Forschungszentrum
für Handelsmanagement

Universität St.Gallen

philoro
EDELMETALLE

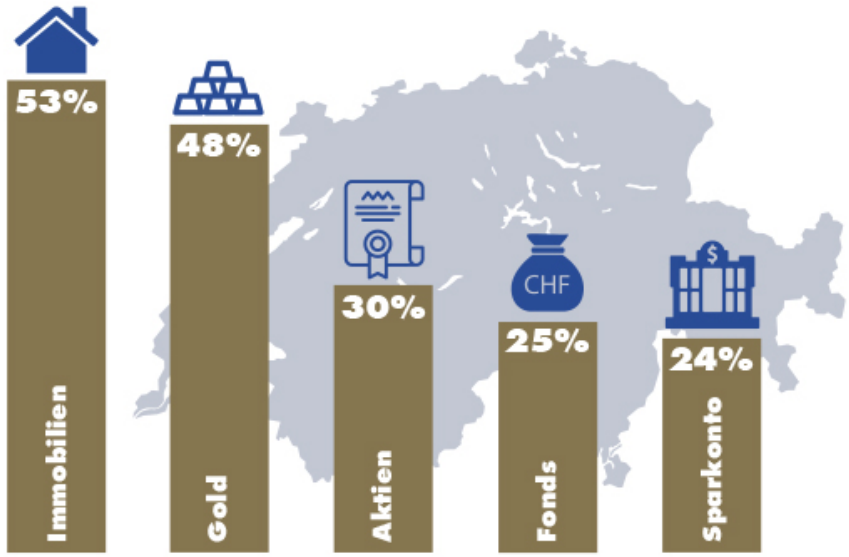
Edelmetall-Atlas Schweiz

April 2019

Management Summary (I/VI)

Bevorzugte Anlageformen in der Schweiz

1. Unter den fünf beliebtesten Anlageformen in der Schweiz rangiert Gold (genannt von 48% der Befragten) bereits an zweiter Stelle, gefolgt Aktien (30%), Fonds (25%) und das Giro- bzw. Sparkonto (24%). Nur Immobilien (53%) sind noch ein wenig beliebter. Während Gold, Aktien und Fonds sich bei Männern größerer Beliebtheit erfreuen, als bei Frauen, ist das Giro- bzw. Sparkonto bei Frauen beliebter als bei Männern. Unterschiede existieren auch zwischen den Sprachregionen. Gold und Immobilien sind bei Befragten aus der französischsprachigen Schweiz beliebter als bei Befragten aus der deutsch- und französischsprachigen Schweiz.



© philoro SCHWEIZ AG – Gold ist bereits auf Platz zwei der beliebtesten Anlageformen (Mehrfachnennung möglich).

Einstellung gegenüber Edelmetallen als Anlage

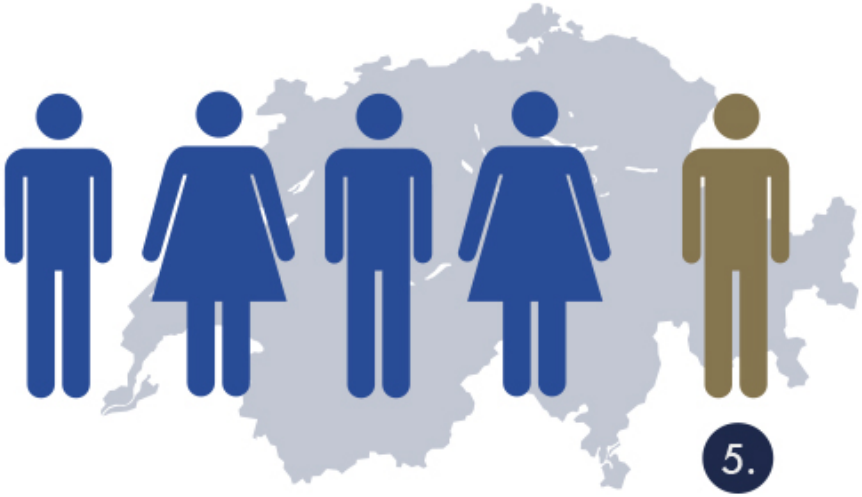
2. 60.5% der Befragten betrachten Edelmetalle als sinnvolle Anlage. Männer (65.7%) haben eine stärkere Affinität zu Edelmetallen als Frauen (55.5%). Unterschiede existieren auch zwischen den Sprachregionen. Während 66.3% der Befragten aus der französischsprachigen Schweiz Edelmetalle als sinnvoll erachten, beträgt dieser Anteil in der deutschsprachigen Schweiz 60.4% und in der italienischsprachigen Schweiz 54.4%.

