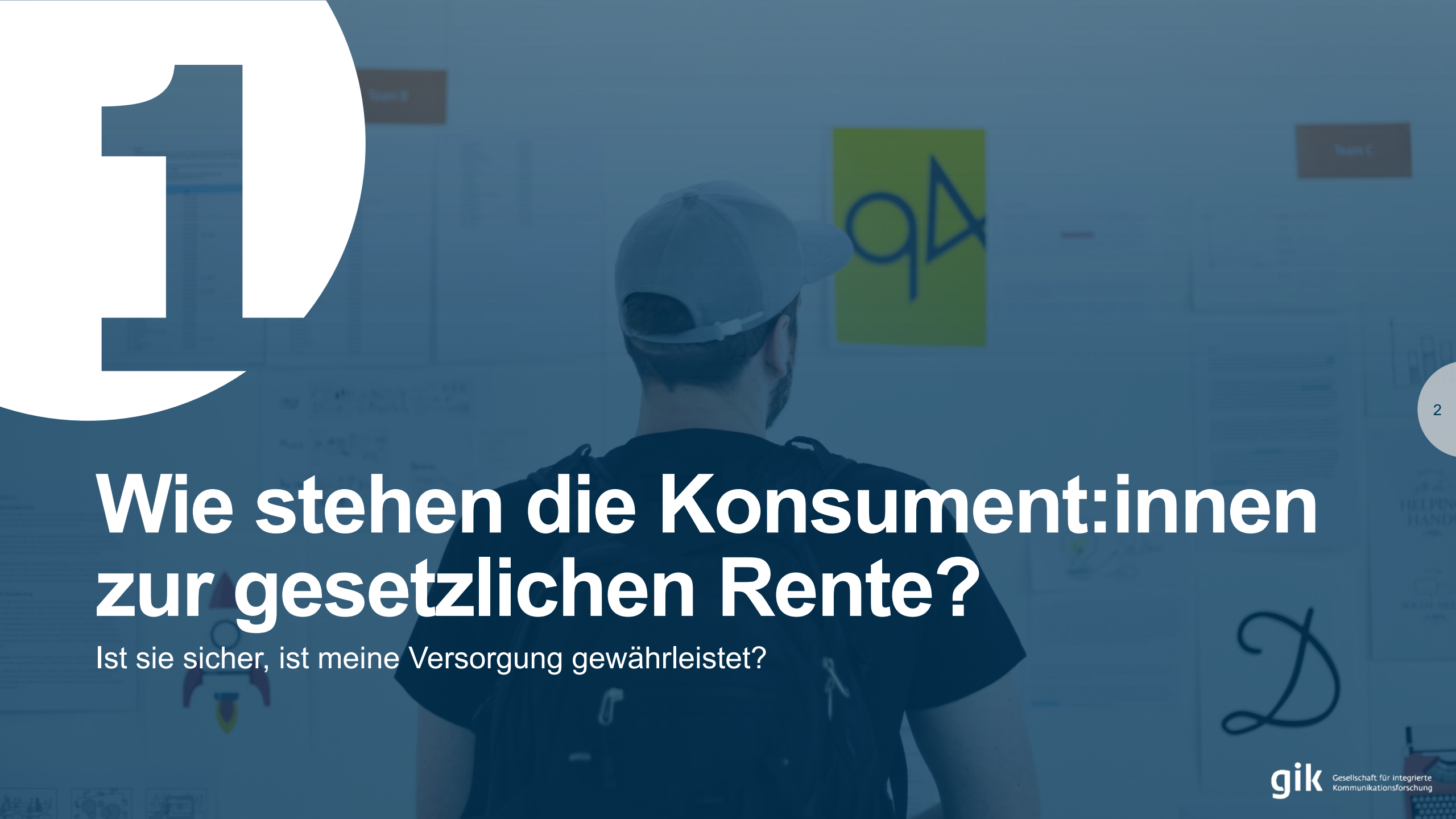
best4
SPEED DATA

Clarissa Moughrabi

Berlin, 11.11.2021

gik Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

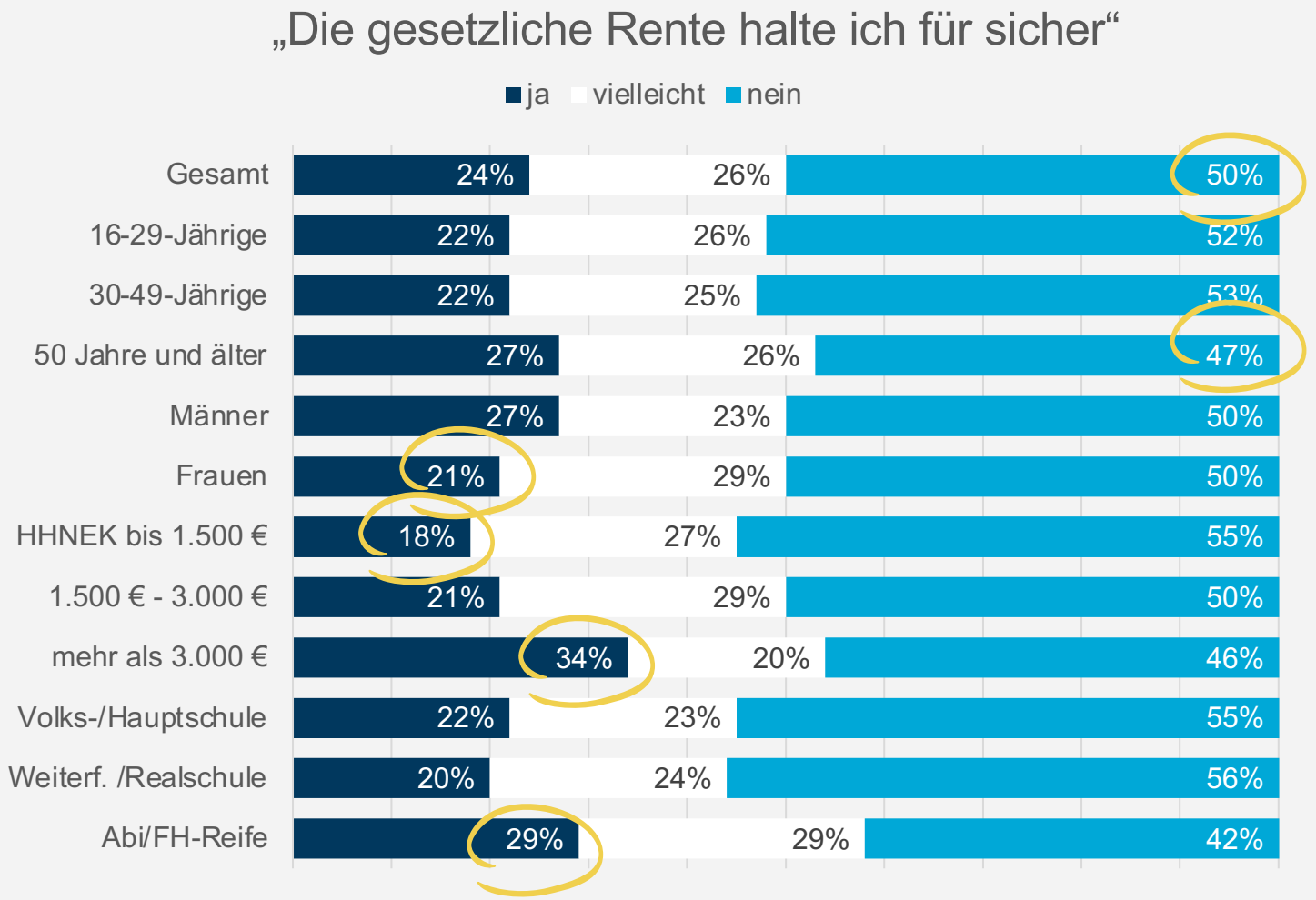


1

Wie stehen die Konsument:innen zur gesetzlichen Rente?

Ist sie sicher, ist meine Versorgung gewährleistet?

Das Vertrauen in die gesetzliche Rente ist überschaubar, die Hälfte der Befragten hat kein Vertrauen



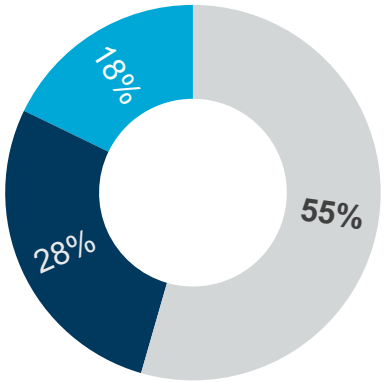
Quelle: b4p trends 2021 IV; Basis: Alle Befragten (n=1.048); Alle Angaben in Prozent;
Frage: Was denken Sie über die gesetzliche Rente?

Mit zunehmender Renten-Skepsis steigt auch die gefühlte Versorgungslücke

ja
vielleicht
nein

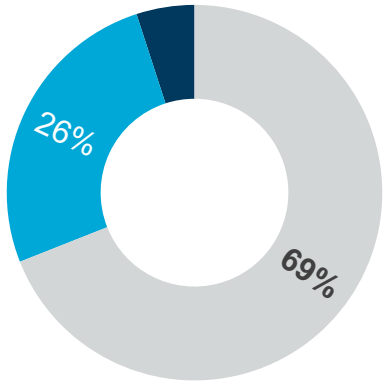
24% halte die gesetzliche Rente für **sicher**

Fühle mich ausreichend versorgt



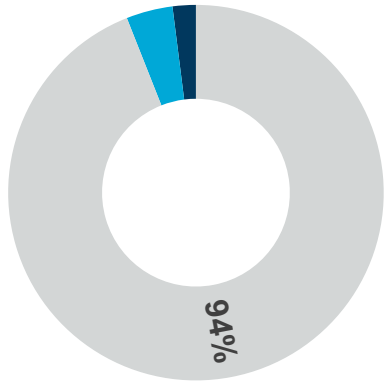
26% die gesetzliche Rente ist **vielleicht sicher**

Fühle mich ausreichend versorgt



50% **Nein,** die gesetzliche Rente ist **nicht sicher**

Fühle mich ausreichend versorgt

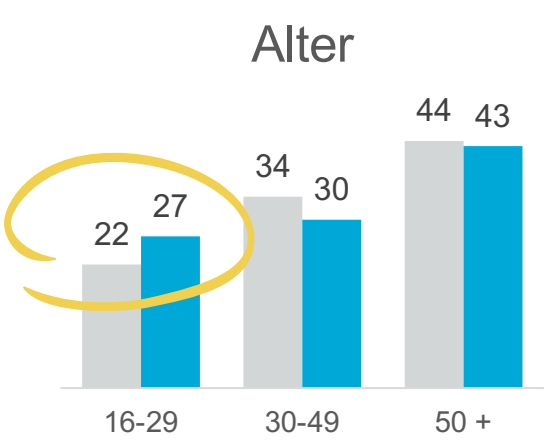


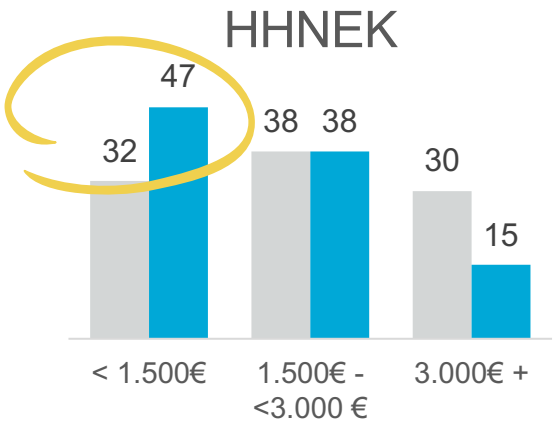
Quelle: b4p trends 2021 IV; Gesetzliche Rente ist: sicher (n=252); vielleicht sicher (n=269); Nicht sicher (n=527); Frage: Ich fühle mich durch die die gesetzliche Rente ausreichend versorgt

