ETF-Markt Schweiz

- Entwicklung: Angebot, verwaltete Vermögen & Neugeld, Produktinnovationen
- ETF-Sparpläne: Marktübersicht

ETF-Anlegerschaft

- Anlageverhalten und ETF-Literacy
- ETF-Informationskanäle und FinFluencer
- Bedeutung der ETF-Anbietermarke
- ETFs in der Säule 3a und im freien Vermögen
- Aktive ETFs und Themen-ETFs
- Fazit

Anhang

- Anderson, A., Baker, F. & Robinson, D.T. (2017). Precautionary savings, retirement planning and misperceptions of financial literacy. *Journal of Financial Economics*, 126(2), 383–398.
<https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2017.07.008>
- BlackRock (2025). People & Money: The next wave of ETF investors in Europe. Abgerufen am 18.08.2026 von:
<https://www.blackrock.com/ch/individual/en/literature/brochure/people-and-money-etf-europe.pdf>
- Bucher-Koenen, T., Alessie, R. J., Lusardi, A. & van Rooij, M. (2024). Fearless woman: Financial literacy, confidence, and stock market participation. *Management Science*. 1–17.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.2023.00425>
- Eidgenössische Finanzmarktaufsicht (FINMA) (2026). Liste der von der FINMA bewilligten schweizerischen kollektiven Kapitalanlagen sowie Liste der zum Angebot an nicht qualifizierte Anlegerinnen und Anleger genehmigten ausländischen kollektiven Kapitalanlagen. Abgerufen am 30.06.2026 von:
<https://www.finma.ch/de/finma-public/bewilligte-institute-personen-und-produkte/>
- European Securities and Markets Authority (ESMA) & Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) (2025). Influencer: Tipps für eine verantwortungsvolle Werbung. Abgerufen am 09.09.2026 von:
https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/2026-01/DE_Germany_de_-_Influencers_factsheet.pdf
- ExtraETF (2026). ETF Savings Plans: The ETF Savings Plan Market in Continental Europe. Recap & Forecast 2030. Abgerufen am 20.08.2026 von:
https://cdn.extraetf.com/downloads/research/2026/European_Saving_Plan_Study-EN.pdf
- Mattmann, B., Döhnert, K., Fausch, J. & Gattlen, A. (2025). ETF-Anlegerstudie Schweiz 2025. Abgerufen am 03.09.2026 von:
<https://www.hslu.ch/de-ch/hochschule-luzern/ueber-uns/medien/medienmitteilungen/2025/10/22/etf-anlegerstudie-2025/>
- Morningstar (2026). Datenbezug über Morningstar Direct per 30.06.2026.



Dr. Brian Mattmann

Brian Mattmann ist Dozent an der Hochschule Luzern. Er lehrt und forscht zu Asset Management und nachhaltigen Kapitalanlagen. Im In- und Ausland war er im Aktienresearch und Portfoliomanagement sowie im Anleihen- und Derivatehandel tätig. Er ist im Verwaltungsrat eines Asset Managers und einer Immobiliengesellschaft.



Prof. Dr. Karsten Döhnert

Karsten Döhnert ist Dozent an der Hochschule Luzern. Dort liegen seine Schwerpunkte in den Themen Asset Management, Corporate Finance und Berufliche Vorsorge. Er ist u.a. Co-Leiter des CAS Asset Management sowie des MAS Pensionskassen Management. Zudem ist er Mitglied des Bankrats der Urner Kantonalbank.



Prof. Dr. Jürg Fausch

Jürg Fausch ist Professor an der Hochschule Luzern mit den Forschungsschwerpunkten Empirical Asset Pricing, Financial Machine Learning und Mutual Funds. Seine Forschungsergebnisse wurden auf führenden internationalen Konferenzen präsentiert (u.a. AFA, EFA, FMA) und in wissenschaftlichen Zeitschriften veröffentlicht. Zudem ist er Co-Leiter des CAS Asset Management.



Angelo Gattlen

Angelo Gattlen ist wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Hochschule Luzern mit den Forschungsschwerpunkten Empirical Asset Pricing und Mutual Funds. Zuvor war er bei Schweizer Banken im Portfoliomanagement sowie in der Kundenberatung tätig.

Sounding Board zur ETF-Anlegerstudie Schweiz 2026

Jonathan Decurtins

Head of Wholesale Switzerland & Liechtenstein
Vanguard

David Kunz

COO and Deputy CEO
BX Swiss

Hans-Jörg Morath

Head ETF Sales
Zürcher Kantonalbank

Angela Mygind

FinFluencerin
MissFinance

Raimund Müller

Head ETF & Index Fund Sales Switzerland & Liechtenstein
UBS

Marco Strohmeier

Head of Wealth German speaking part Switzerland
BlackRock



Die ETF-Anlegerstudie Schweiz wird vom Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ) der Hochschule Luzern (HSLU) konzipiert, erstellt und wissenschaftlich verantwortet. Die Studie wird durch ein Sounding Board fachlich begleitet, das sich aus ausgewiesenen Fachpersonen der Schweizer ETF-Industrie zusammensetzt. Die Mitglieder des Sounding Boards werden durch die Autorenschaft der HSLU berufen. Im Rahmen des Sounding Boards werden die inhaltliche Ausrichtung der Studie reflektiert, praxisrelevante Fragestellungen eingebracht und aktuelle Marktentwicklungen berücksichtigt. Die wissenschaftliche und inhaltliche Verantwortung verbleibt vollumfänglich bei der Autorenschaft der HSLU. Das Sounding Board wurde Ende 2025 zur Begleitung der ETF-Anlegerstudie Schweiz 2026 konstituiert. Im ersten Halbjahr 2026 wurden drei Sounding-Runden durchgeführt.

**Disclaimer**

Diese Arbeit dient ausschliesslich der wissenschaftlichen Analyse und Diskussion. Sie verfolgt keinen Zweck der Entscheidungsunterstützung oder operativen Anwendung. Die Ergebnisse sind deskriptiver Natur und erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder unmittelbare Übertragbarkeit auf konkrete Sachverhalte. Dieses Dokument enthält Informationen aus Quellen, die als zuverlässig angesehen werden, jedoch übernimmt die Hochschule Luzern keine Gewähr für deren Vollständigkeit oder Richtigkeit. Dies gilt auch für die Ergebnisse von KI-Tools, die bei der Erstellung dieses Dokuments situationsbedingt zum Einsatz kamen.

Autorenschaft

HSLU Hochschule
Luzern

Herausgeber

finanzen.ch

Platinsponsoren

 findependent **Vanguard**[®]

Goldsponsoren



iShares[®]
by BlackRock

swisscanto



Silbersponsoren



SAXO
BE INVESTED