3. Edelmetalle werden von rund 65 % der 40 bis 69-Jährigen als sinnvolle Geldanlage betrachtet. Der Anteil der Befragten, die Edelmetalle als sinnvoll einschätzen, ist etwas geringer in der jüngeren Generation bis 29 Jahre (57.7%) und in der reiferen Generation über 70 Jahre (52.4%). Ein Blick auf die Einkommenskategorien zeigt darüber hinaus, dass Edelmetalle mit steigendem Nettohaushaltseinkommen an Attraktivität gewinnen. Dementsprechend beträgt der Anteil der Befragten, die Edelmetalle als sinnvolle Anlage betrachten, zwischen 70.8% und 80.9% in den Einkommenskategorien ab 10'000 CHF. In der Kategorie Nettohaushaltseinkommen bis 4'000 CHF erachten 53% der Befragten Edelmetalle als sinnvolle Geldanlage.

Management Summary (II/VI)

Investitionsabsicht in den kommenden 12 Monaten

4. 60,5% der Befragten betrachten Edelmetalle als sinnvolle Anlage und beachtliche 19,2% halten es für wahrscheinlich, innerhalb der kommenden 12 Monate in Edelmetalle zu investieren, wobei die Investitionsbereitschaft der Männer in Edelmetalle (25.2%) deutlich höher ist, als die der Frauen (13.5%). Während dieser geschlechterspezifische Unterschied in allen drei Sprachregionen gleichermaßen auftritt, existieren zwischen den Sprachregionen keine signifikanten Unterschiede in Bezug auf die Investitionsabsicht.



© philoro SCHWEIZ AG – Jeder fünfte Schweizer plant innerhalb der nächsten zwölf Monate in Edelmetalle zu investieren.

5. Insbesondere einkommensspezifische Unterschiede in der Investitionsabsicht, wobei die Investitionswahrscheinlichkeit mit steigendem Einkommen zunimmt. Während nur 10.0% der Befragten mit einem Nettohaushaltseinkommen von weniger als 4'000CHF beabsichtigen, in Edelmetalle zu investieren, liegt dieser Anteil bei 25.4% in der Einkommenskategorie von 10'001 bis 12'000CHF, bei 37.5% in der Einkommenskategorie von 12'001CHF bis 14'000CHF und bei 42.6% in der Einkommenskategorie über 14'000 CHF. Obwohl dieser positive Zusammenhang zwischen Einkommen und Investitionsabsicht in allen drei Sprachregionen erkennbar ist, tritt er am stärksten in der deutschsprachigen Schweiz auf.

Management Summary (III/VI)

Geplanter Investitionsbetrag

6. Mehr als 50% der Befragten, die in Edelmetalle investieren möchten, planen zwischen 1'001 und 5'000CHF anzulegen (Median Investitionsbetrag). Obwohl der Median Investitionsbetrag beider Geschlechter zwischen 1'001 und 5'000CHF liegt, planen Männer mehr zu investieren als Frauen. Ebenso liegt der Median Investitionsbetrag in allen drei Sprachregionen zwischen 1'001 und 5'000CHF. Dennoch planen Befragte aus der deutsch- und französischsprachigen Schweiz mehr zu investieren als Befragte aus der italienischsprachigen Schweiz. Auch in Hinsicht auf den Investitionsbetrag besteht ein positiver Zusammenhang zwischen Einkommen und Höhe der Investition: Je höher das Nettohaushaltseinkommen, desto höher ist die geplante Investition in Edelmetalle.

