

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Sparen im Fokus

Ergebnis-
Abriss

Oktober 2014



Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 1.003 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 30.09.2014 – 14.10.2014
- **Screening:** Alter
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 40 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.590,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



Spar- bzw. Geldanlageformen im Test:

- Girokonto
- Sparbuch
- Sparkarte
- Tagesgeld
- Festgeld
- Bausparen
- Wertpapiere
- Grundstück/Immobilie kaufen
- Lebensversicherung
- Edelmetalle z.B. Gold, Silber
- Private Zusatzpension
- Pensionsvorsorge mit staatlicher Förderung
- Geld zuhause

**13 Formen
im Check**



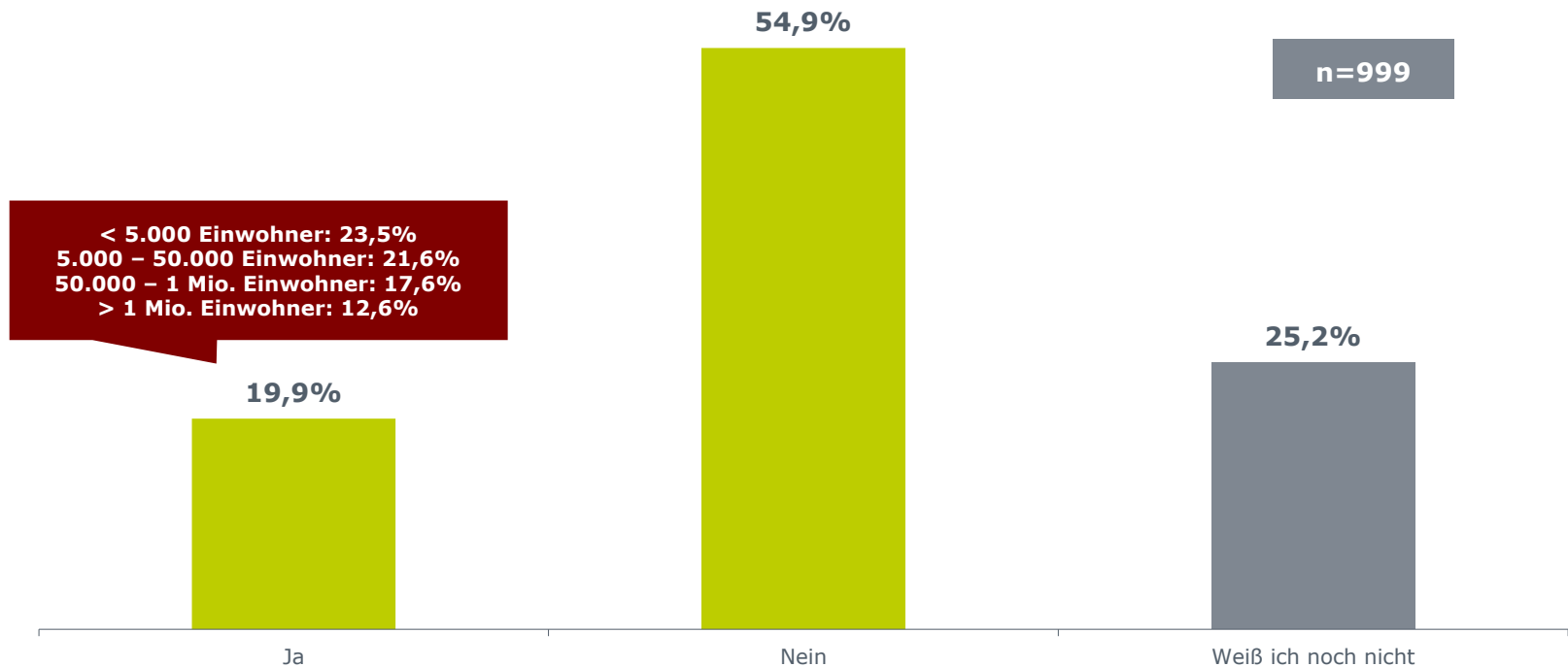
Erkenntnisinhalte:

- **Sparverhalten der Österreicher** (Stellenwert von Sparen, Wichtigkeit der Sparformen, primäre Einsparungs-Maßnahmen, Kontra bei Spar- bzw. Geldanlageformen)
- **Image-Bewertung** der Spar- bzw. Geldanlageformen (sicher, sympathisch, etabliert in Österreich, vertrauenswürdig, innovativ, zukunftsorientiert, von Experten empfohlen, zuverlässig, verständlich, flexibel, glaubwürdig, ertragreich, wertbeständig)
- **Gesamtimage-Bewertung** der Spar- bzw. Geldanlageformen
- **Nutzung der Spar- bzw. Geldanlageformen** (aktuelle Nutzung der Spar- bzw. Geldanlageformen, Zufriedenheit mit den genutzten Spar- bzw. Geldanlageformen, Zeitpunkt der abgeschlossenen Spar- bzw. Geldanlageformen, aktuelles & künftiges Sparvolumen, Zufriedenheit mit Sparvolumen, Sparmotive)
- **Geplante Spar- bzw. Geldanlageformen** (Art der geplanten Spar- bzw. Geldanlageformen, Abschlussort)
- **Infoverhalten bzw. Informationsbeschaffung** bei Spar- bzw. Geldanlageformen
- **Entscheidungseinfluss** (Wichtigkeit der Kriterien bei Spar- bzw. Geldanlageformen, Bewertung der Abschlussarten (persönlich, online, telefonisch))
- **Veränderung der Spar- und Kreditzinsen**
- **Soziodemographie der Kunden** (Finanzunternehmen-Kunde, Haushalts-Nettoeinkommen, Familienstand etc.)



Jeder fünfte Österreicher wird am Weltspartag eine Bank bzw. Sparkasse aufsuchen.

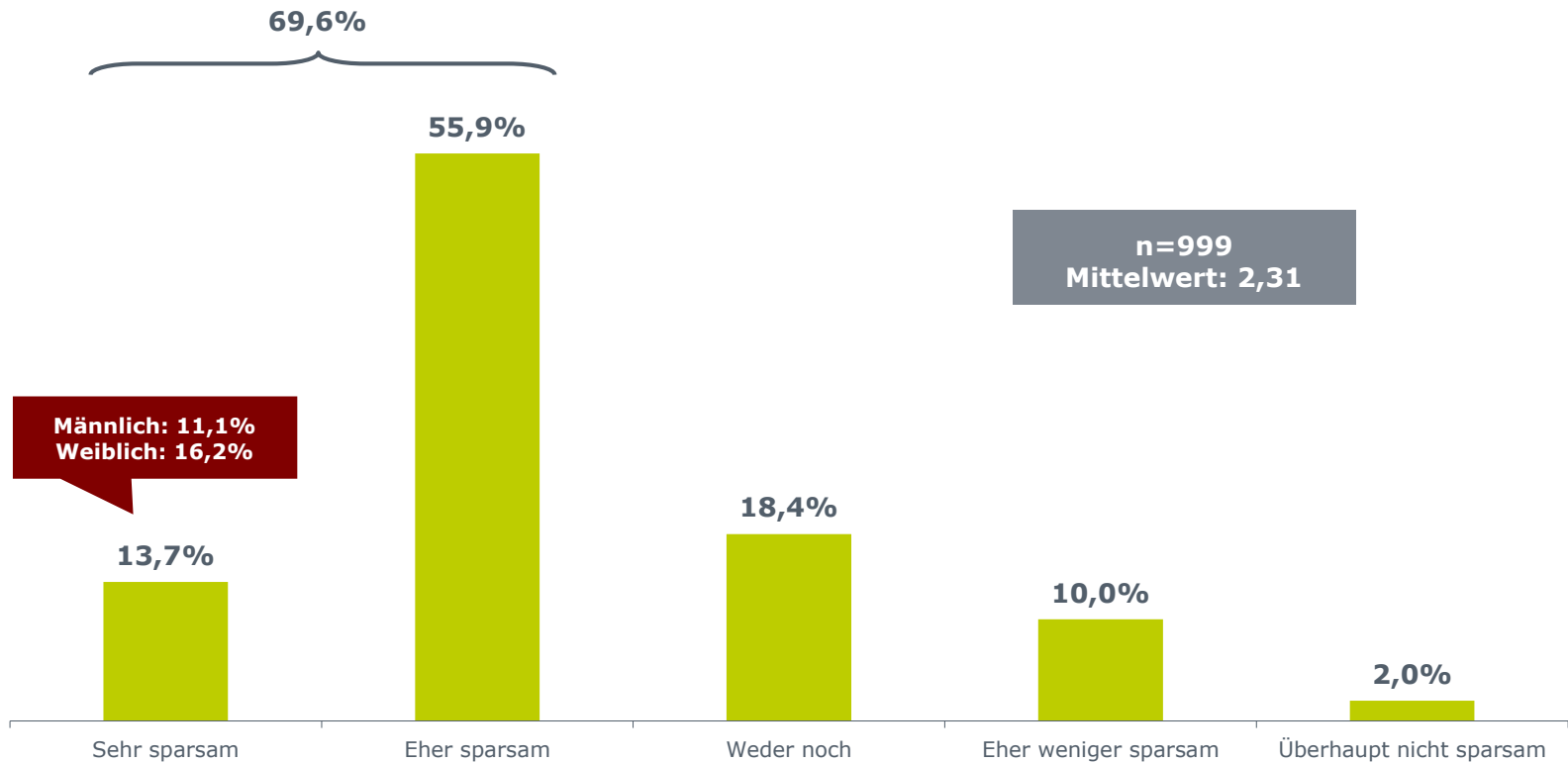
Ich gehe am Weltspartag zur Bank ...