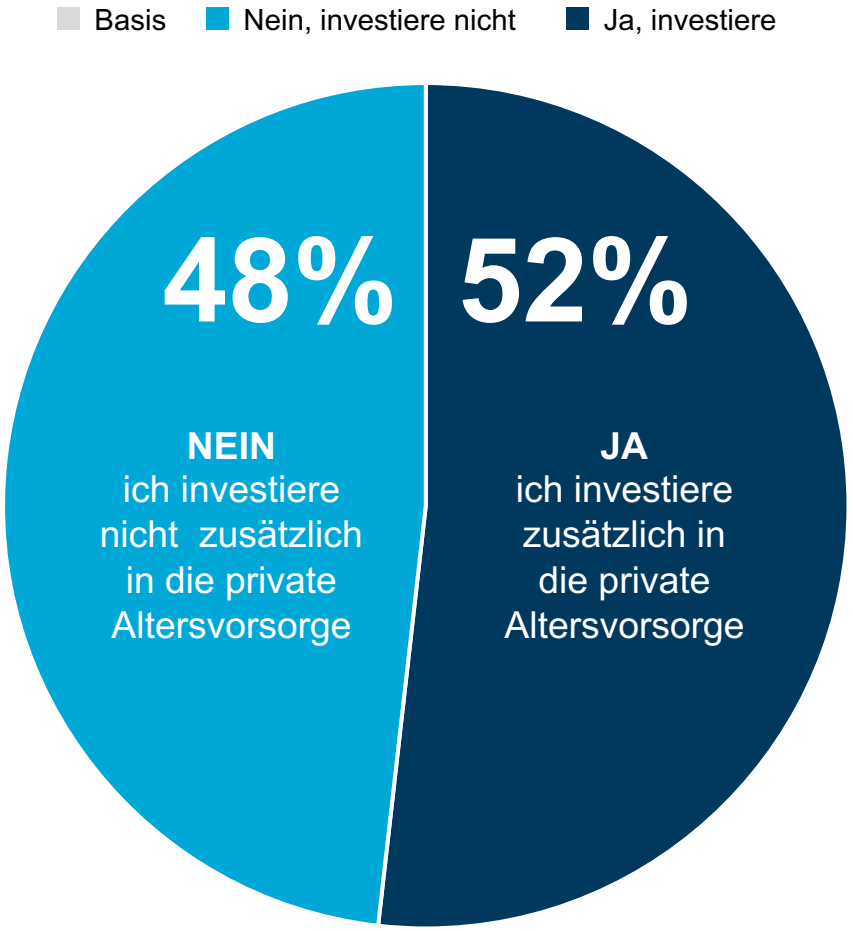
gik Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

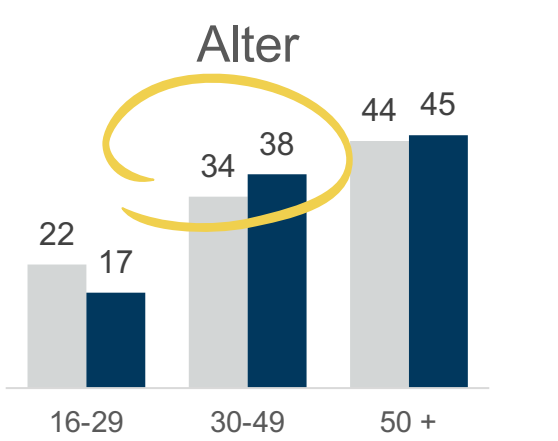
Trotzdem investiert nur gut die Hälfte in die private Altersvorsorge

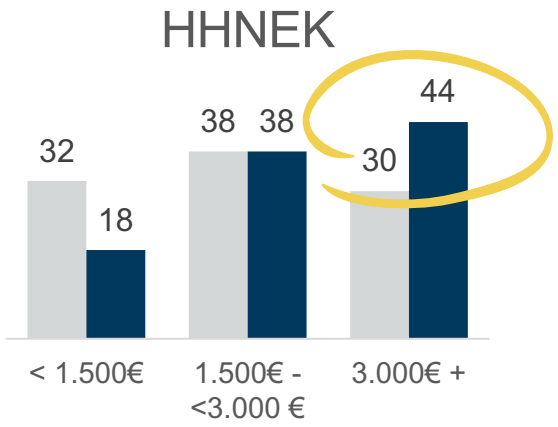
78% fühlen sich durch die gesetzliche Rente nicht ausreichend versorgt fühlen, davon sagen…











Quelle: b4p trends 2021 IV; Basis: Ich fühle mich durch die gesetzliche Rente nicht ausreichend versorgt (n=817); Alle Angaben in Prozent

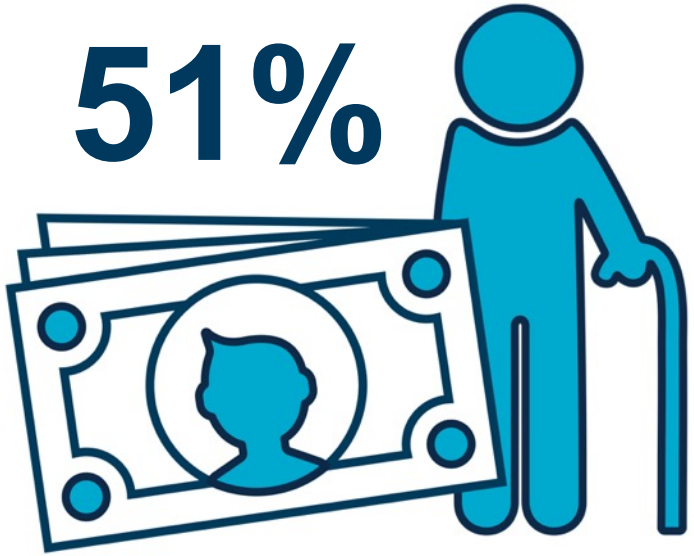
gik Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

2

Wie wird privat fürs Alter vorgesorgt?

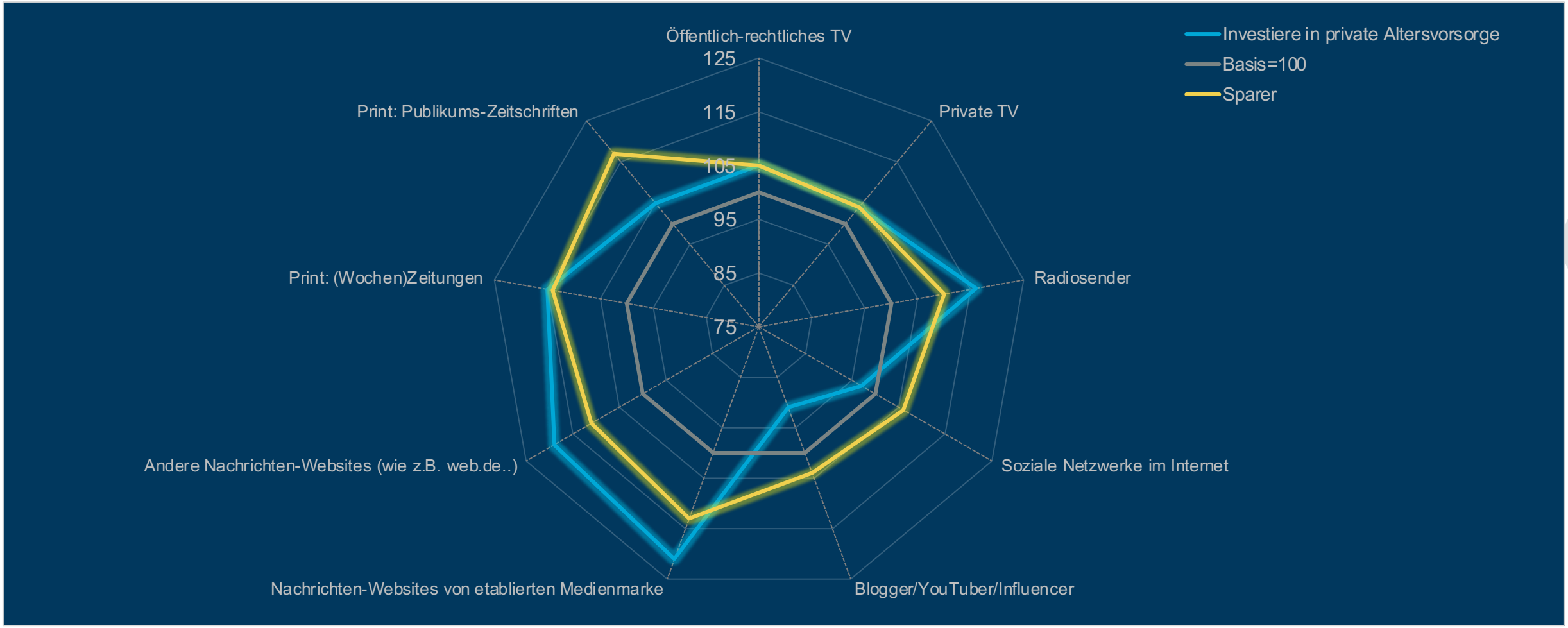
Nur jeder Zweite (49%) investiert in die private Altersvorsorge, aber noch mehr sagen..

..sie fühlen sich nicht ausreichend über die Möglichkeiten der privaten Altersvorsorge informiert



Quelle: b4p trends 2021 IV; Basis: Alle Befragten (n=1.048); Alle Angaben in Prozent; Frage: Fühlen Sie sich ausreichend über Möglichkeiten der privaten Altersvorsorge informiert?

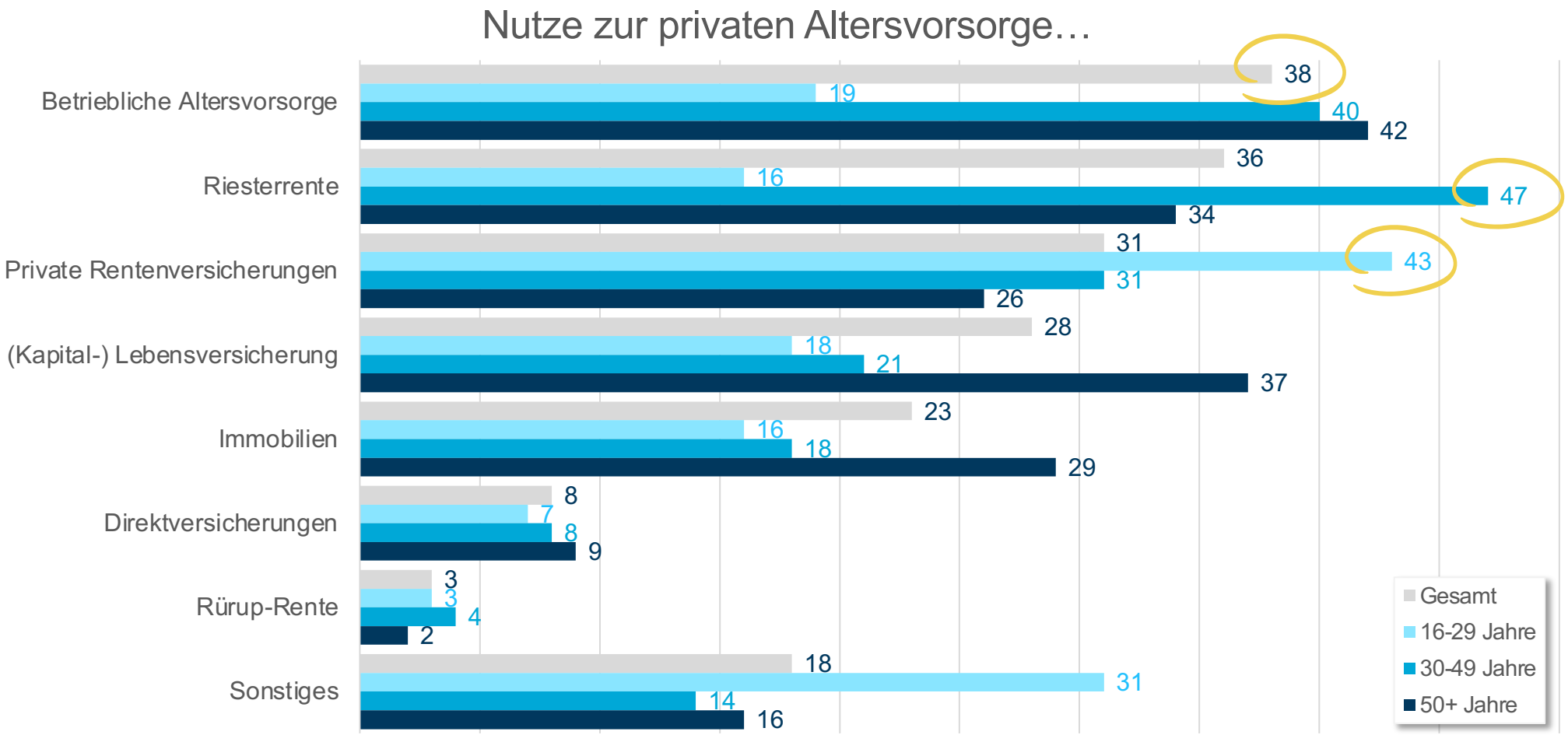
Sparer:innen, wie Personen, die bereits privat vorsorgen, nutzen intensiv Print und Online-Medien