Bevorzugter Anbieter beim Edelmetallkauf

7. Edelmetallhändler mit stationärem Geschäft erreichen in der gesamten Schweiz in allen Sprachregionen, Alters- und Einkommenskategorien mit einem durchschnittlichen Anteil von 19,1% der Nennungen bereits Platz 2 auf der Beliebtheitsskala. Die Hausbank ist mit einem durchschnittlichen Anteil von 61.9% der Nennungen noch der bevorzugte Anbieter beim Edelmetallkauf. Während die Hausbank in der deutsch- (62.4%) und französischsprachigen (65.9%) Schweiz jeweils Anteile von über 60% der Nennungen erreicht, beträgt ihr Anteil in der italienischsprachigen Schweiz lediglich 55.6%. Dafür erreicht in der italienischsprachigen Schweiz der Edelmetallhändler mit stationärem Geschäft einen Anteil von 29.1% und ist somit beliebter als in der deutsch- (17.5%) und französischsprachigen (15.4%) Schweiz. Verglichen mit den beiden Erstplatzierten schneiden Edelmetallhändler im Internet schweizweit mit durchschnittlich 8.2% der Nennungen eher schlecht ab – insbesondere bei Befragten im Alter von über 50 Jahren und aus der italienischsprachigen Schweiz gelten sie für weniger als 5% der Befragten als bevorzugter Anbieter.

© philoro SCHWEIZ AG – Bereits jeder vierte Schweizer kauft bei privaten Edelmetallhändlern.

Management Summary (IV/VI)

philoro EDELMETALLE

Wichtigkeit von persönlicher Beratung

8. 68.5% der Befragten erachten die persönliche Beratung beim Kauf von Edelmetallen als wichtig. Für Frauen (71.9%) ist die persönlicher Beratung zudem wichtiger als für Männer (64.9%). Unterschiede existieren auch zwischen den Sprachregionen. Während 70.1% der Befragten der deutschsprachigen Schweiz und 71.1% der Befragten der französischsprachigen Schweiz die persönliche Beratung beim Edelmetallkauf als wichtig erachten, beträgt dieser Anteil in der italienischsprachigen Schweiz lediglich 59.7%. Alters- oder einkommensspezifische Unterschiede in Bezug auf die Wichtigkeit von persönlicher Beratung existieren nicht.

Kompetenz und Glaubwürdigkeit verschiedener Anbieter

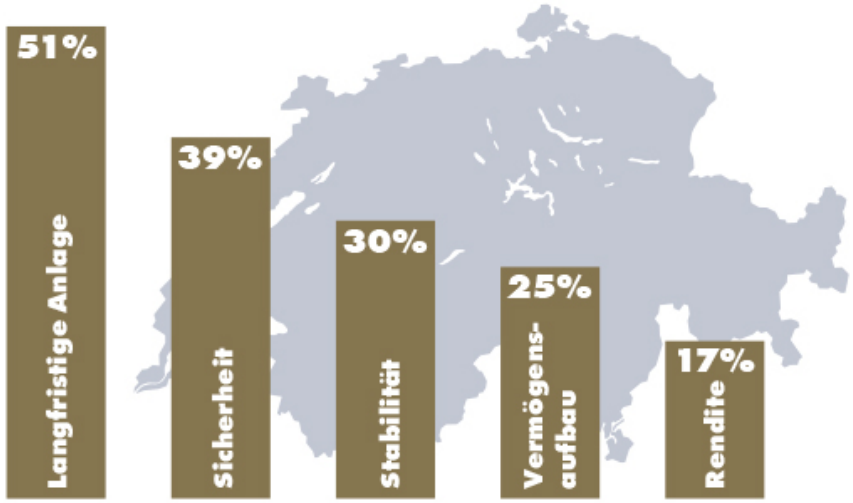
9. In der Beurteilung Kompetenz gehen die drei ersten Plätze an die Hausbank (77,1%), andere Banken (61,3%) und den Edelmetallhändler mit stationärem Geschäft (60,2%). Als wenig kompetent werden Edelmetallhändler im Internet (13.6%) wahrgenommen. Ein Mittelwertvergleich (basierend auf einer Skala von 1 = gar nicht kompetent bis 5 = sehr kompetent) zeigt ausserdem, dass Befragte aus der deutschsprachigen Schweiz sowohl die Hausbank (4.05) als auch die anderen Banken (3.70) als kompetenter einschätzen als Befragte aus der französisch- (Hausbank = 3.89, andere Banken = 3.52) und der italienischsprachigen (Hausbank = 3.84, andere Banken = 3.59) Schweiz. Ausserdem schätzen Befragte aus der französischsprachigen Schweiz Edelmetallhändler im Internet (2.75) als kompetenter ein als Befragte aus der deutsch- (2.43) und italienischsprachigen (2.31) Schweiz.