Haben Sie am bevorstehenden Weltspartag Ende Oktober vor in Ihre Bank bzw. Sparkasse zu gehen?

7 von 10 Österreichern würden sich als (eher) sparsam bezeichnen.

Selbsteinschätzung „sparsam“

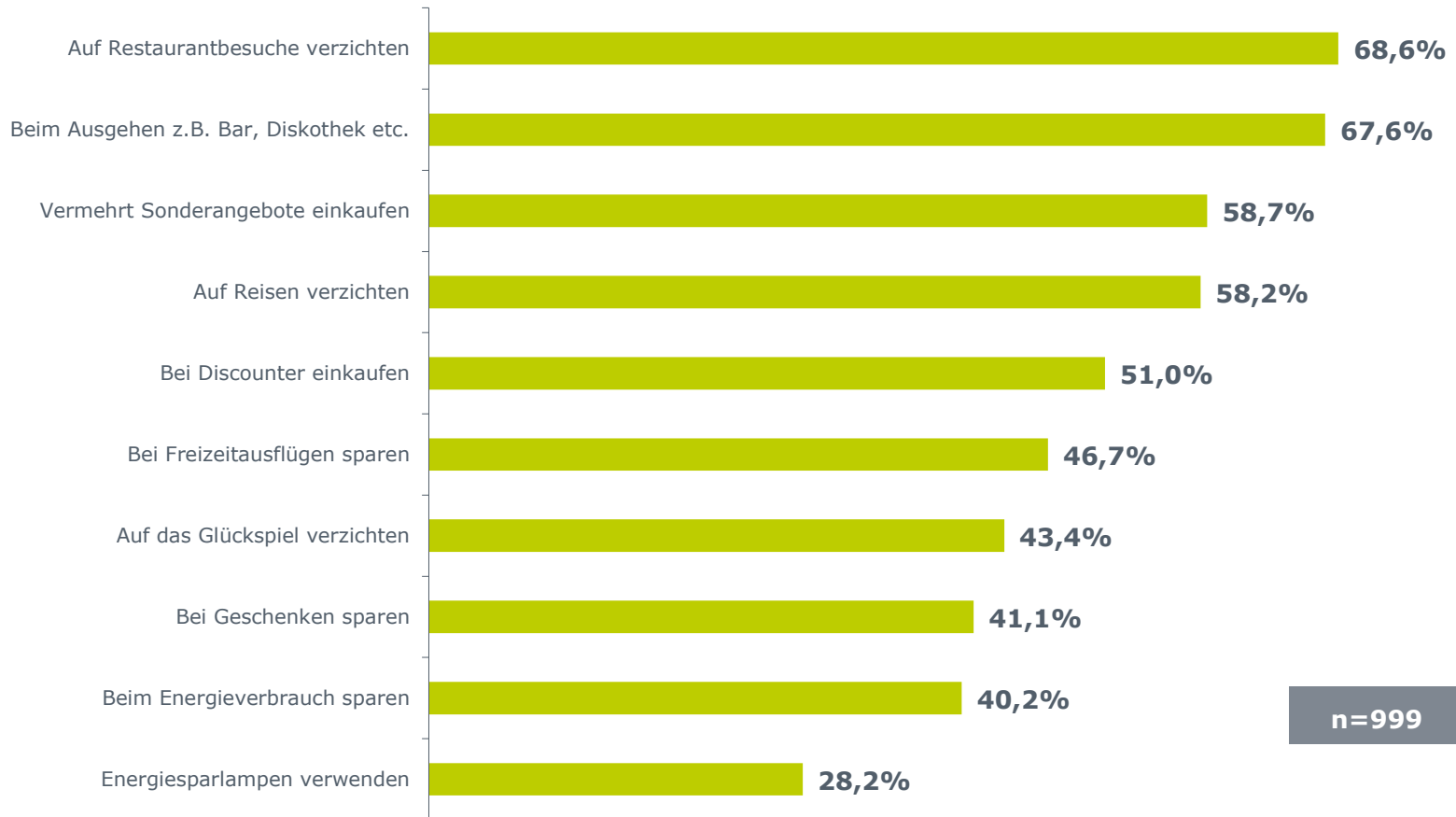


Inwieweit würden Sie sich selbst als sparsam beschreiben?



Jeder 7te Österreicher würden zuerst bei Restaurantbesuchen oder beim Ausgehen einsparen.

