
Studie: Unternehmenswebsites entwickeln sich für Anleger zur zentralen Informationsplattform

**Vor einer Kaufentscheidung recherchieren Wertpapierkäufer vor allem
online – überzeugende Content-Strategien sind aber noch Mangelware.**

Köln, 01. April 2015. Wie recherchieren Anleger, bevor Sie eine Aktie, einen Fonds oder ein Zertifikat kaufen? Und welche Informationen suchen sie dabei? Diesen Fragen geht eine aktuelle Studie von ergo Kommunikation und Smarthouse Media nach. Ergebnis: Nachrichtenwebsites sind die wichtigste Anlaufstelle für Anleger. 51 Prozent der 2.874 Befragten nutzen diese. Fast ebenso wichtig sind Printmedien wie Tageszeitungen und Zeitschriften mit 44 Prozent Nutzung. Als unternehmenseigene Formate nehmen die Websites von Fondsgesellschaften, Börsen und anderen Finanzdienstleistern (42 Prozent) einen Spitzenplatz ein. Bei den Käufern von Investmentfonds rangierten die Unternehmensseiten mit 46 Prozent Nutzung sogar auf Rang zwei nach Nachrichtenwebsites (47 Prozent). „Dies zeigt, wie wichtig Onlinekanäle und insbesondere Corporate Websites im Vertriebsprozess sind“, erläutert Holger Nacken, Partner bei ergo Kommunikation. „Dies gilt nicht zuletzt deshalb, weil die Unternehmen die Gestaltung und den Inhalt dieser Plattform selbst bestimmen, während sie auf andere Plattformen nur begrenzten Einfluss ausüben können.“

Relevante Inhalte sind das A und O

Bei der Nutzung von Websites legen Anleger vor allem Wert auf einen möglichst schnellen Zugang zu relevanten Informationen. In der Studie vergaben die Befragten für die Relevanz dieses Aspektes im Durchschnitt die Note 1,5 auf einer fünfstufigen Skala. Ebenfalls häufig als wichtig eingestuft wurden eine übersichtliche Gestaltung (Durchschnittsnote 1,6), ein umfassendes Informationsangebot (1,7) sowie verständliche und gut geschriebene Texte (1,8). „Vergleicht man die Bedürfnisse der Anleger mit der

Website-Realität, ergeben sich große Diskrepanzen“, erläutert Andreas Grunwald, Managing Director Sales & Marketing bei Smarthouse Media. „Viele Anbieter nutzen ihre Seite offenbar nur als elektronische Visitenkarte. Die Bedürfnisse der Nutzer gehen aber weit darüber hinaus.“

Überraschenderweise waren bei den Befragten multimediale Elemente (3,3) und die Optimierung für mobile Endgeräte (3,5) weniger gefragt. Gerade bei der Mobiloptimierung zeigten sich die Befragten jedoch sehr gespalten: Während immerhin 24 Prozent angaben, dieser Aspekt sei für sie wichtig oder sehr wichtig, erklärten auch 36 Prozent, überhaupt keinen Wert auf mobile Websites zu legen. „Eine Webseite, die nicht für mobile Endgeräte angepasst ist, kann dem Nutzer keine gute User Experience bieten. Mit den steigenden Zugriffszahlen über mobile Geräte müssen sich Verantwortliche natürlich Gedanken über eine mobile Strategie machen“, sagt Grunwald. „Daher ist zu erwarten, dass die Optimierung für die mobile Nutzung nach und nach steigen wird.“

Markteinschätzungen und Analysen sind besonders gefragt

Am stärksten interessierten sich die befragten Anleger dabei für Markteinschätzungen und Analysen sowie Bewertungskennziffern (beide Durchschnittsnote 2,0). Historische Kurse und Performancedaten (2,3), Angaben zu Kosten und Gebühren (2,4) oder Angaben zur steuerlichen Behandlung von Investmentprodukten (2,8) stuften sie als weniger interessant sein. „Dies weist darauf hin, dass es für Anbieter auch im Jahr 2015 unverändert wichtig ist, eine überzeugende Content-Strategie zu haben, wenn sie Anleger erreichen wollen“, erläutert Nacken, der bei ergo Kommunikation das Team Investmentgesellschaften leitet.

An der Anlegerstudie von ergo Kommunikation in Zusammenarbeit mit Smarthouse Media nahmen 2.874 Nutzer von Deutschlands größtem Finanzportal finanzen.net teil. 91 Prozent der Befragten besitzen Aktien, 43 Prozent klassische Investmentfonds, 28 Prozent Anleihen, 25 Prozent Exchange Traded Funds (ETFs) oder Exchange Traded Commodities (ETCs) und 21 Prozent Zertifikate. Die Mehrheit der Befragten ist sehr gebildet: 52

Prozent verfügen über einen Hochschulabschluss, weitere 17 Prozent über die (Fach-)Hochschulreife. Das Anlagevermögen der Befragten war breit verteilt: 10 Prozent besitzen mehr als 500.000 Euro, 25 Prozent zwischen 100.000 und 500.000 Euro, 19 Prozent zwischen 50.000 und 100.000 Euro, 21 Prozent zwischen 20.000 und 50.000 Euro, 16 Prozent weniger als 20.000 Euro.

Die vollständige Studie erhalten Sie auf Anfrage bei ergo Kommunikation.

Kontakt:

ergo Kommunikation
Holger Nacken
Managing Director, Partner
T +49 221 912 887-59
F +49 221 912 887-77
E holger.nacken@ergo-komm.de

Smarthouse Media GmbH
Andreas Grunwald
Managing Director Sales & Marketing
Hirschstraße 2
76133 Karlsruhe
F +49 721 531 69 – 01
E andreas.grunwald@smarthouse.de

Über ergo Kommunikation:

ergo zählt zu den führenden inhabergeführten Kommunikationsberatungen und PR-Agenturen in Deutschland. In Berlin, Frankfurt am Main, Köln und München arbeiten erfahrene Berater, Redakteure, Strategen, Content-Manager, Kreative, Bewegtbildexperten für nationale und internationale Unternehmen und öffentliche Institutionen. Ein eigenes Team fokussiert sich auf Kunden aus der Finanzbranche. Hier liegt ein besonderer Schwerpunkt in der digitalen Kommunikation und im Content Marketing. Weitere Informationen finden Sie unter: www.ergo-komm.de.

Über Smarthouse Media:

Smarthouse ist einer der weltweit bedeutendsten Anbieter web-basierter Finanzapplikationen. Neben Online-Brokern, Banken und Medien-Portalen vertrauen auch Fondsgesellschaften und selbstständige Finanzdienstleister auf die maßgeschneiderten Lösungen rund um den Finanzmarkt. Als Full-Service-Anbieter unterstützt Smarthouse bei der Konzeption und übernimmt die Erstellung, das Hosting und die Weiterentwicklung der Weblösungen. Neben einem auf die Anforderungen des Kapitalmarkts angepassten Content Management System, das in die von Smarthouse entwickelten Systeme integriert ist, gehören auch weitere individuelle Applikationen zum Angebot. Am Firmensitz in der Technologieregion Karlsruhe beschäftigt die Gesellschaft mehr als 120 Mitarbeiter. Für den weltweiten Kundenstamm betreibt Smarthouse mehr als 300 Internetseiten für 30



Länder in mehr als 10 Sprachen. Seit dem Jahr 2000 gehört Smarthouse mehrheitlich zur Axel Springer AG.
Weitere Informationen finden Sie unter: www.smarthouse.de.