10. Auch in Bezug auf die Glaubwürdigkeit zeigt sich ein sehr ähnliches Bild. Schweizweit beurteilen 79.9% ihre Hausbank als glaubwürdig. Den zweiten Platz belegen die anderen Banken (64.4%), gefolgt von Edelmetallhändlern mit stationärem Geschäft (56.0%) und Edelmetallhändlern im Internet (11.5%) auf einem abgeschlagenen vierten Platz. Diese Reihenfolge gilt für alle drei Sprachregionen. Ein Mittelwertvergleich (basierend auf einer Skala von 1 = gar nicht glaubwürdig bis 5 = sehr glaubwürdig) zeigt zudem, dass Befragte aus der deutschsprachigen Schweiz die Hausbank (4.11) als glaubwürdiger einschätzen als Befragte aus der französisch- (3.97) und der italienischsprachigen (3.94) Schweiz. Zudem nehmen sowohl deutsch- (3.74) als auch italienischsprachige (3.72) Befragte andere Banken als glaubwürdiger wahr als französischsprachige Befragte (3.57). Letztere hingegen beurteilen Edelmetallhändler im Internet (2.56) als glaubwürdiger als Befragte aus der deutsch- (2.30) und italienischsprachigen (2.24) Schweiz.

Management Summary (V/VI)

Gründe für eine Investition in Edelmetalle

11. Die wichtigsten Gründe für eine Investition in Edelmetalle sind: die langfristige Anlage (genannt von 51% der Befragten), Sicherheit (39%), Stabilität (30%), Vermögensaufbau (25%) und Rendite (17%). Dieses generelle Ranking gilt gleichermaßen für Männer und Frauen als auch für die drei Sprachregionen. Nichtsdestotrotz sehen Männer in der langfristigen Anlage, Sicherheit und Stabilität wichtigere Gründe für eine Investition in Edelmetalle als Frauen. Befragte aus der deutschsprachigen Schweiz erachten zudem die Gründe langfristige Anlage, Sicherheit und Stabilität als wichtiger, als Befragte aus der französisch- und italienischsprachigen Schweiz.



© philoro SCHWEIZ AG – Gründe für die Veranlagung in Gold (Mehrfachnennung möglich).

In der Vergangenheit getätigte Investitionen in Edelmetalle

12. Schweizweit haben 26.4% der Befragten in der Vergangenheit bereits in Edelmetalle investiert. Der Anteil der Männer (33.4%), die bereits in Edelmetalle investiert haben, ist höher als der Anteil der Frauen (19.8%). Während keine signifikanten Unterschiede zwischen den drei Sprachregionen existieren, unterscheidet sich der Anteil der Edelmetallkäufer jedoch hinsichtlich des Einkommens. Generell gilt, dass der Anteil der Edelmetallkäufer mit steigendem Nettohaushaltseinkommen zunimmt. Beispielsweise haben in der Einkommenskategorie bis 4'000CHF bereits 17.5% aller Befragten in der Vergangenheit in Edelmetalle investiert. Der Anteil an Edelmetallkäufern beträgt in der Einkommenskategorie von 8'001CHF bis 10'000CHF schon 30.1% und in der Einkommenskategorie ab 14'000CHF sogar 57.4%. Unterschiede treten zudem beim Alter auf: Während lediglich 18.3% der 18 bis 29-Jährigen schon in Edelmetalle investiert haben, erreicht dieser Anteil bei den 60 bis 69-Jährigen mit 38.7% seinen Höchstwert innerhalb der verschiedenen Alterskategorien.

Management Summary (VI/VI)

höhere Loyalitätswerte als in der italienischsprachigen (3.81) Schweiz.

13. In der Vergangenheit getätigte Edelmetallkäufe wurden hauptsächlich (81,6%) über die Hausbank und den Edelmetallhändler mit stationärem Geschäft abgewickelt. Lediglich 8.4% wurden bei anderen Banken getätigt. Bei Edelmetallhändlern im Internet haben nur 6.6% der Befragten eingekauft. Allerdings zeigen sich altersspezifische Unterschiede. Während die 18 bis 29-Jährigen ihre Einkäufe häufiger bei Edelmetallhändlern im Internet (21.3%) als bei stationären Edelmetallhändlern (17.5%) getätigt haben, kauften die 30 bis 39-Jährigen häufiger bei stationären (29.5%) als bei Online-Edelmetallhändlern (7.4%). Ausserdem zeigt sich, dass mit steigendem Einkommen häufiger die Hausbank für den Edelmetallkauf ausgewählt wurde.

