

UMFRAGE NEUABONNENTEN

BÖRSENEINSTEIGER



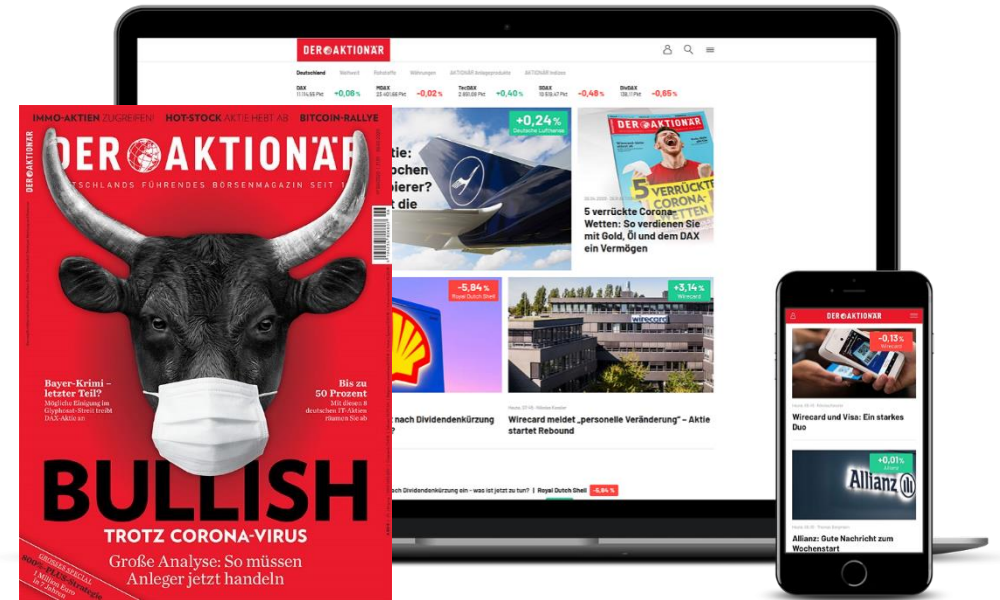
DER AKTIONÄR PRINT TV ONLINE MOBILE

DIE UMFRAGE

Nachdem DER AKTIONÄR Print wie Digital seine führende Position ausbauen und enorme Leserzuwächse verzeichnen konnte, ist es an der Zeit, die Neuabonnenten kennenzulernen.

Sind diese Einsteiger oder Börsenprofis? Setzen Sie auf Aktie oder Hebelzertifikate? Und wie planen Einsteiger überhaupt zu investieren?

Dies und noch mehr wollten wir von unseren Neuabonnenten in der großen Börsenumfrage wissen.



PRINT

DER AKTIONÄR

180.000

Leser / Woche¹

40.831

Auflage / Woche²

TV

DER AKTIONÄR TV

79.655

Abrufe VoD / Tag³

ONLINE

deraktionaeer.de

10,79 Mio.

Visits / Monat²

YouTube

DER AKTIONÄR TV

525.862

Aufrufe / Woche³

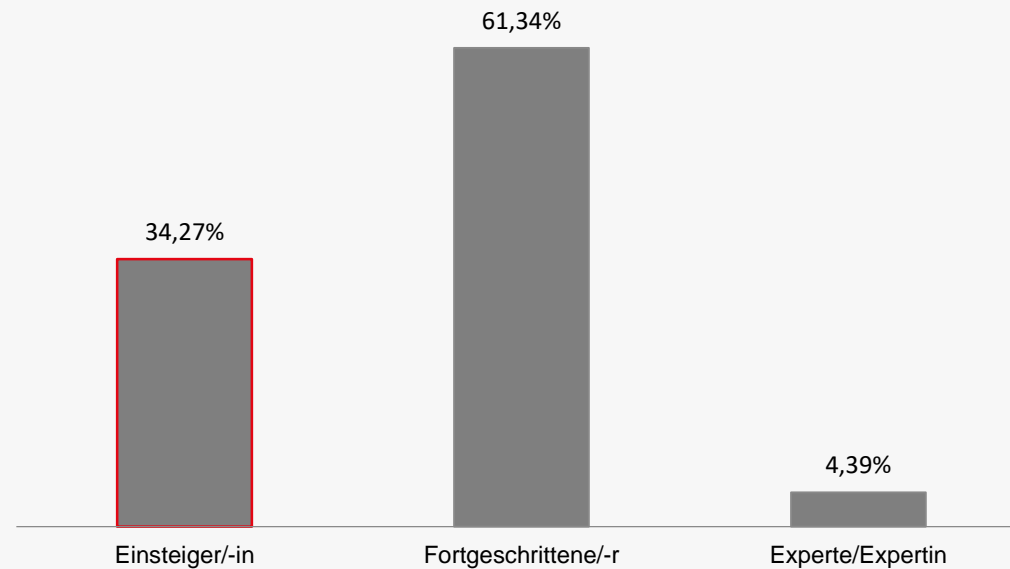
BETRACHTUNG

Fragestellung

Betrachten Sie sich in Sachen
Geldanlage als...