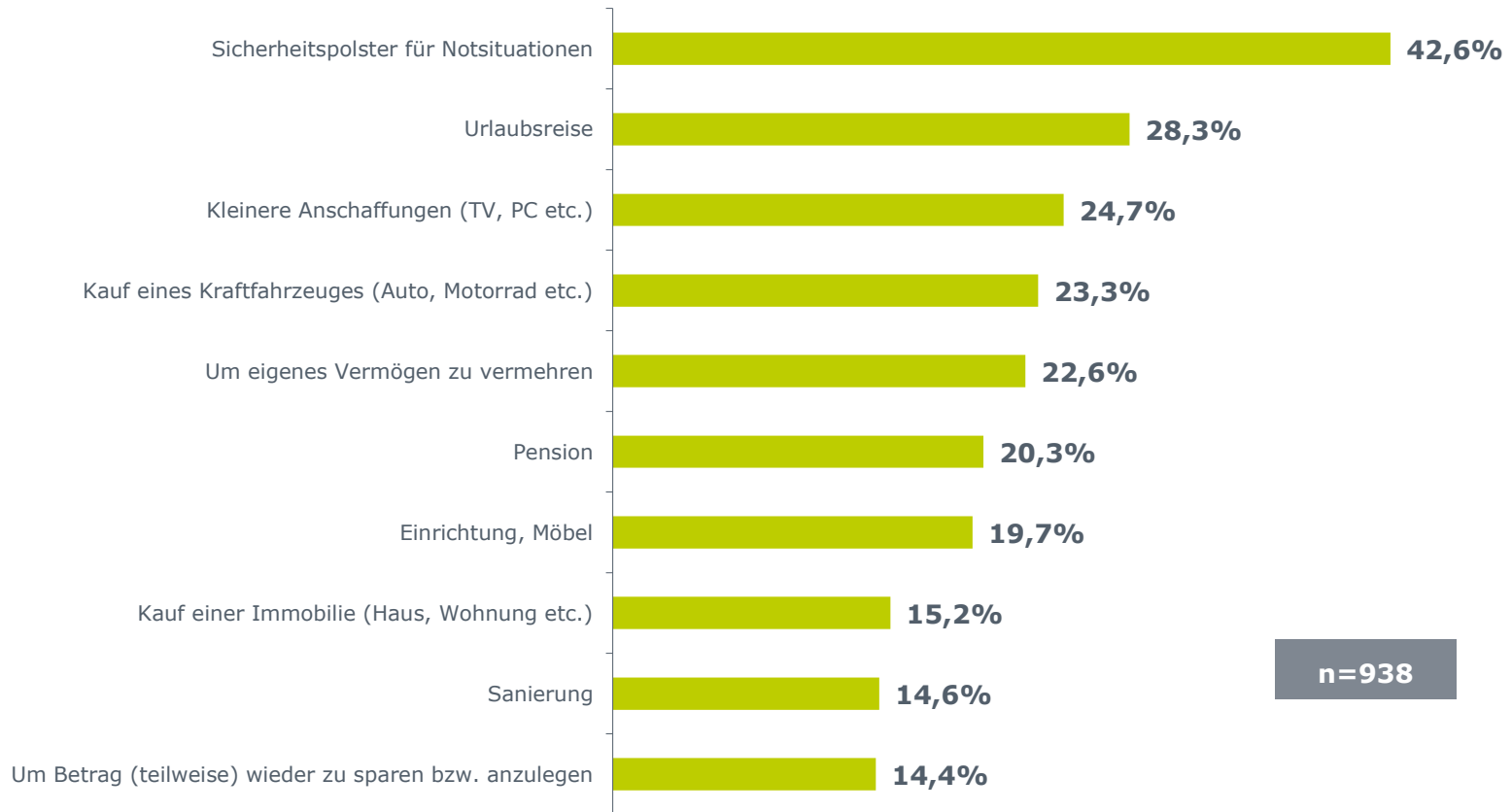
Dinge, bei denen man zuerst einsparen würde – Top 10



Wo würden Sie zuerst einsparen bzw. welche konkreten Maßnahmen würden Sie setzen, wenn das Geld knapp wird?

4 von 10 der heimischen Bewohner verwenden ihr Erspartes als Sicherheitspolster.

