

Pressemitteilung

Das Internet ist die beliebteste

Informationsquelle bei Geldanlagen

- **Sechs von zehn Bundesbürgern recherchieren zu Finanzthemen im Netz**
- **Jeder Zweite holt sich Tipps von Experten**
- **31 Prozent fragen Freunde und Verwandte um Rat**

Berlin, 29. Juni 2015. Wenn es um die eigene Geldanlage geht, informieren sich 61 Prozent der Deutschen im Web. Am zweitbeliebtesten sind Empfehlungen von Finanzexperten (48 Prozent). Bei Freunden und Verwandten holt hingegen fast ein Drittel (31 Prozent) der Deutschen Ratschläge ein. Das zeigen Ergebnisse der aktuellen Forsa-Studie „Sparerkompass 2015“ im Auftrag der Bank of Scotland. Zeitungen werden demnach von jedem Vierten (26 Prozent) für die Recherche herangezogen, Fachzeitschriften und das Fernsehen von jedem Fünften (20 Prozent, 18 Prozent).

„Das Internet vereinfacht es, die unterschiedlichen Angebote von Kreditinstituten zu vergleichen. Es schafft Transparenz und stärkt auf diese Weise die Kompetenz des Kunden, eigenständig Finanzentscheidungen treffen zu können“, sagt Bertil Bos, Managing Director der Bank of Scotland in Deutschland. „Für Direktbanken wie die Bank of Scotland ist dies ein Wettbewerbsvorteil, da wir stets den Anspruch haben, unseren Kunden die bestmöglichen Konditionen zu bieten. Informierte Kunden erkennen das auf den ersten Blick.“

Das Netz wird vor allem von Jüngeren genutzt. So informieren sich vier von fünf Befragten im Alter zwischen 18 und 29 Jahren im Internet zu Geldanlagen. Mit steigendem Alter nimmt der Anteil der Webnutzer hingegen ab: Bei den 40- bis 49-Jährigen sind es nur noch 55 Prozent, bei den 60- bis 69-Jährigen 46 Prozent.

Egal ob Mann oder Frau – für beide Geschlechter steht das Netz als Informationsquelle auf Platz eins. Allerdings ist der Anteil der männlichen Webnutzer wesentlich größer: Während über zwei Drittel (68 Prozent) von ihnen im Netz recherchieren, tun das nur etwas mehr als die Hälfte der Frauen (54 Prozent). Auch Freunde und Verwandte werden von Frauen gerne in die Entscheidungsfindung einbezogen: 37 Prozent holen sich bei ihnen Tipps, nur ein Viertel der befragten Männer tut dasselbe im eigenen Freundeskreis. Männer beschaffen sich ihre Informationen dafür häufiger aus den Medien. Jeder Dritte männliche Befragte (32 Prozent) nutzt Zeitungen, Fachzeitschriften (25 Prozent) oder

das Fernsehen (22 Prozent) für seine Recherche. Zum Vergleich: Nur 19 Prozent der Frauen greifen auf Zeitungen zurück, 15 Prozent auf Fachzeitschriften und 15 Prozent auf das Fernsehen.

Zur Umfrage

Das Meinungsforschungsinstitut Forsa hat die bevölkerungsrepräsentative Umfrage zum Informationsverhalten der Deutschen bei Finanzthemen im Auftrag der Bank of Scotland im Zeitraum 17. bis 28. November 2014 durchgeführt. Befragt wurden insgesamt 1.686 Personen im Alter zwischen 18 und 69 Jahren.

Ein starker Partner – Lloyds Banking Group

Die Bank of Scotland, gegründet im Jahr 1695, blickt auf über 300 Jahre Erfahrung zurück und ist die älteste Bank Schottlands. Sie zählt damit zu den traditionsreichsten Banken in Europa und ist Teil der Lloyds Banking Group, einer der größten Bankengruppen der Welt. Rund 100.000 Mitarbeiter betreuen über 30 Millionen Kunden in zehn Ländern. Die Bank of Scotland tritt in Deutschland als reine Onlinebank auf und hat ihren Sitz in Berlin, wo sich rund 300 Mitarbeiter um die Belange der Kunden kümmern.

Weitere Informationen zum Angebot der Bank of Scotland finden Sie im Internet unter www.bankofscotland.de.

Pressekontakt

ergo Kommunikation

Bastian Harth

E: bos@ergo-komm.de

T: +49 (0)30 2018 05-81