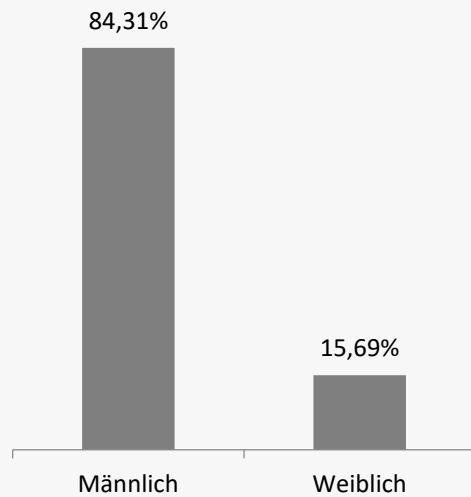
» Mehr als jeder dritte Neuabonnent
sieht sich als Einsteiger/-in, wenn es
um das Thema Geldanlage geht.

Auf den folgenden Folien wird nur der
Teilbereich der Einsteiger/-in bewertet.

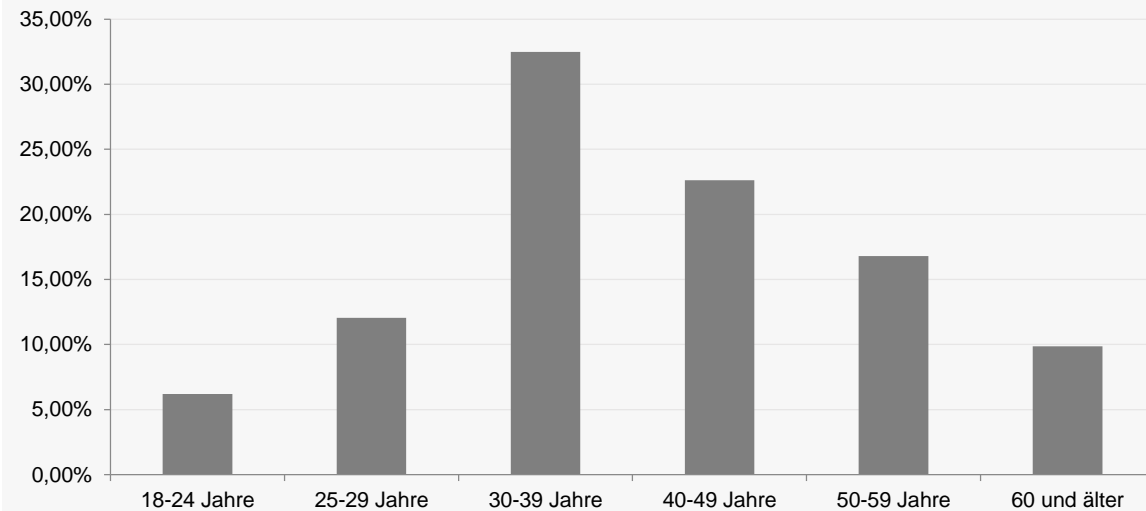


BASISDATEN

Geschlecht



Altersstruktur



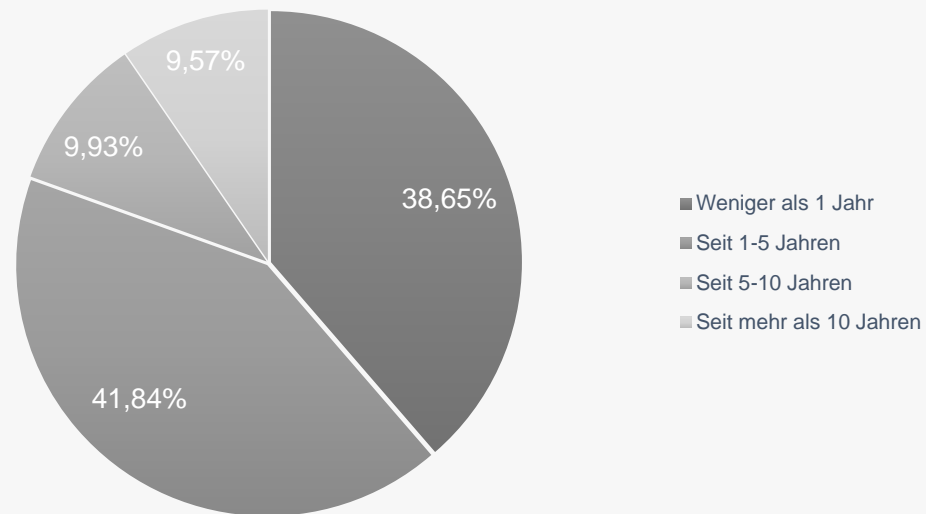
» 50,72 % der Börseneinsteiger sind jünger als 40 Jahre.

ERFAHRUNG

Fragestellung

Wie lange beschäftigen Sie sich schon mit dem Thema Aktien, Börse oder Geldanlage ...?