Verwendung des angesparten Vermögens – Top 10



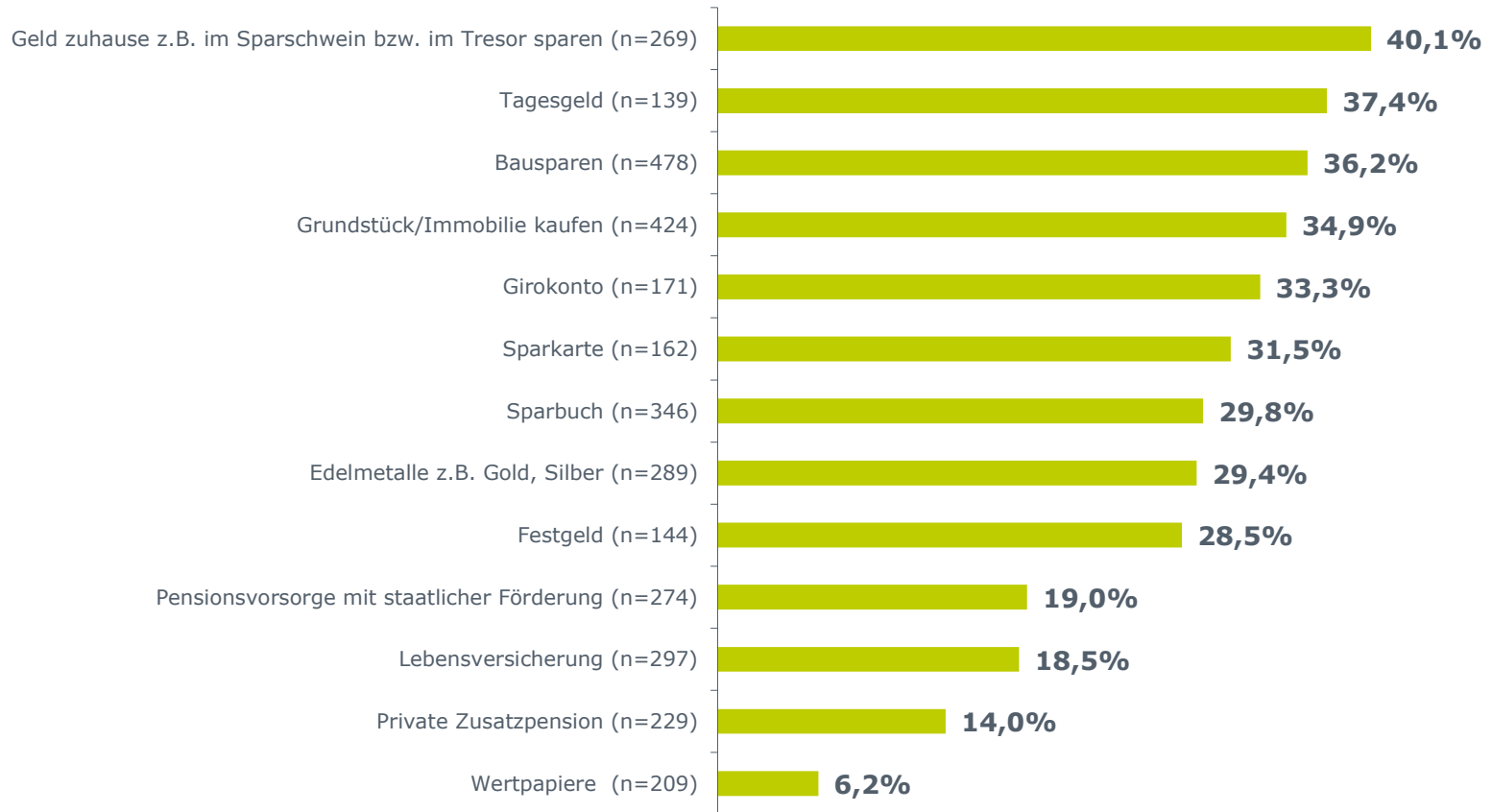
(Basis: Respondenten nehmen zumindest eine Spar- bzw. Geldanlageform in Anspruch)

Mit welchem Ziel haben Sie Ihre letzte Spar- bzw. Geldanlageform abgeschlossen bzw. wofür werden Sie das angesparte Geld wahrscheinlich verwenden bzw. haben Sie es bereits verwendet?



Die sichersten Spar- bzw. Geldanlageformen:

Top-Box: bewertet mit "sehr sicher" (5-stufige Skalierung)