Quelle: b4p trends 2021 IV; Basis: Alle Befragten (n=1.048); Index an Basis; Medien Informationsquellen Top2 (täglich/fast täglich); investiere in Private Altersvorsorge (510 Fälle); Sparer (764 Fälle)

gik Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

Die betriebliche Altersvorsorge ist die meistgenutzte Form der Altersvorsorge

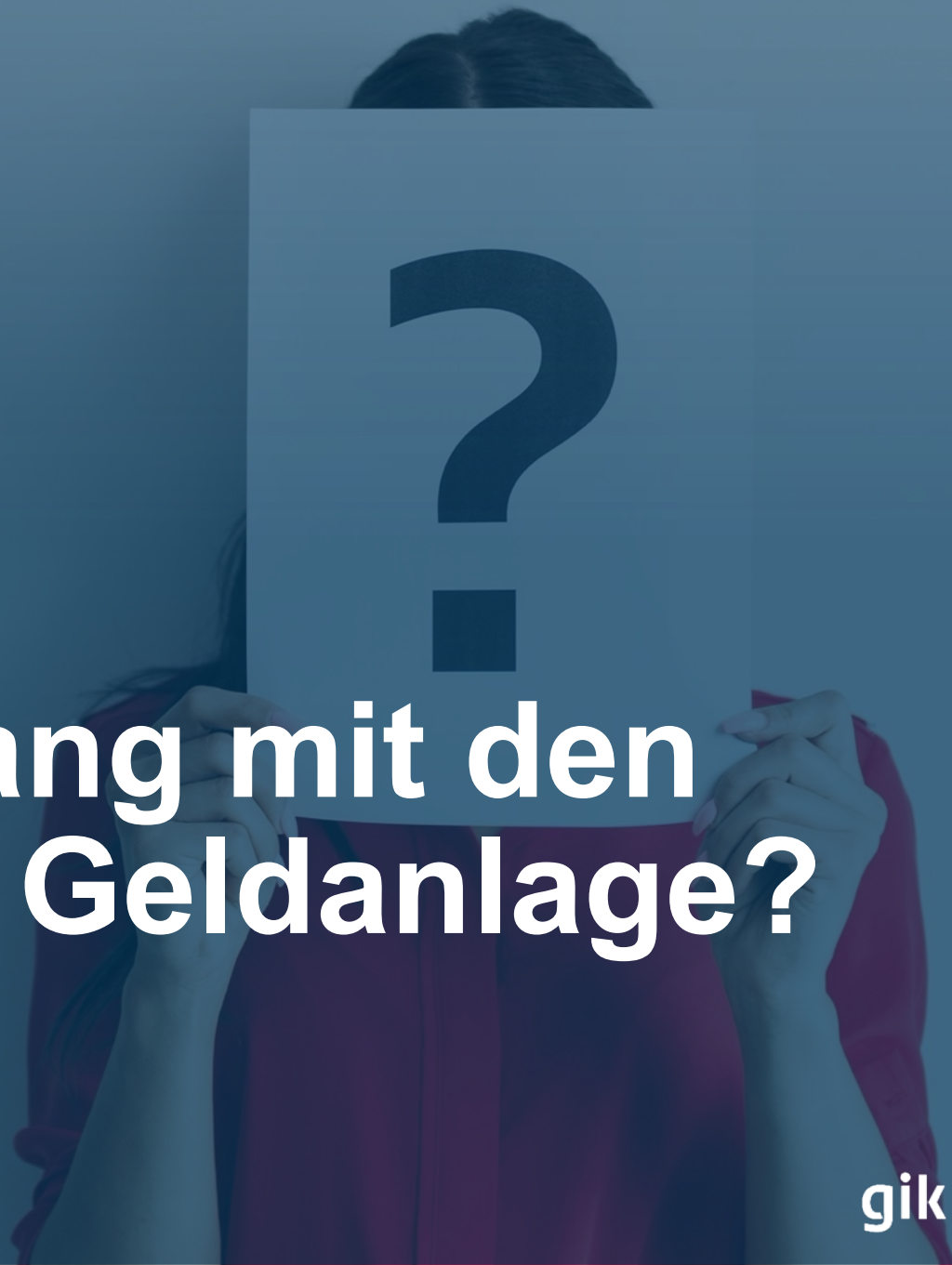


Quelle: b4p trends 2021 IV; Befragte, die in eine private Altersvorsorge investieren (n=510); Alle Angaben in Prozent; Frage: Welche Maßnahmen zur privaten Altersvorsorge nutzen sie bereits?

Wer wird abgesichert?

Quelle: b4p trends 2021 IV; Befragte, die in eine private Altersvorsorge investieren (n=510); Alle Angaben in Prozent; Frage: Wer ist in Ihrer privaten Altersvorsorge mit abgesichert?

Wie ist der Umgang mit den Themen Sparen, Geldanlage?



Die große Mehrheit (73%) der Befragten spart regelmäßig eine feste Summe.

Lediglich mehr als ein Viertel (27%) spart nicht.

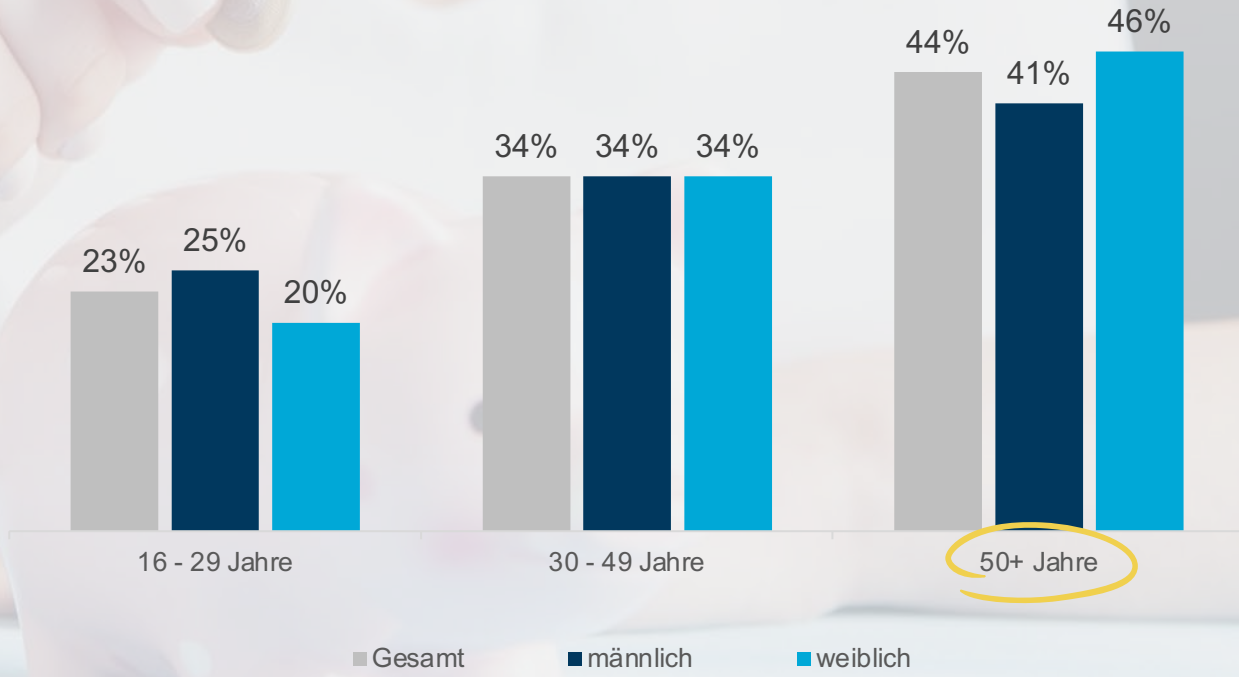
Quelle: b4p trend IV | Alle Befragten (n=1.048 Fälle)

Wer spart?

Männer wie Frauen, ältere mehr als jüngere

50%
Männer

50%
Frauen

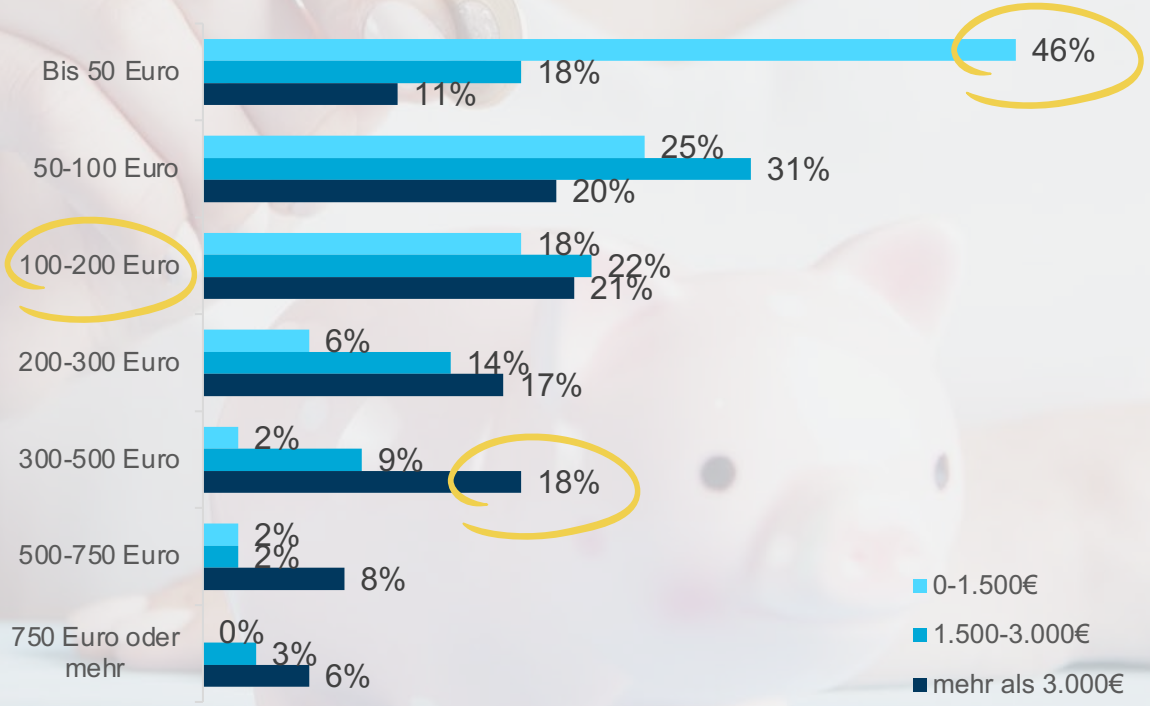


Quelle: b4p trend IV | Basis: regelmäßige Sparer 73% (n=764); Zusammensetzung in Prozent

Wieviel wird gespart?