» **19,5 % der Einsteiger geben an, sich seit mehr als 5 Jahren mit dem Thema zu beschäftigen.** In Kombination mit den Finanzprodukten zeigt sich, dass Einsteiger mit einer längeren Erfahrungsdauer häufiger auf Fonds/ETFs setzen als diejenigen, die sich erst seit einem Jahr mit dem Thema beschäftigen.

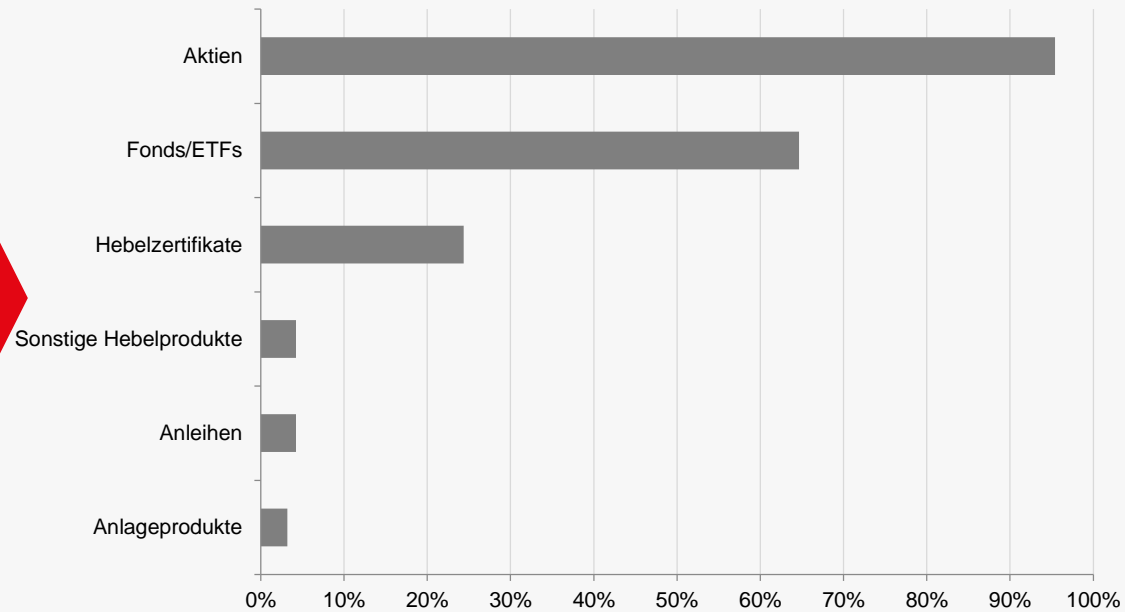


FINANZPRODUKTE

Fragestellung

Mit welchen der folgenden Finanzprodukte haben Sie in den vergangenen 12 Monaten gehandelt?

» Auch Börseneinsteiger stellen sich breit auf und sind bereit, in komplexere Anlageinstrumente zu investieren.