14. Generell haben diejenigen Befragten, die bereits Edelmetalle gekauft haben, mit ihrem gewählten Anbieter gute Erfahrungen gemacht. Ein Mittelwertvergleich der einstellungsbezogenen Kundenloyalität (basierend auf einer Skala von 1 = wenig loyal bis 5 = sehr loyal, welche die Aspekte Weiterempfehlung, Wiederkaufabsicht und Zufriedenheit widerspiegelt) zeigt, dass die Käufer der Hausbank (4.10) nur minimal loyaler eingestellt sind als die Käufer der übrigen Anbieter. Stationäre Edelmetallhändler (3.92) erreichen den guten zweiten Platz, andere Banken (3.85) und Online Edelmetallhändler (3.79) liegen nahezu gleichauf in Bezug auf Zufriedenheit, Weiterempfehlungs- und Wiederkaufabsicht. Signifikante Unterschiede zwischen den Sprachregionen ergeben sich nur in Bezug auf die Hausbank. Letztere erreicht in der deutsch- (4.18) und französischsprachigen (4.08) Schweiz

Anmerkungen zur Stichprobe

Die Ergebnisse der Studie sind repräsentativ für die deutsch- und französischsprachige Schweiz. Die Stichproben innerhalb dieser beiden Sprachregionen entsprechen den Quoten des Bundesamts für Statistik (BfS) gemäss den Kriterien Alter und Geschlecht.

Innerhalb der italienischsprachigen Schweiz sind die weiblichen Befragten (55.1%) leicht überrepräsentiert sowie die über 50-jährigen Befragten leicht unterrepräsentiert.

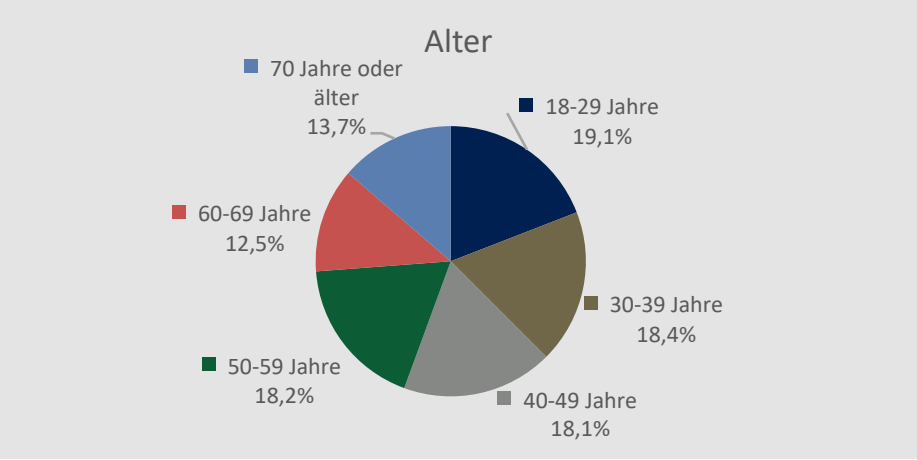
In Bezug auf die gesamte Stichprobe (N=2'293 Probanden) ist der Anteil der Probanden aus der italienischsprachigen Schweiz (N=390) leicht überrepräsentiert. Die vergleichsweise grössere Anzahl an italienischsprachigen Befragten hat allerdings den Vorteil, statistisch reliabele Aussagen für detailliertere Auswertungen nach Geschlecht, Alters- und Einkommenskategorien treffen zu können.