Jede/r spart, nach seinen/ihren Möglichkeiten

Sparen muss Mann/Frau sich leisten können

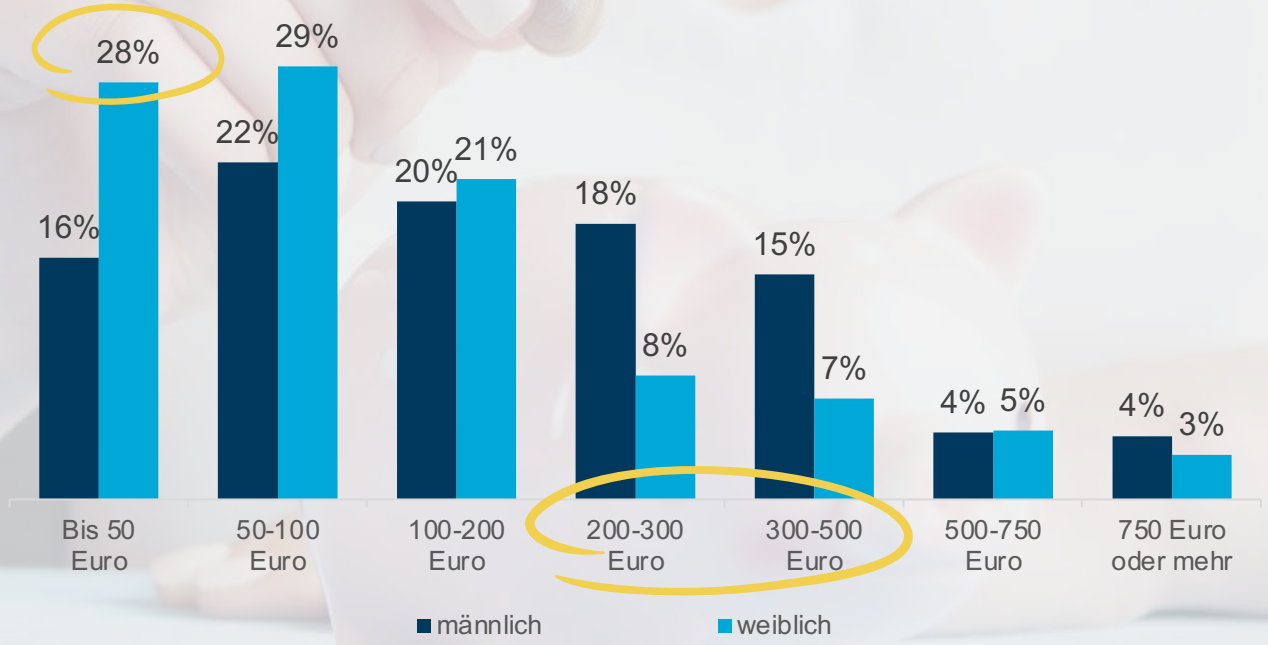


Quelle: b4p trend IV | Basis regelmäßige Sparer (n=764); Alle Angaben in Prozent; monatliche Sparsumme

Wieviel wird gespart?

Jede/r spart, nach seinen/ihren Möglichkeiten

Sparen muss Mann/Frau sich leisten können



Quelle: b4p trend IV | Basis regelmäßige Sparer (n=764); Alle Angaben in Prozent;

gik Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

Wofür sparen Sie?

„Sparen, um gewappnet zu sein für den Fall der Fälle“ ist das meist-genannte Sparmotiv

Mehr als jede/r Dritte (37%) spart für unvorhergesehene größere Ausgaben, zur Absicherung im Notfall (34%) sowie zur Altersvorsorge (33%). Mit Abstand folgen konkrete Wünsche (18%), Kapitalanlagen sowie Wohneigentum (jeweils 14%)

Quelle: b4p trends 2021 IV
Basis: Alle Befragten (n=1.048)
Darstellung ausgewählter Nennungen, Mehrfachnennungen möglich

Quelle: b4p trend IV | Alle Befragten (n=1.048); Mehrfachnennungen möglich; Angaben in Prozent

Eher konservative Einstellung zur Geldanlage

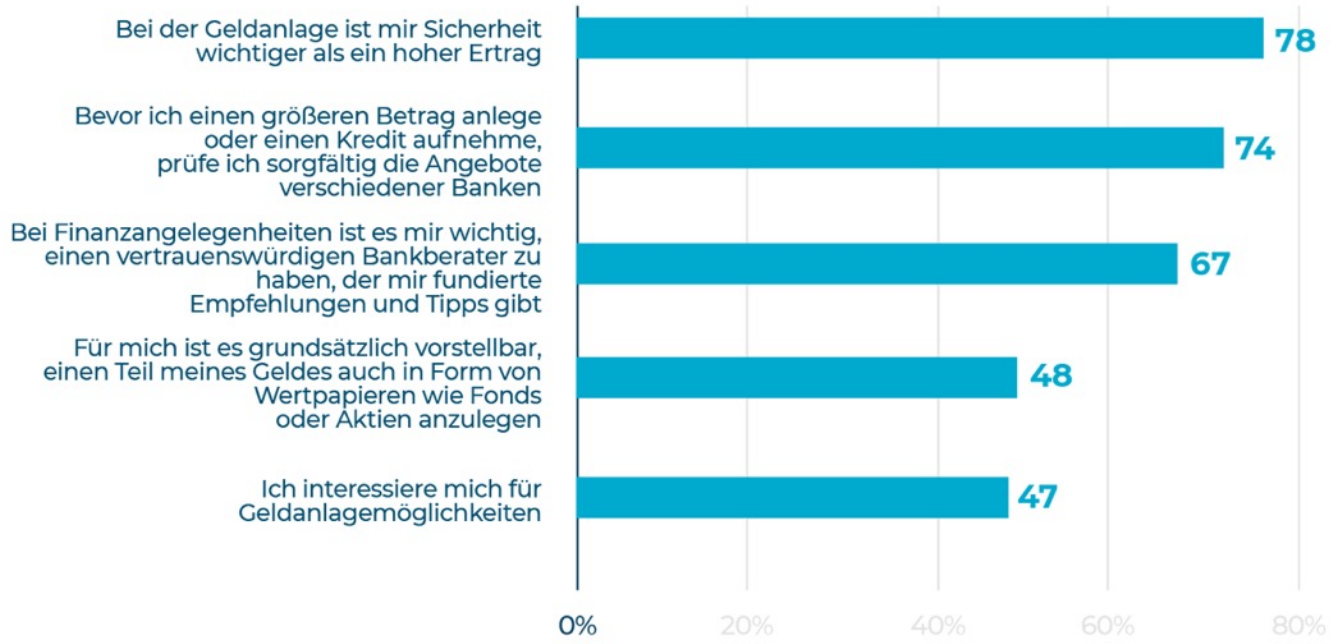
Welche dieser Aussagen zum Thema Geldanlage trifft auf Sie zu?

78%

stellen Sicherheit über hohe Erträge, wenn es um Geldanlage geht

Quelle: b4p trend IV | Alle Befragten (n=1.048); Angaben in %; Frage Welche dieser Aussagen zum Thema Geldanlage trifft auf Sie zu?; TOP 2 – Trifft voll und ganz zu / trifft zu

Welche dieser Aussagen zum Thema Geldanlage trifft auf Sie zu (Top 2)?



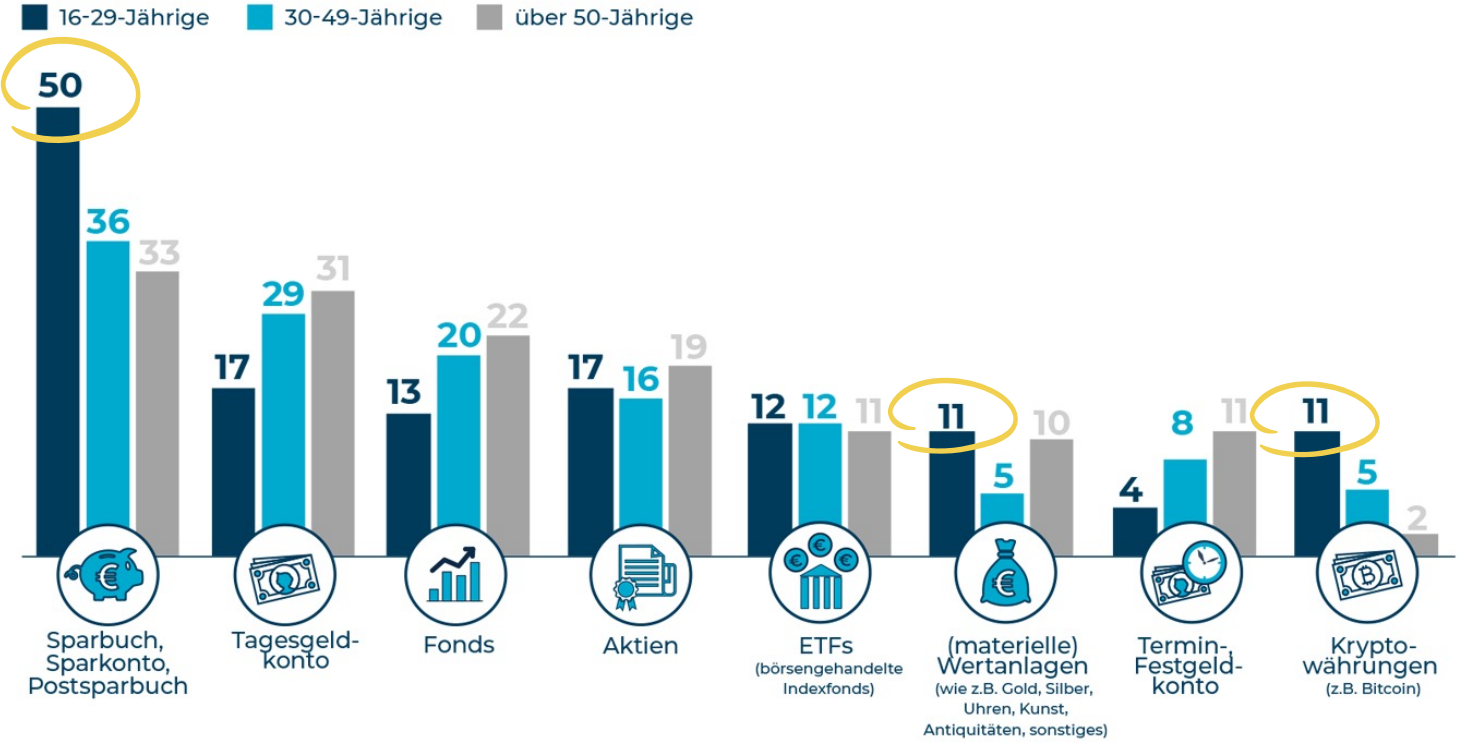
Safety first! Auch in der Geldanlage

Quelle: b4p trend IV | Alle Befragten (n=1.048); Angaben in %; Frage: Welche dieser Aussagen zum Thema Geldanlage trifft auf Sie zu? ; TOP 2 – Trifft voll und ganz zu / trifft zu

Das Sparbuch/ Sparkonto, immer noch der Deutschen liebste Anlage

Jeder 2. aus der jüngsten Altersgruppe besitzt (noch) ein Sparbuch

Welche der folgenden Sparmöglichkeiten oder Geldanlageformen haben Sie?