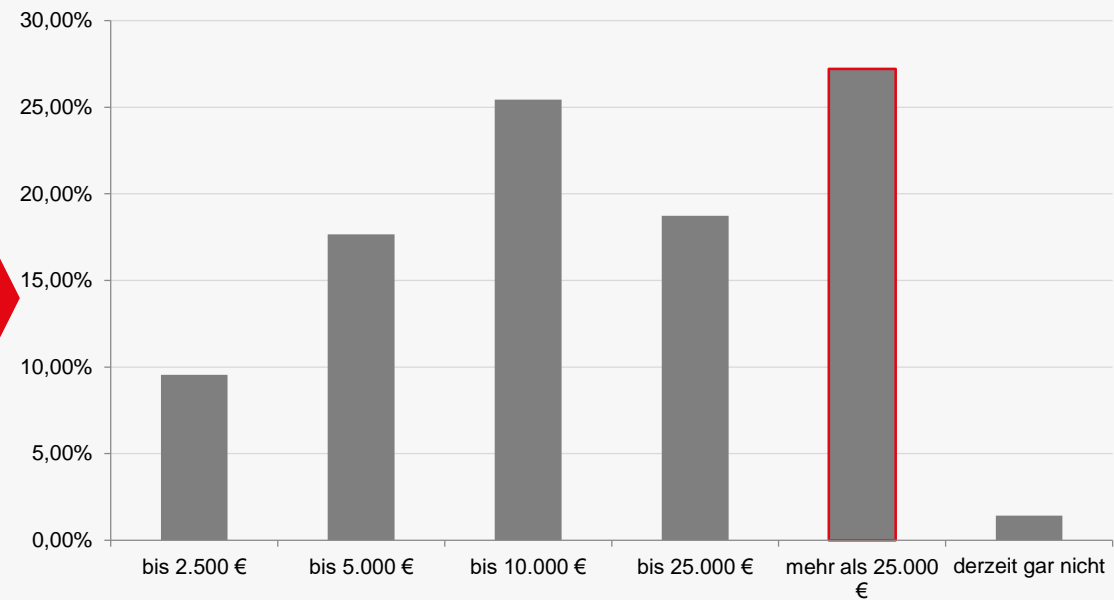


INVESTITIONSHÖHE

Fragestellung

In welcher Höhe planen Sie, in den nächsten 6 Monaten zu investieren?

» 27 % der Einsteiger planen, mehr als 25.000 Euro zu investieren.

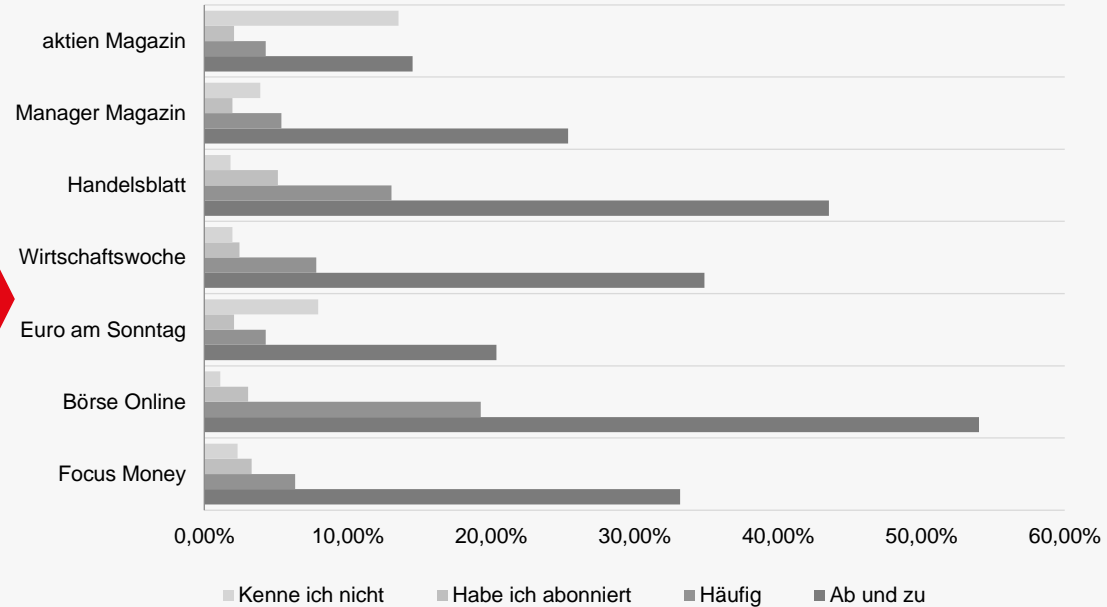


MEDIEN PRINT

Fragestellung

Welche *weiteren* Publikationen/Titel lesen sie?