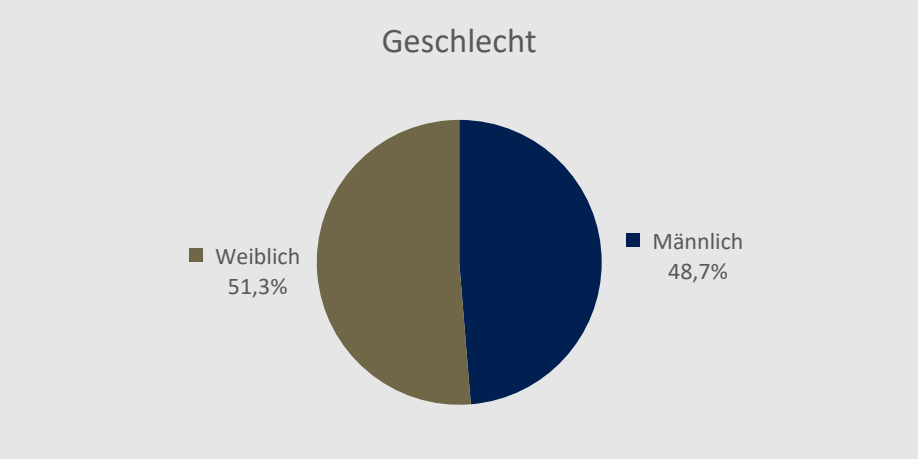
Details zur Stichprobe folgen auf der nächsten Seite.

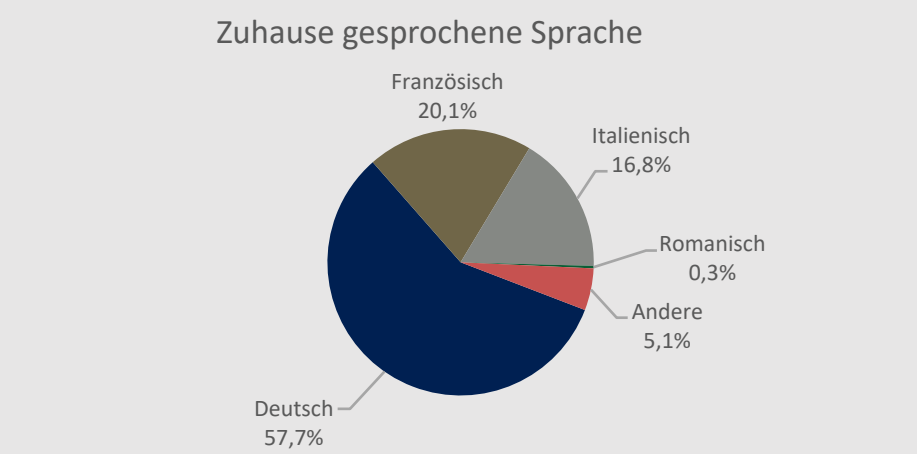
Erhebungszeitraum & Stichprobe

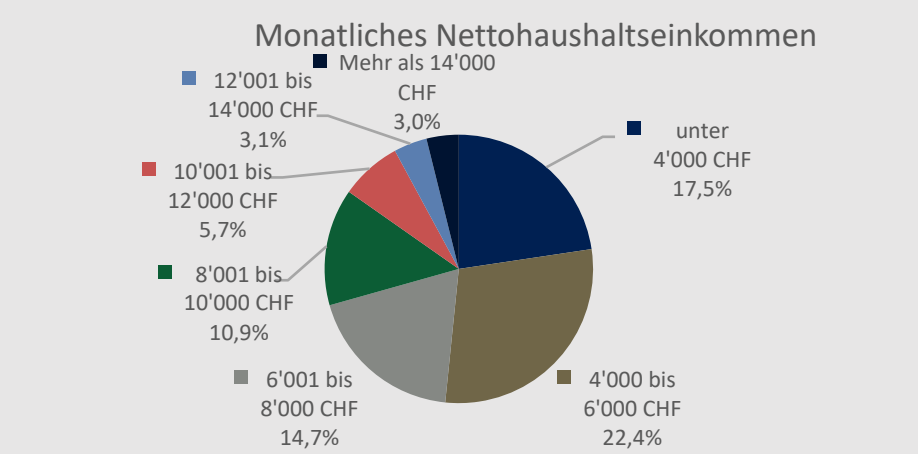
Gesamte Schweiz

Erhebungszeitraum: 28. März bis 07. April 2019; Stichprobengrösse: 2'293 Befragte aus der Schweiz









Vielen Dank!

philoro EDELMETALLE

philoro SCHWEIZ AG

Christian Brenner

St. Gallerstraße 7

CH-9300 Wittenbach

Telefon: +41 71 229 09 99E-Mail:

christian.brenner@philoro.com

www.philoro.ch