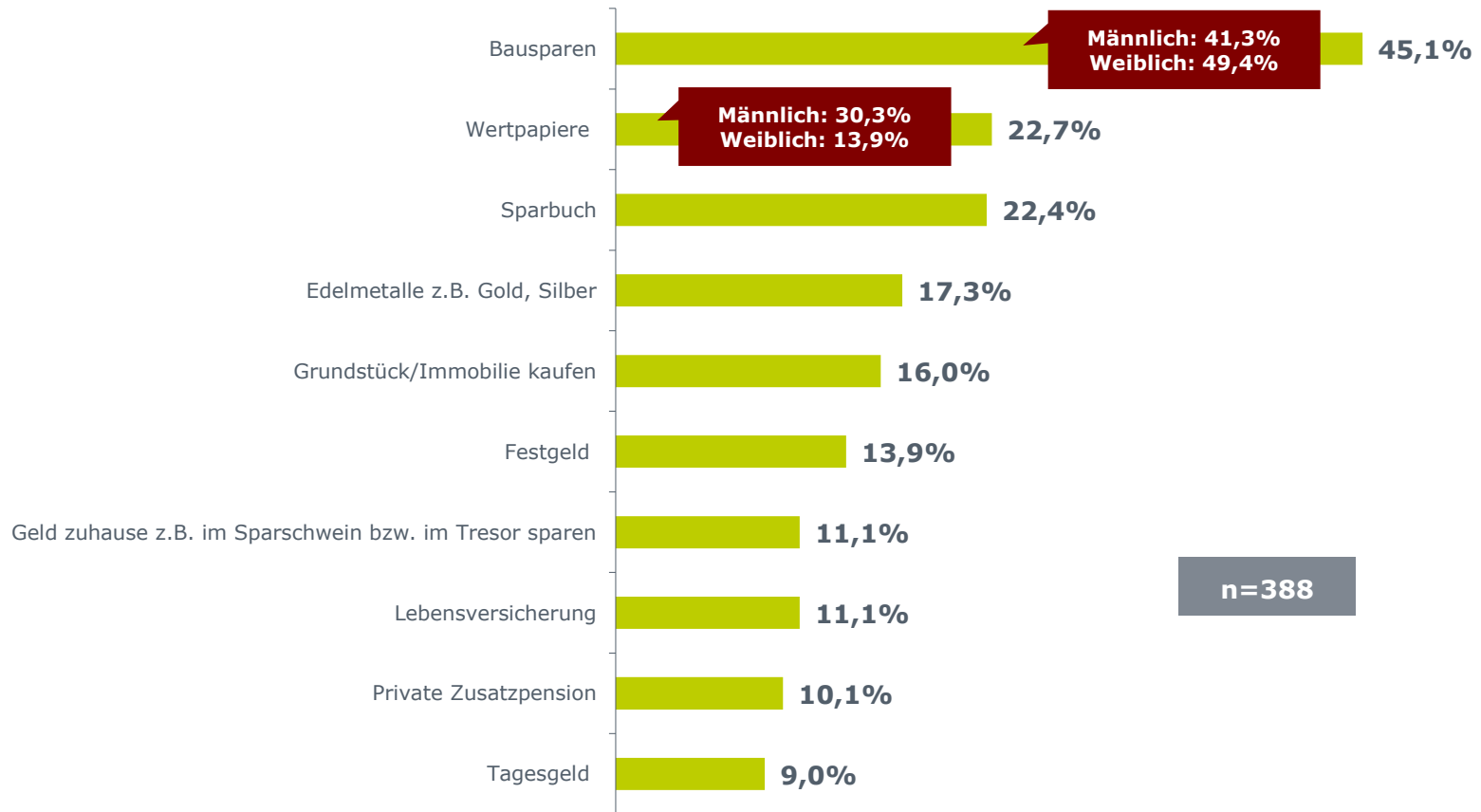
(Basis: Respondenten finden die jeweilige Spar- bzw. Geldanlageform interessant)

Wie sicher würden Sie die folgenden Spar- bzw. Geldanlageformen einschätzen? [...]



45 Prozent werden in den nächsten 1-2 Jahren einen Bausparvertrag abschließen.

Abschluss folgender Spar- bzw. Geldanlageformen in den nächsten 1-2 Jahren – Top 10