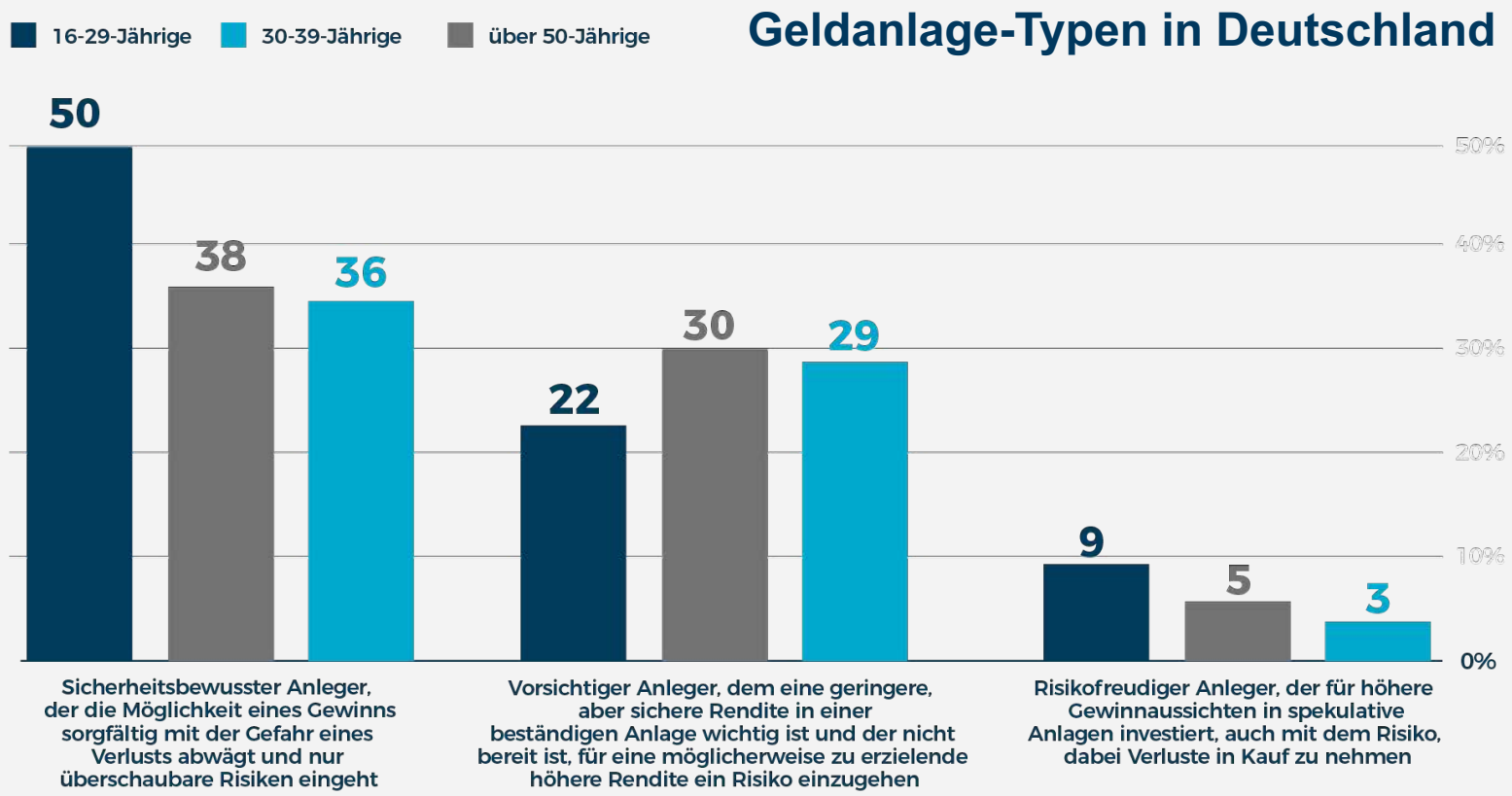
Quelle: b4p trends 2021 IV
Basis: Alle Befragten (n=1.048)
Darstellung ausgewählter Nennungen, Mehrfachnennungen möglich
Alle Angaben in Prozent

Quelle: b4p trend IV | Basis: Alle Befragten (n=1.048); Darstellung ausgewählter Nennungen, Mehrfachnennungen möglich; Alle Angaben in Prozent

gik Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

Was ist den Befragten bei der Geldanlage wichtig?

Selbsteinschätzung



Quelle: b4p trend IV | Alle Befragten (n=1.048); Angaben in %; Frage: Was würden Sie sagen, welcher Geldanlage-Typ sind Sie?

Was ist mit Konsum auf Pump?

Mehr als zwei Drittel der Befragten (69%) nutzt nie Konsumkredite. Tendenziell nehmen Männer (34%) solche Kredite häufiger in Anspruch als Frauen (28%), um sich eigene Wünsche zu erfüllen oder kurzfristige Anschaffungen zu tätigen.

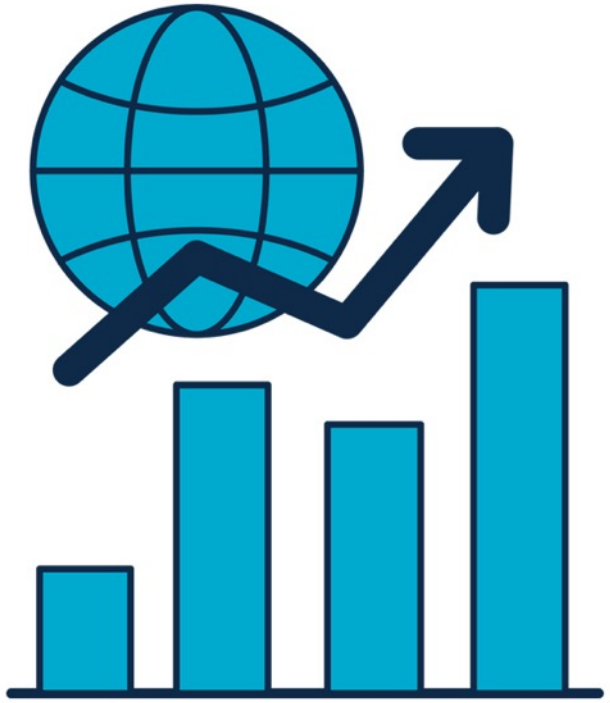
4

Welche Bezugswege für Anlage- und Sparmöglichkeiten werden in Betracht gezogen?

Wie kauft man heute Geldanlageprodukte?

62%

der Anschaffungsplaner können sich vorstellen über Online-/Direktbank oder Online Brokering/ Trading zu kaufen

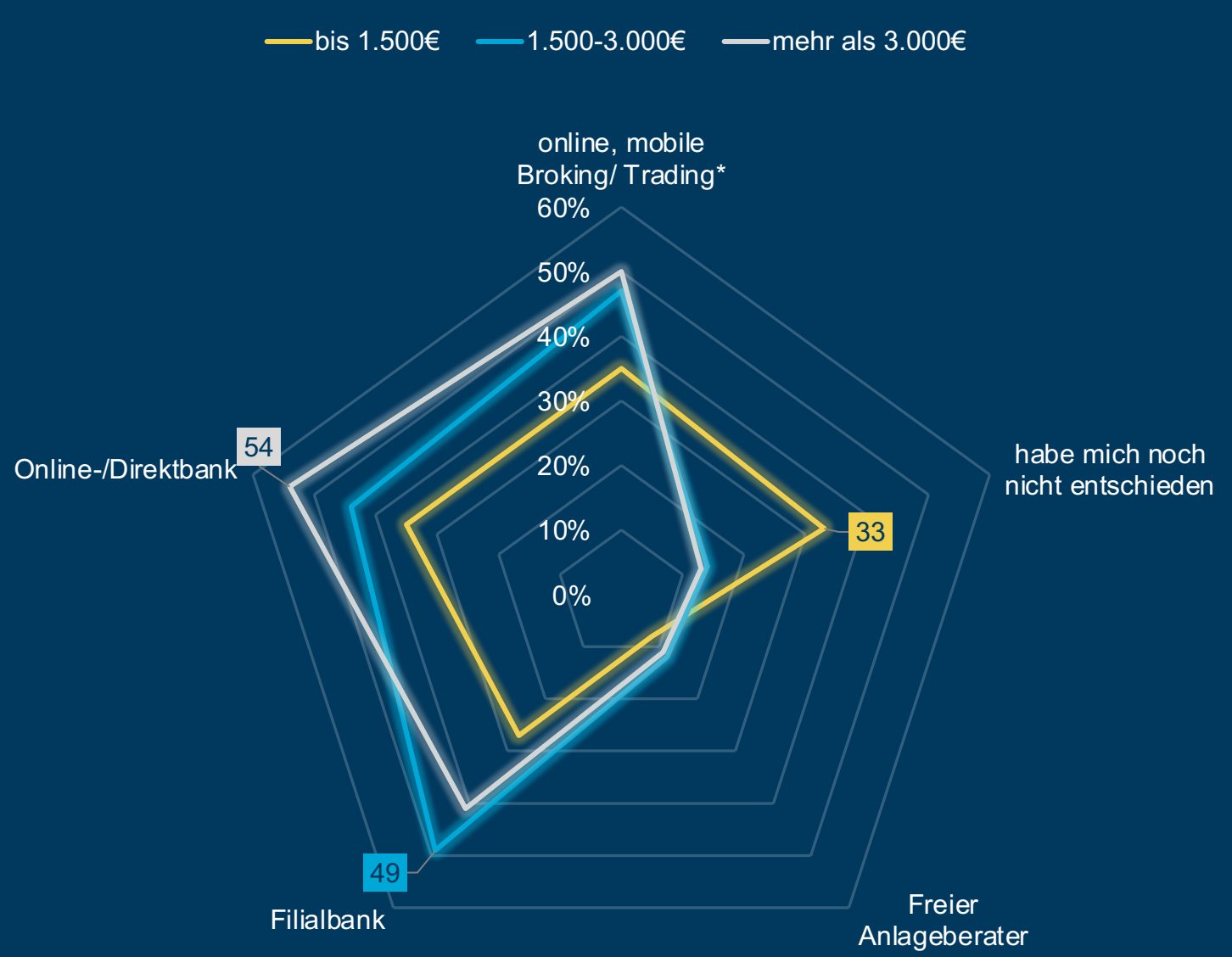


Quelle: b4p trend IV | Basis Plane in den nächsten 12 Monaten die Anschaffung/Abschluss von Sparmöglichkeiten oder Geldanlageformen (Ja/vielleicht) (n=699); Bezugsweg kommt in Frage

