

Pressemeldung

24.03.2014

24. März 2014

Matthias Fischerlehner
Financial Services
T +43 1 717-10 109
matthias.fischerlehner@gfk.com

Sonja Buchinger
Financial Services
T +43 1 717-10 542
sonja.buchinger@gfk.com

Zwischen Investmentfond und Sparstrumpf: diffuses Bild bei AnlegerInnen

Die Anlagestimmung der Österreicherinnen und Österreicher zeigt 2014 ein diffuses Bild: nach wie vor ist „Sicherheit vor Ertrag“ das Gebot der Stunde für einen Großteil der AnlegerInnen. Der Bausparvertrag kann nach der Kürzung der staatlichen Prämie auf die Hälfte Anfang 2012 wieder den ersten Platz im Ranking vor dem Sparbuch zurückgewinnen. Gold und Grundstücke, klassische „Krisenwährungen“, halten die ÖsterreicherInnen derzeit für weniger interessant als noch im vergangenen Jahr. Rund jeder Zehnte füttert lieber das Sparschwein, als das Geld mittels eines Bankprodukts anzusparen oder zu veranlagen.

Aufgrund des Niveaus der Staatsschulden waren die Realzinsen auch in der jüngeren Vergangenheit in einem sehr niedrigen bis sogar negativen Bereich – die ideale Voraussetzung dafür, dass das Interesse an Gold weiter ansteigt. Tatsächlich erwies sich das Interesse an Gold und Grundstücken bislang als recht verlässlicher Krisenindikator – je negativer die Stimmung, desto attraktiver erschienen diese beiden Anlageformen.

Das Interesse einen Teil seines Vermögens in Gold anzulegen, ist daher zwischen 2007 und 2012 parallel mit dem Anstieg des Goldkurses von 7% auf 26% gestiegen. Mit dem Erreichen des Peaks Mitte 2011 und dem nachfolgenden Wertverlust des Edelmetalles, ist Gold aber nur mehr für 21% der AnlegerInnen eine Option.

Das Interesse an der zweiten klassischen „Krisenwährung“ neben Gold, Grundstücke, geht im Jahresverlauf 2013 ebenfalls merkbar zurück: nur mehr 29% der ÖsterreicherInnen halten derzeit die Möglichkeit in Grundstücke zu investieren für interessant (2012: 34%). Gründe dafür sind die Abwärtsbewegung beim Goldpreis bzw. die aktuell hohen Preise für Grundstücke.

Sicherheit steht für die österreichischen AnlegerInnen eindeutig an erster Stelle bei den wichtigsten Eigenschaften von Finanzprodukten. „Ob beim derzeitigen Zinsniveau von Beliebtheit bei Bausparverträgen und Sparbüchern gesprochen werden kann ist fraglich. Die Erfahrung zeigt aber, dass trotz Prämienkürzung und Niedrigzinsen, Sicherheit vor Ertrag bei den meisten AnlegerInnen und Anlegern klar im Vordergrund steht“, so Matthias Fischerlehner von der GfK Austria.

GfK Austria GmbH
Ungargasse 37
1030 Wien
Österreich

T +43 1 717 10 -0
F +43 1 717 10-194
www.gfk.com/at
at@gfk.com

Geschäftsführer
Peter Damisch
Dr. Tomas Krasny

Registriert beim Handelsgericht
Wien unter FN 119110m
Gesellschaftssitz: Wien

Ein stiefmütterliches Dasein fristet nach wie vor die Möglichkeit sein Geld in Investmentfonds zu veranlagern. Nach der Lehman Pleite halbierte sich das Interesse an Investmentfonds von 20% (2007) auf 7% (2009) und rangiert 2013 mit 10% weiterhin auf niedrigem Niveau. Nahezu deckungsgleich zu Investmentfonds verhält sich das Interesse der ÖsterreicherInnen ihr Geld in Aktien zu investieren.

Eine kleine, aber nicht zu unterschätzende Minderheit der ÖsterreicherInnen, sehen derzeit für sich selbst, sei es aufgrund der niedrigen Zinsen oder dem fehlenden Fachwissen bezüglich anderen Investmentformen, den klassischen Sparstrumpf als beste Option. „Hier bestünde dringender Handlungsbedarf, die Anlegerinnen und Anleger über verschiedene Alternativmöglichkeiten sein Geld zu veranlagern, aufzuklären“, so Fischerlehner abschließend.

GfK Austria Online Access Panel

Das Online Access Panel der GfK Austria ist auf Grundlage der internationalen Norm ISO 26362 zertifiziert. Fachliche Qualität und Seriosität sind damit auch durch eine unabhängige Instanz bestätigt!

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über 80 Jahre Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de