



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Pressemitteilung

Tagesgeldkunden: einkommensstarke Finanzexperten



Esslingen am Neckar 17. Juni 2014 – Tagesgeldkunden zeigen ein überdurchschnittlich großes Interesse sowohl an Geldanlage- und Vorsorgeprodukten, als auch an Versicherungen. Präferierte Anlagearten neben dem Tagesgeld sind Festgeldkonten, Aktien und Aktienfonds. Die Tageszeitung ist in der Zielgruppe überaus beliebt und Werbung wird darin als vergleichsweise glaubwürdig und informativ eingestuft.

Rund 23 Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung sind im Besitz eines Tagesgeldkontos. Dies entspricht etwas mehr als 16 Millionen Menschen. 56 Prozent davon sind männlich und die Altersgruppe zwischen 40 und 60 ist vergleichsweise stark vertreten. Über ein Viertel der Tagesgeldkunden sind Akademiker und das monatliche Haushalts-Nettoeinkommen liegt deutlich über dem der Gesamtbevölkerung. In den nordöstlichen Bundesländern ist der Anteil an Tagesgeldkunden am höchsten.

Das Sparverhalten der Tagesgeldkunden liegt deutlich über dem der Gesamtbevölkerung. Knapp 70 Prozent sparen monatlich eine feste Summe. Das Interesse an Geldanlagemöglichkeiten, Aktienkursentwicklungen, aber auch an Vorsorgeprodukten und Versicherungen ist in der Zielgruppe überdurchschnittlich stark vorhanden. Freunde und Bekannte sehen in Tagesgeldkunden kompetente Berater und erfragen vergleichsweise häufig ihren Rat in Geldangelegenheiten.

ING-DiBa und Deutsche Bank schöpfen ihr Potenzial in der Zielgruppe überproportional gut aus. Bank of Scotland, Cortal Consors, ING-DiBa und comdirect haben unter ihren Kunden hohe Anteile an Tagesgeldkunden. Postbank und Sparda-Banken verfügen über den höchsten Anteil an weiblichen Tagesgeldkunden. Relative Stärken zeigen comdirect und DKB bezogen auf jüngere Kunden von unter 30 Jahren. Sparkassen und VR-Banken zeigen Stärken bezogen auf ältere Anleger von über 60 Jahren.

Tagesgeldkunden besitzen deutlich mehr Spar- und Anlagekonten als die Gesamtbevölkerung. Neben dem Tagesgeld sind besonders Festgeldkonten, Aktien und Aktienfonds in der Zielgruppe beliebt. Männer interessieren sich in besonderem Umfang für spekulative Finanzprodukte wie Aktien, Aktienfonds und Edelmetalle. Tagesgeldkunden planen zukünftig weitere Investitionen in Spar- bzw. Anlagekonten, wobei voraussichtlich die Aktie die nachfrageintensivste Anlageform der Zielgruppe sein wird.

Tagesgeldkunden nutzen den PC vergleichsweise häufig, um daran zu arbeiten. Das Internet dabei wird kaum häufiger als von der Gesamtbevölkerung genutzt. Annähernd zwei Drittel der Tagesgeldkunden lesen die Tageszeitung. Werbung wird hier glaubwürdiger und informativer als in den anderen Medien empfunden.



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Über die Studie:

Die Studie „Bankzielgruppe Tagesgeldkunden 2014“ von *research tools* gibt auf 84 Seiten Einblick in das Bankverhalten der Zielgruppe. Basis sind annähernd 7.000 Interviews mit bevölkerungsrepräsentativ ausgewählten Personen, die ein Tagesgeldkonto besitzen. Neben Anteile der Banken und Nutzung der Bankprodukte werden Kundenverhalten, Freizeit- und Medienverhalten und Soziodemografie der Zielgruppe analysiert und mit der Gesamtbevölkerung verglichen.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net