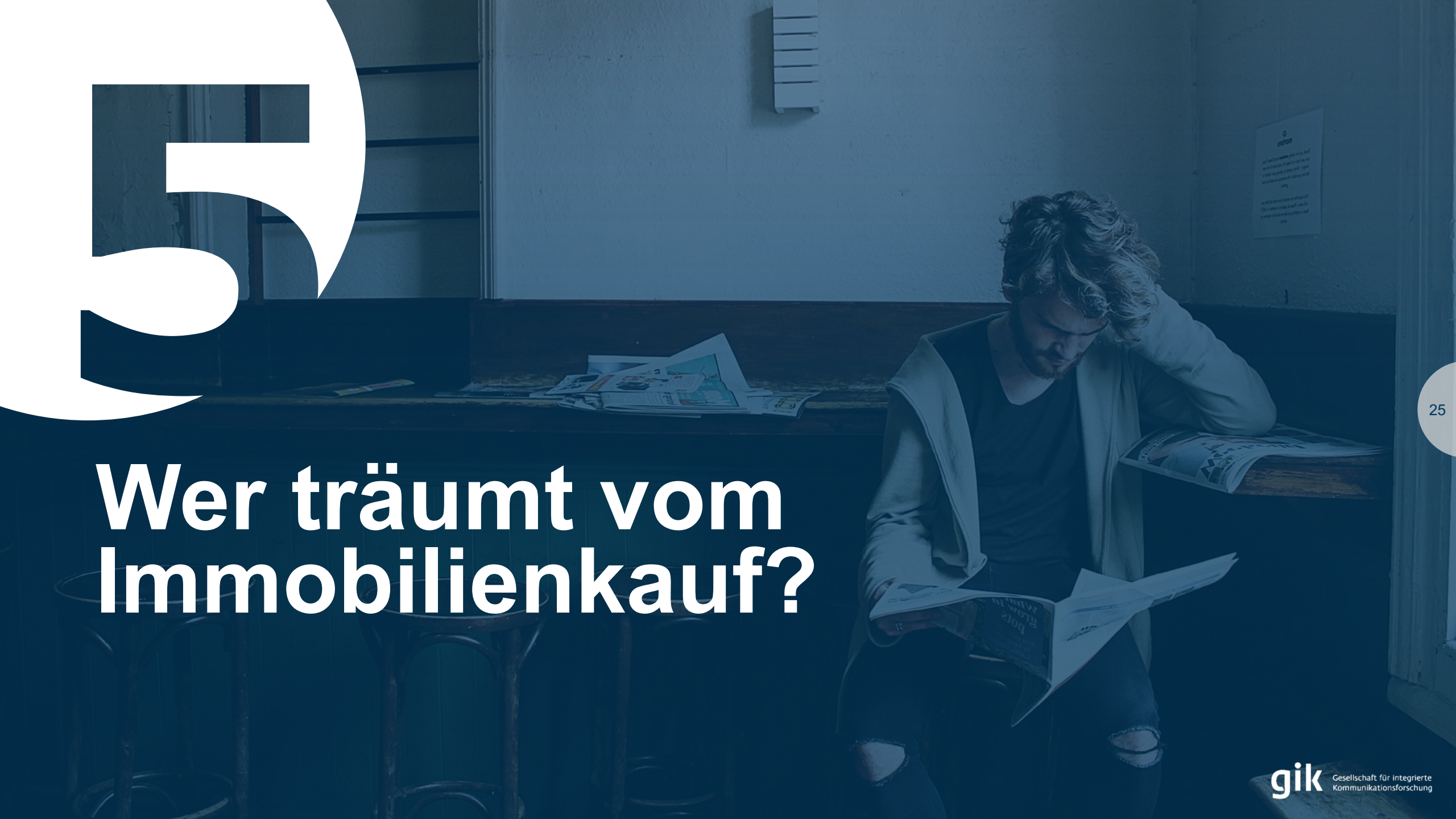
Macht das Einkommen hier den Unterschied?

Zielgruppen aus geringer verdienenden Haushalten, sind eher unentschlossen, Personen aus einkommensstärkeren Haushalten tendieren deutlich zu Online-Käufen.

Das Mittlere Einkommens-Segment hat die stärkste Bindung an Filialbanken.



Quelle: b4p trend IV | Basis Plane in den nächsten 12 Monaten die Anschaffung/Abschluss von Sparmöglichkeiten oder Geldanlageformen (Ja/vielleicht) (n=699); Bezugsweg kommt in Frage;
* (über Computer/ Laptop/Smartphone/Tablet)



Wer träumt vom Immobilienkauf?

Konkrete Anschaffungs-absicht

Die Mehrheit der Befragten (73%) plant in den nächsten 1-2 Jahren NICHT in Immobilien zu investieren.

17% sind unentschlossen und nur jeder Zehnte (10%) möchte in Immobilien investieren.

Quelle: b4p trend IV | Alle Befragten (n=1.048);
Angaben in %; Frage: Planen sie in den nächsten 1-2 Jahren in Immobilien zu investieren?

Wer plant zeitnah den Immobilienkauf?

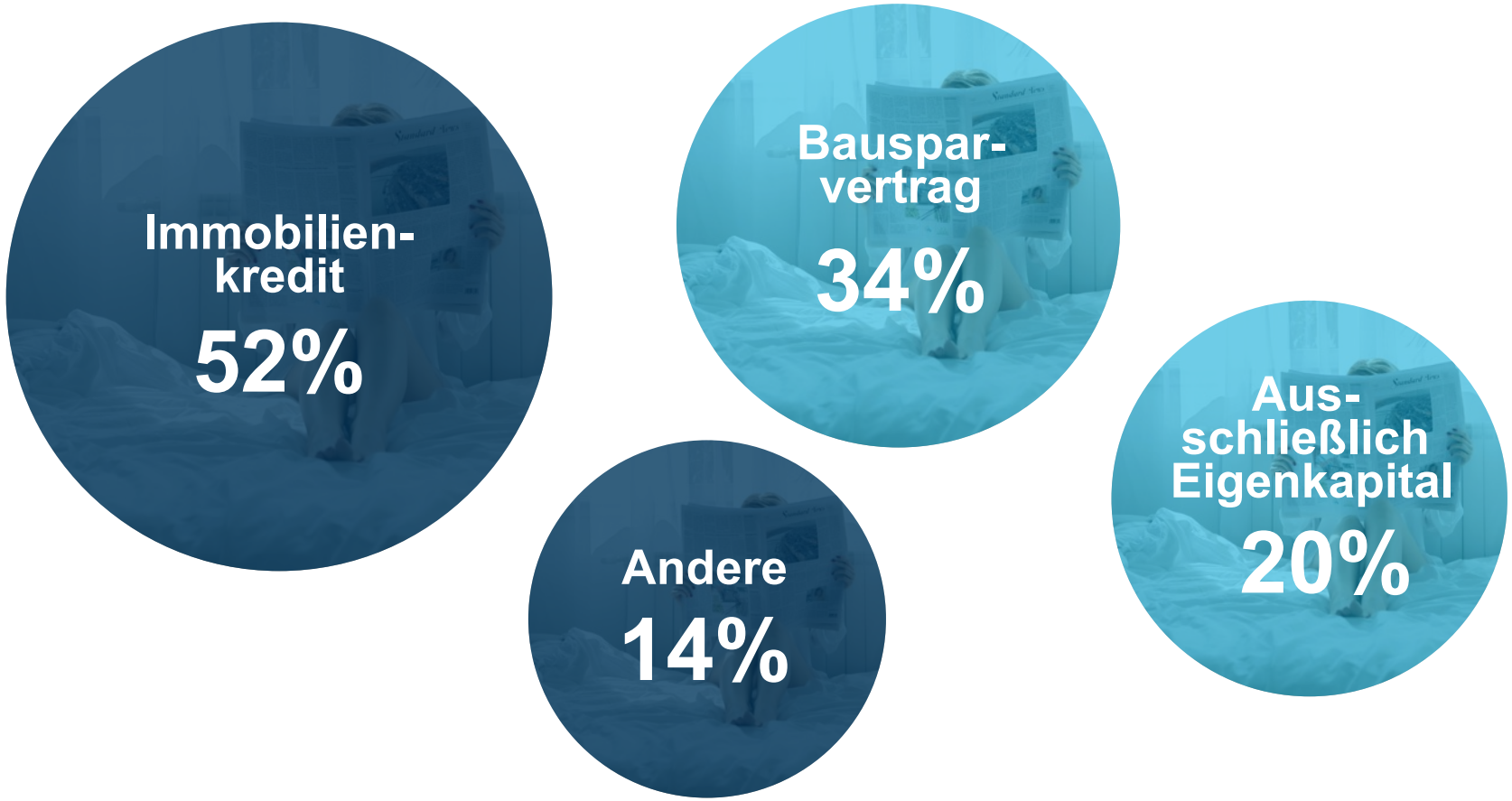
Männer spielen mit dem Gedanken eines Immobilienkaufs (12%) häufiger als Frauen (9%).

Wenig überraschend planen 16–29-Jährige (15%) und 30-49-Jährige (13%) häufiger den Kauf von Immobilien als 50+ Jährige (7%).

Mit zunehmendem Einkommen und Bildungsniveau steigen die Investitionsabsichten in Immobilien.

Quelle: b4p trend IV | Befragte mit Immobilien Anschaffungsabsicht in den nächsten 1-2 Jahre (n=108); Angaben in %
Frage: Planen sie in den nächsten 1-2 Jahren in Immobilien zu investieren?

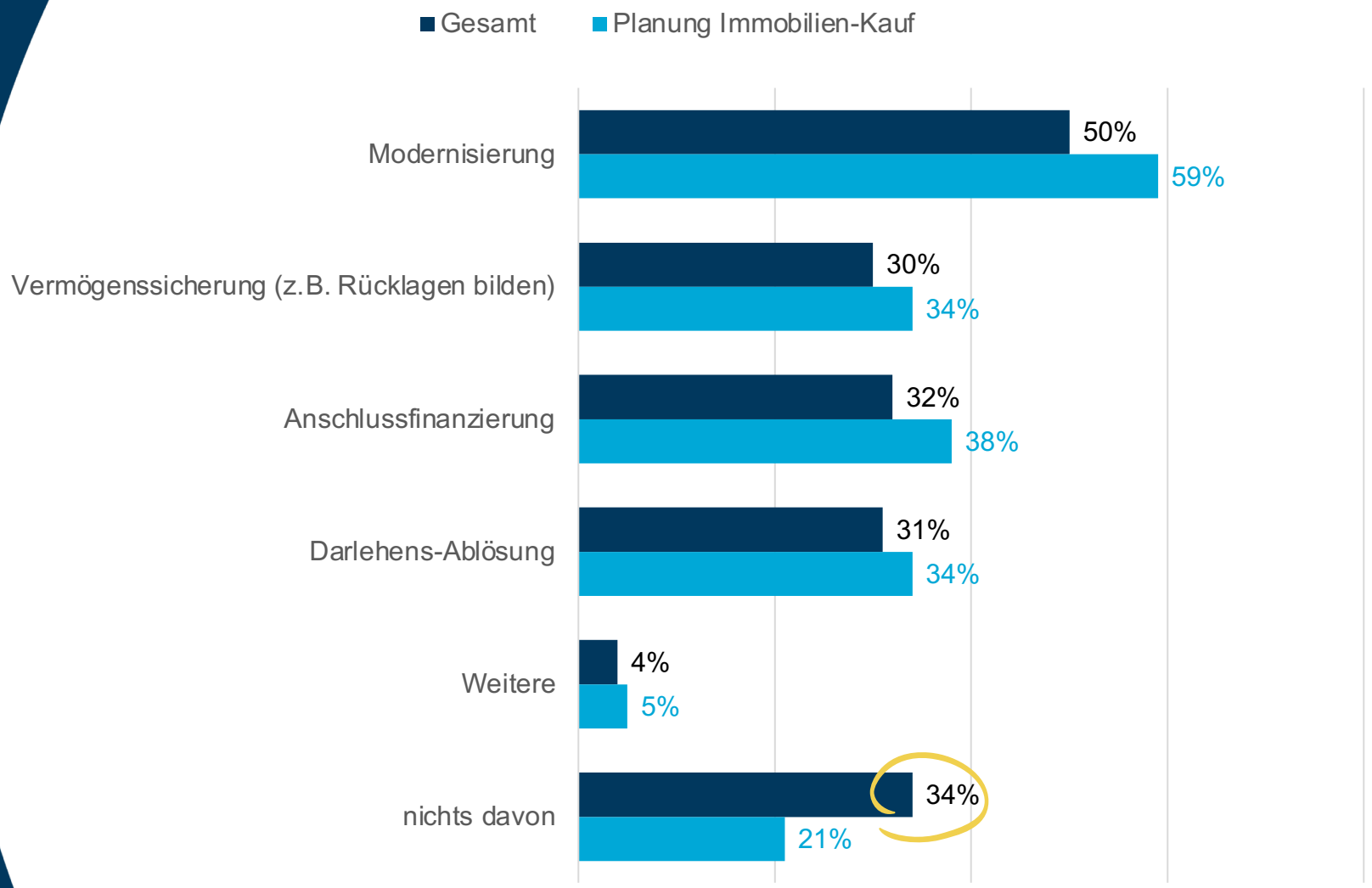
Der Immobilienkredit ist die meistgenannte Option für die Finanzierung des Wohntraumes



Quelle: b4p trend IV | Befragte mit Immobilien Anschaffungsabsicht in den nächsten 1-2 Jahre Ja/vielleicht (n=281); Mehrfachnennungen möglich; Angaben in %;
Frage: Welche Finanzierungsoptionen, kämen für Sie in Frage?