» **DER AKTIONÄR ist in den meisten Fällen das einzige Abonnement im Bereich Finanzen/Wirtschaft.** Laut IVW steigerte DER AKTIONÄR den Absatz im Einzelverkauf im ersten Jahresviertel um 23,8 Prozent gegenüber dem Vorquartal.



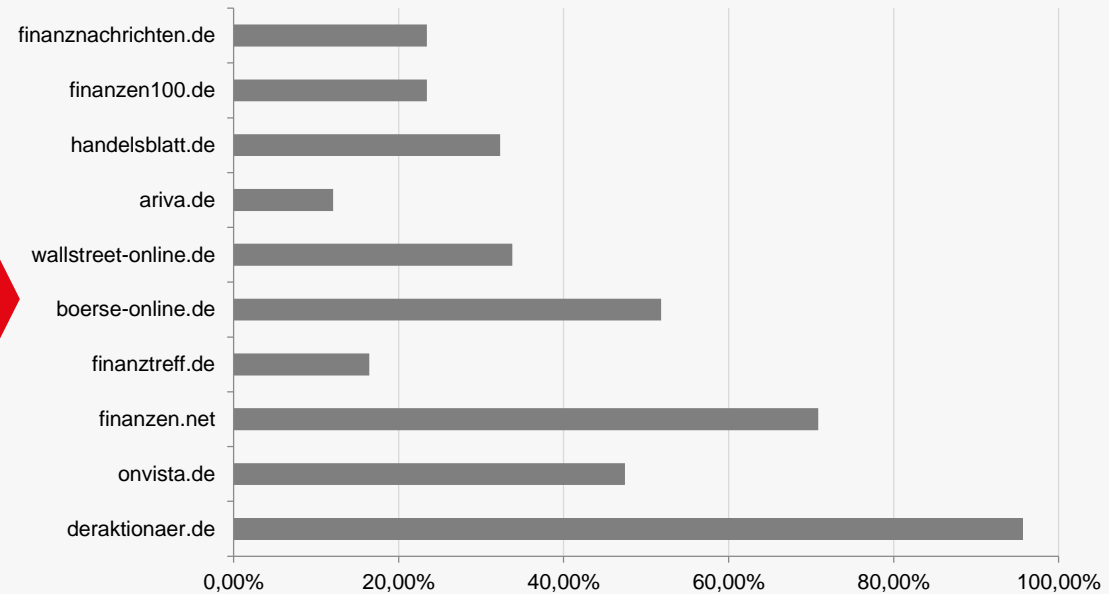
MEDIEN ONLINE

Fragestellung

Welche Informationsquellen nutzen Sie, um sich *im Internet* über das Thema Börse zu informieren?

» Nicht nur bei Abonnenten stark: **DER AKTIONÄR** belegt mit 4,03 Millionen Unique Usern den dritten Platz aller relevanten Angebote.

(AGOF März 2020)