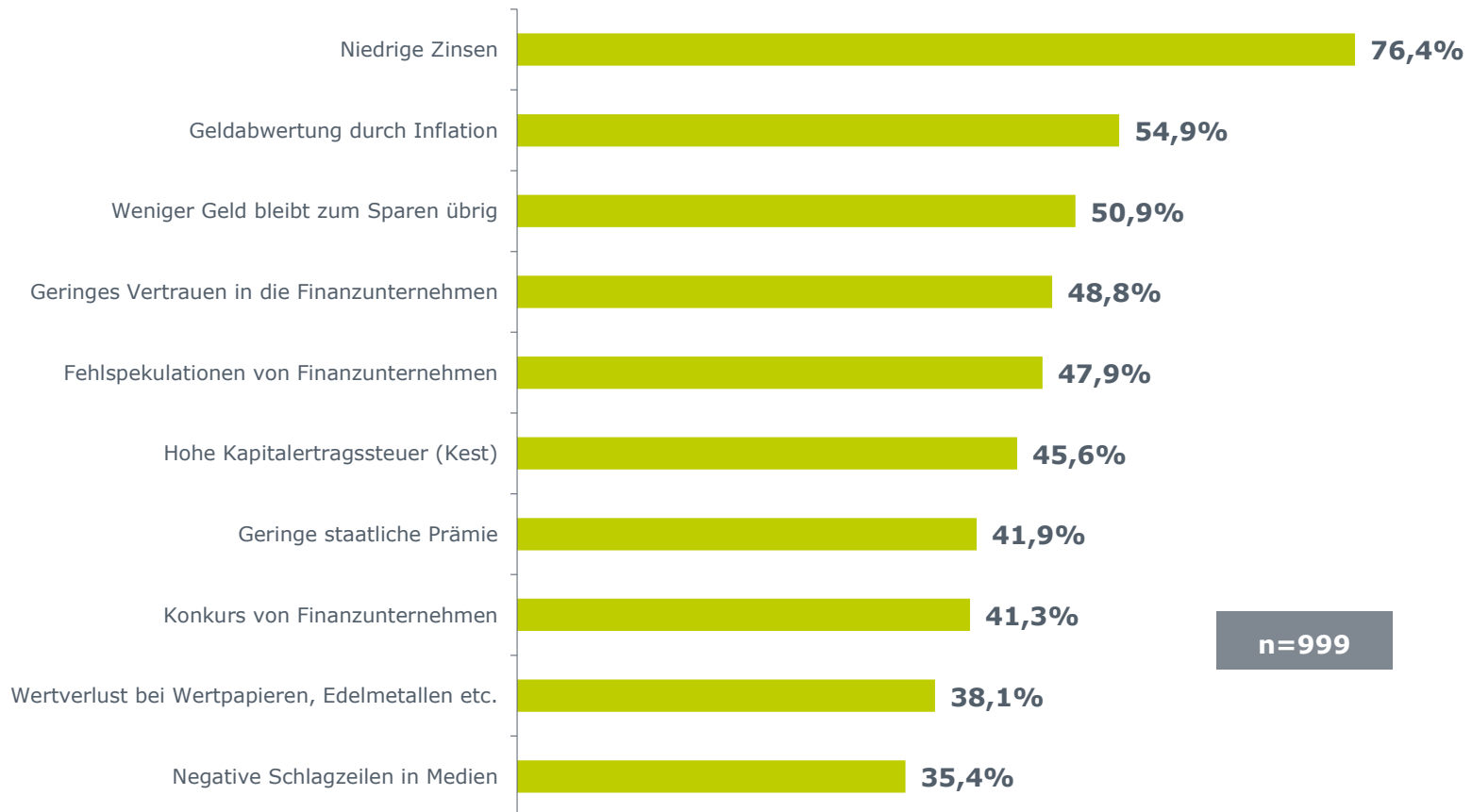
(Basis: Respondenten planen in den nächsten 1-2 Jahren eine Spar- bzw. Geldanlageform abzuschließen)

Welche neue Spar- bzw. Geldanlageform wollen Sie in den nächsten 1-2 Jahren abschließen? Damit meinen wir, welche Spar- bzw. Geldanlageform kommt für Sie grundsätzlich in Frage?



Für 3/4 der Befragten sind die niedrigen Zinsen Grund, warum Spar- bzw. Geldanlageprodukte heute unattraktiv sind.

Gründe, warum Spar- bzw. Geldanlageprodukte heute unattraktiv sind – Top 10



Was macht Ihrer Meinung nach Spar- bzw. Geldanlageformen heutzutage unattraktiv?



about Marketagent.com



About Marketagent.com ...

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 602.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand Oktober 2014, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



Das Online Access Panel von Marketagent.com

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Dominique Ertl, Mag.
d.ertl@marketagent.com
+43 (0) 2252 – 909 009– 27**

**Mühlgasse 59
A-2500 Baden**

www.marketagent.com