Good old „Bausparen“

Welchen der folgenden Verwendungsoptionen sind Ihnen bekannt



Quelle: b4p trend IV | Alle Befragten (n=1.048); Frage: Bausparverträge sind nicht nur für den Bau/die Anschaffung eine Immobile nutzbar, sondern auch für andere Zwecke. Welche der folgenden Verwendungsoptionen sind Ihnen bekannt?

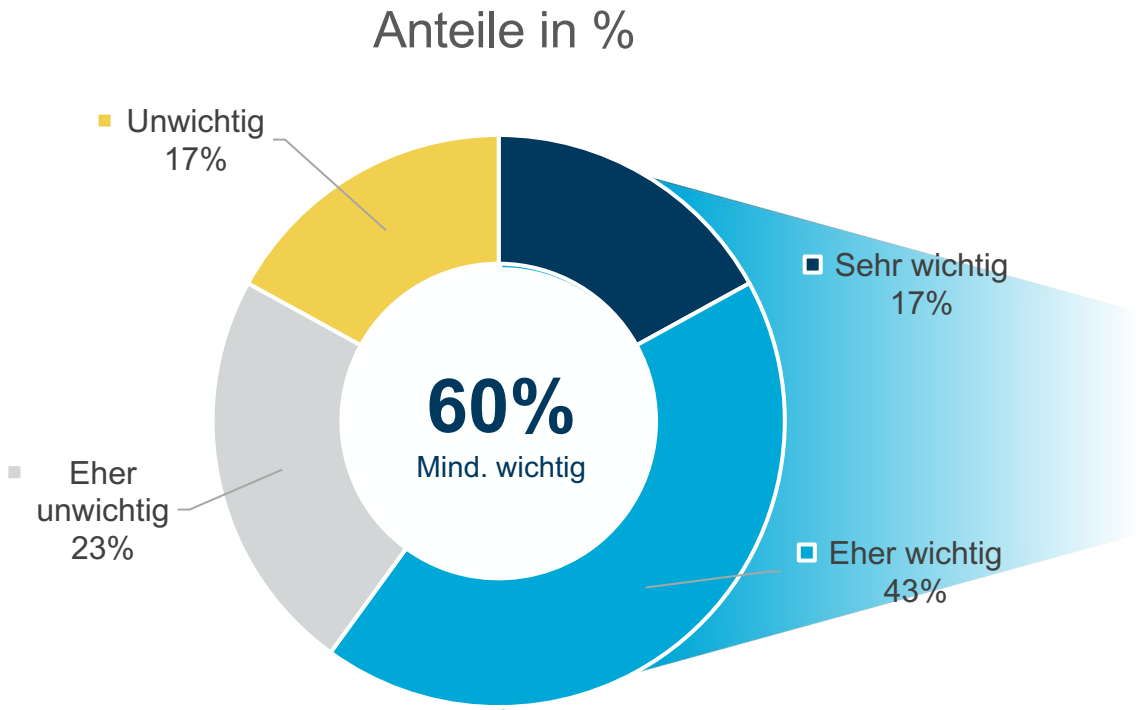
6

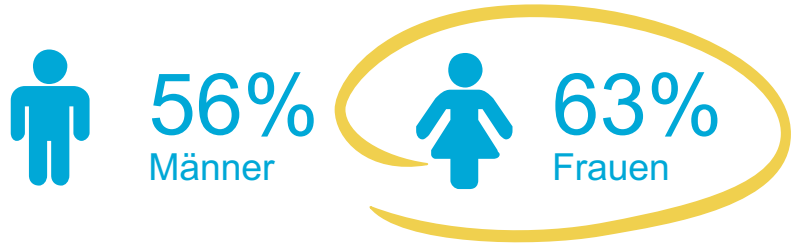
Welche Bedeutung haben nachhaltige Geldanlagen?

Nachhaltigkeitsaspekte von Geldanlagen

Nachhaltige Geldanlagen sind Investitionen bei denen über ökonomische Faktoren wie Rentabilität, Liquidität und Sicherheit hinaus **soziale und ökologische Kriterien** berücksichtigt werden.

Obwohl der Großteil der Befragten (60%) ein nachhaltiges Investment für wichtig hält, *kennen über die Hälfte (53%) keine solchen ethisch-ökologischen Geldanlageformen.*



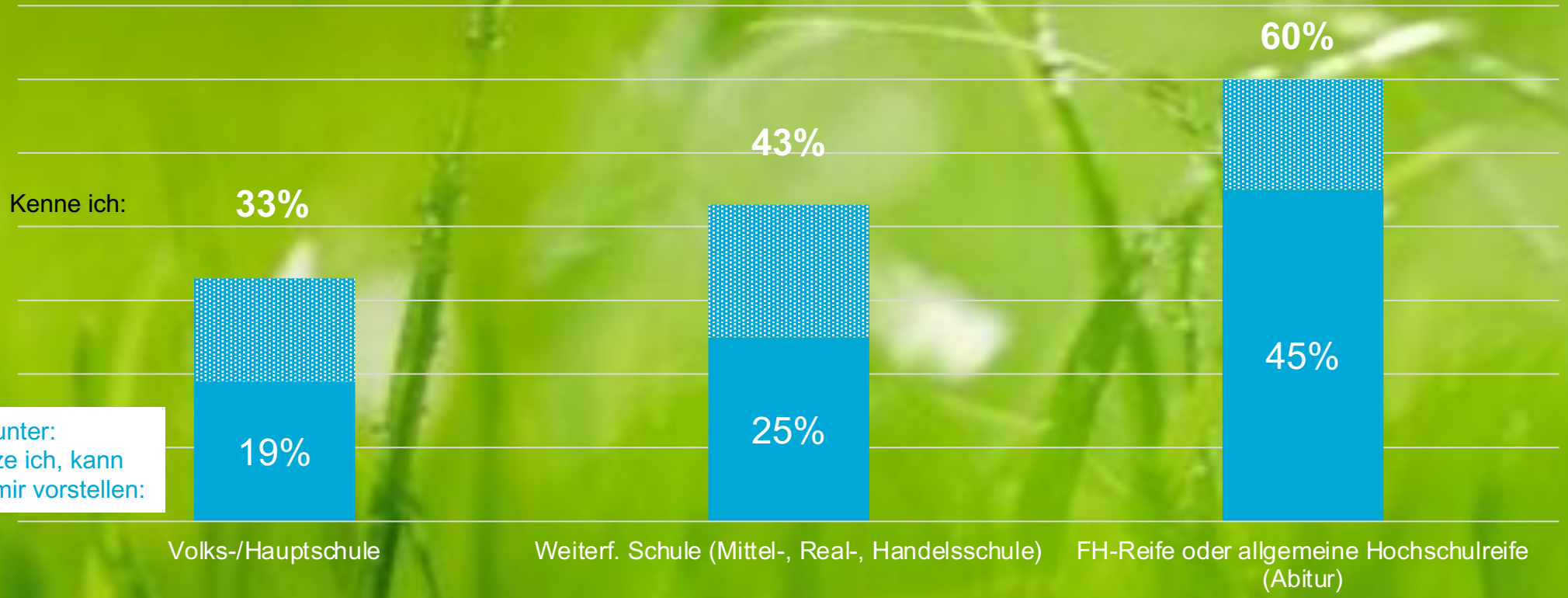


Frauen (63%) legen etwas mehr Wert auf die ökologische und soziale Verträglichkeit als Männer.

Basis: n = 1.048.

Quelle: b4p trend IV | Alle Befragten (n=1.048); Frage: Wie wichtig ist Ihnen ein nachhaltiges (ökologisch / sozialverträglich) Investment beim Thema Geldanlagen?

Höher Gebildete sind aufgeschlossener gegenüber nachhaltigen Geldanlagen



Quelle: b4p trend IV | Alle Befragten (n=1.048); Frage: Wie wichtig ist Ihnen ein nachhaltiges (ökologisch / sozialverträglich) Investment beim Thema Geldanlagen? Frage: Klimawandel, soziale Verantwortung (Menschenrechte, faire Arbeitsbedingungen), aber auch Unternehmensführung (Umgang mit Investoren) sind Aspekte, die sich auch in der Geldanlage widerspiegeln können. Kennen Sie solche ethisch-ökologischen Geldanlageformen?

Was jetzt zählt!

Handlungsempfehlungen für Marken

1

Lösungen für die private Altersvorsorge erklären

Mehr als die Hälfte aller Befragten fühlt sich **nicht ausreichend über die Möglichkeiten der privaten Altersvorsorge** informiert