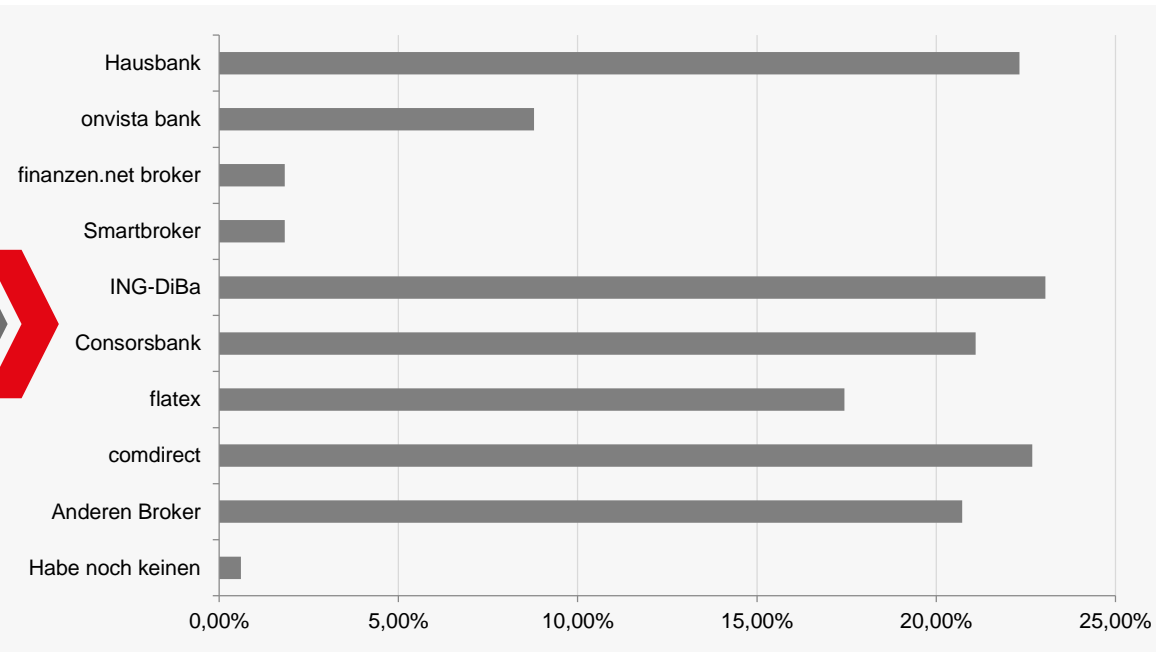


ONLINEBROKER

Fragestellung

Welchen Onlinebroker nutzen Sie?

» **Der Großteil der Befragten führt mehrere Depots.** Den höchsten Investitionsplan weisen Einsteiger mit Depots bei Hausbanken auf, gefolgt von der ING-DiBa.



FAZIT

» Was bedeutet die neue Zielgruppe für Ihre Werbemaßnahmen?

Brand Awareness zahlt sich aus

Die Bekanntheit Ihrer Marke oder Ihres Unternehmens ist ein entscheidender Faktor bei Investitionsentscheidungen. Es gilt: Je schneller und besser man sich an Ihre Marke erinnert, desto wahrscheinlicher ist es, dass die nächste Investition zu Ihren Gunsten ausfällt.

Unser Tipp: Setzen Sie auf die Platzierung Ihrer Marke in hochwertiger Umgebung, denn Image schafft Vertrauen. Durch crossmediale Platzierungen erhöhen Sie nicht nur die Kontaktpunkte des potenziellen Anlegers mit Ihrer Werbung, sondern schaffen nachhaltige Erinnerungen.

Hohes Informationsbedürfnis

Börseneinsteiger haben viele Fragen. Befriedigen Sie das Informationsbedürfnis der Börseneinsteiger, indem Sie Fragestellungen zu Anlageinstrumenten oder Finanzthemen aufgreifen und sich als Experte präsentieren.

Unser Tipp: Videocontent bietet nicht nur die Möglichkeit, mehr Informationen unterzubringen und Einsteigern auf Augenhöhe zu begegnen, sondern erreicht auch hohe Reichweiten durch die Verbreitung in TV, YouTube oder Social Media.

KUNDEN GEWINNEN

» Ergreifen Sie jetzt die Chance, sich dauerhaft in dieser neuen Zielgruppe zu positionieren.

DER AKTIONÄR lebt von seiner hohen redaktionellen Glaubwürdigkeit sowie langjährigen Leserbindung. Hier finden Sie das **optimale Werbeumfeld**, um die Wirkung Ihrer Werbung zu fördern.

Mit dem Erfolgspaket **überzeugen Sie Zuschauer durch ein Live-Interview** mit Ihrem Experten. Das Live-Interview wird nach der Ausstrahlung als VoD bereitgestellt und auf YouTube sowie Facebook veröffentlicht.

Unsere Pakete bedeuten für Sie: **neue Kunden – und das zu besonders attraktiven Konditionen.**



	Standard	Professional
PRINT	1/1 Seite Advertorial oder Anzeige in gewünschter Ausgabe	1/1 Seite + 1/1 Seite Scripted Interview in gewünschter Ausgabe
ONLINE	50.000 AIs (Einblendungen) als Ad Bundle (Superbanner stationär/mobil, Rectangle, Skyscraper)	50.000 AIs (Einblendungen) als Ad Bundle (Superbanner stationär/mobil, Rectangle, Skyscraper)
TV		Live-Interview mit Ihrem Experten via Skype (VoD / Facebook / YouTube)
	7.500,00 €	10.000,00 €



» Thomas Eidloth

Head of Marketing & Sales

✉ t.eidloth@boersenmedien.de

☎ 09221 9051 233

📠 09221 9051 4500

» Jacek Majewski

Senior Marketing & Sales Manager

✉ j.majewski@boersenmedien.de

☎ 09221 9051 500

📠 09221 9051 4500

DER  AKTIONÄR | **PRINT** | **TV** | **ONLINE** | **MOBILE**

Börsenmedien AG
Am Eulenhof 14
95326 Kulmbach

www.boersenmedien.de
www.deraktionaer.de
www.deraktionär.tv