2

Aufklärung zu Bausparverträgen

Wissenslücken bei den **Verwendungs-optionen** von Bausparverträgen schließen

3

Sicherheits-bewusste Anleger ansprechen

Konkrete Hinweise auf sichere Alternativen zum Sparbuch bieten und kommunizieren

b4p Creative
Beispiel einer Motivbewertung

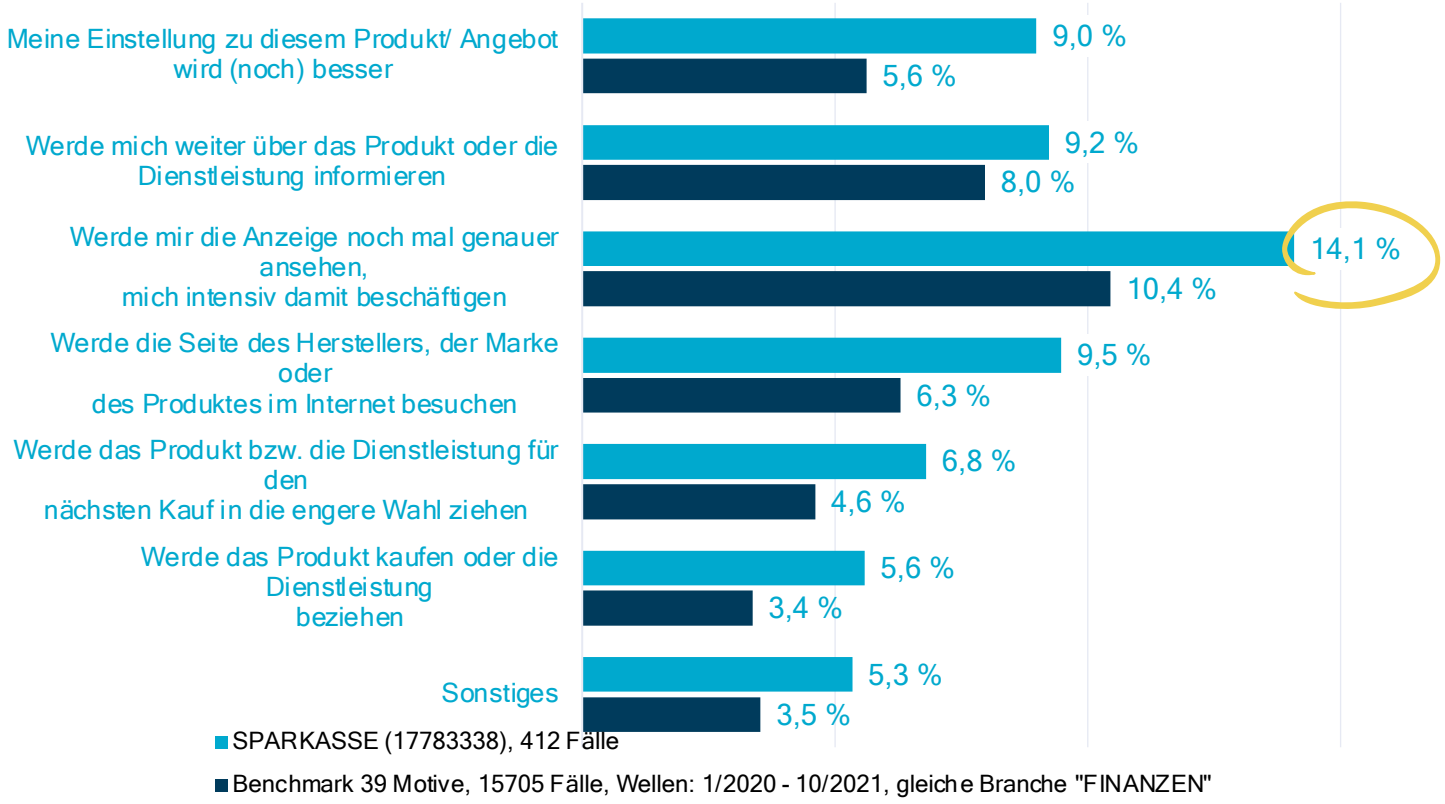
b4p Creative

- Ein Motiv, das gut ankommt

Quelle: best for tracking; Welle 2021/08 (3440 Befragte);
Basis: Online-Befragung von Internetnutzern im Alter von 16-69 Jahren (54,42 Mio.)

Action Taken/Planned

Zielgruppe: Gesamt



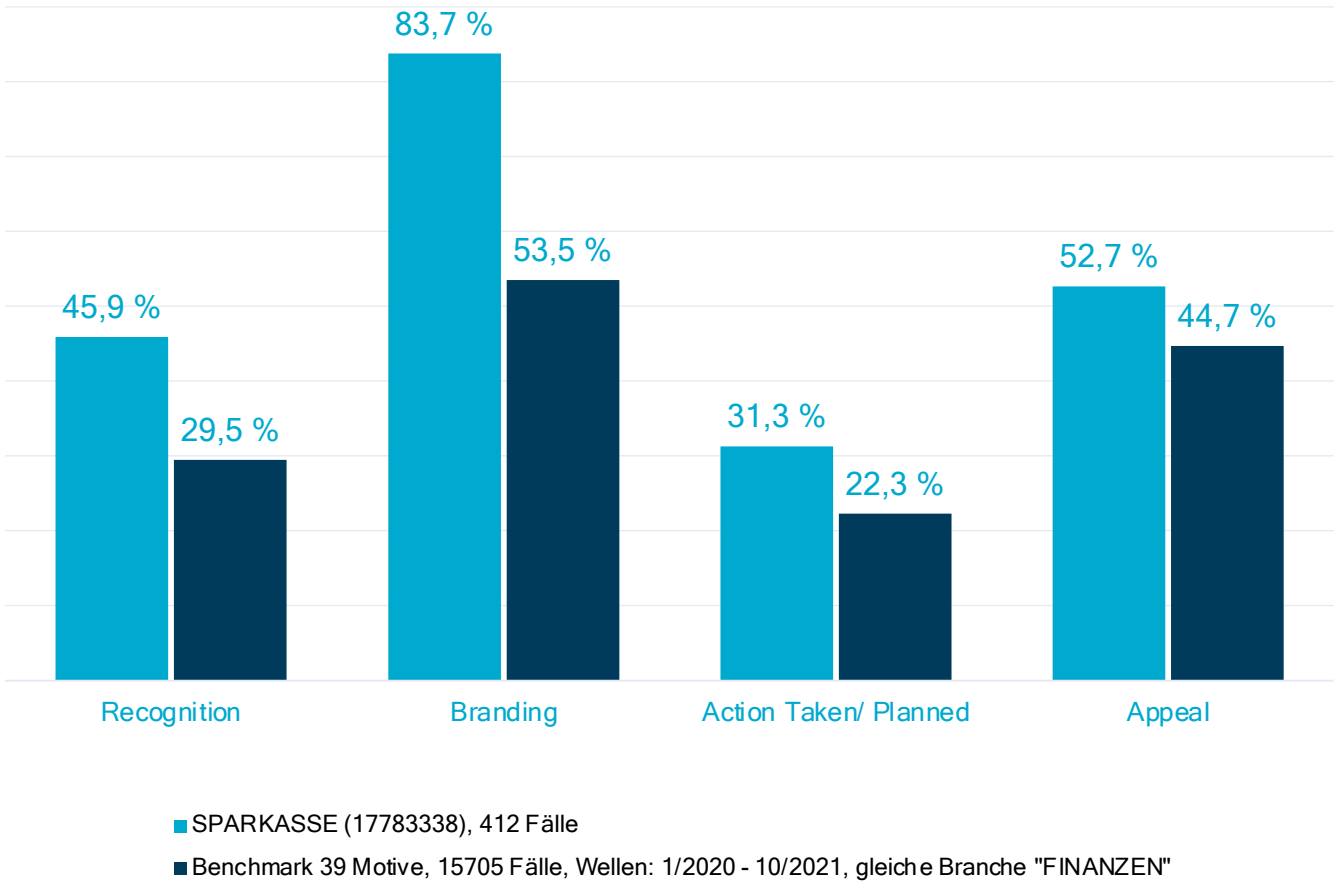
Das Motiv kommt gut an und zahlt gut auf action taken/planned ein

Es motiviert besonders gut dazu, sich näher mit der Anzeige auseinander zu setzten

Quelle: b4t Creative 1/2016 - 08/2021; n=201 Motive aus Branche Handel Basis: 14-69 Jahre mit Online-Nutzung in den letzten 3 Monaten;
vor Corona n=126 Motive, 49.837 Fälle; seit Corona n=80, 32.210 Fälle; Durchschnittliche Bewertung jeweils Zustimmung zu den Skalenpunkten 1+2

KPI’s

Zielgruppe: Gesamt



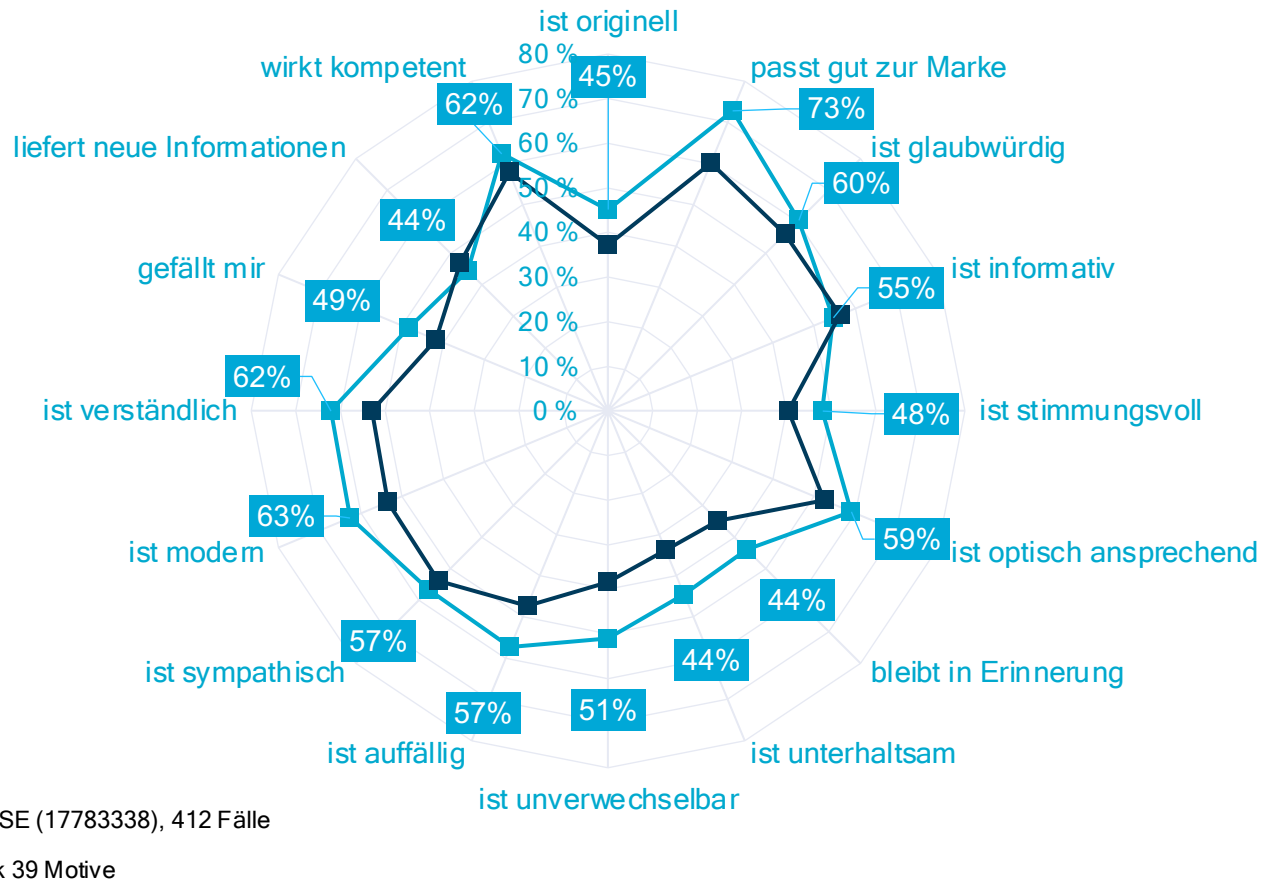
Alle Werte liegen über der Benchmark

Das Motiv zahlt besonders auf das Branding ein, auch die Recognition profitiert stark

Quelle: b4t Creative 1/2016 - 08/2021; n=201 Motive aus Branche Handel Basis: 14-69 Jahre mit Online-Nutzung in den letzten 3 Monaten;
vor Corona n=126 Motive, 49.837 Fälle; seit Corona n=80, 32.210 Fälle; Durchschnittliche Bewertung jeweils Zustimmung zu den Skalenpunkten 1+2

Motiv-Beurteilung

Zielgruppe: Gesamt



Durchweg positive Motiv-Beurteilung

Stimmig zur Marke, vermisst wird der Informationsgehalt

Quelle: b4t Creative 1/2020 - 10/2021; Benchmark (n=39 Motive aus Branche Finanzen); Basis: Online-Befragung von Internetnutzern im Alter von 16-69 Jahren (54,42 Mio);

Vielen Dank.

Kontakt

Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung mbH & Co. KG

Herzog-Wilhelm-Str. 1
80331 München
Tel. 089 / 716 772 020
E-Mail. info@gik.media

www.gik.media

Clarissa Moughrabi
E-Mail
clarissa.moughrabi@axelspringer.com

gik Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung