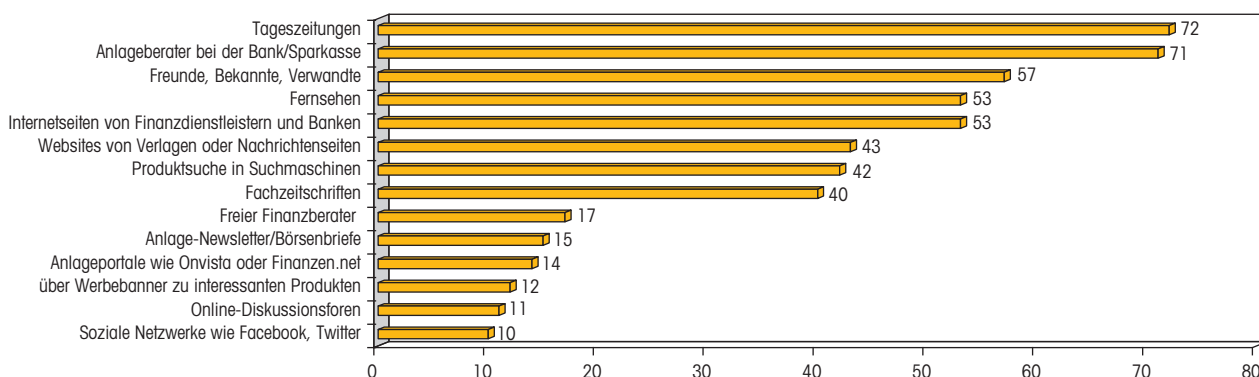


Daten und Fakten zum Multikanalvertrieb

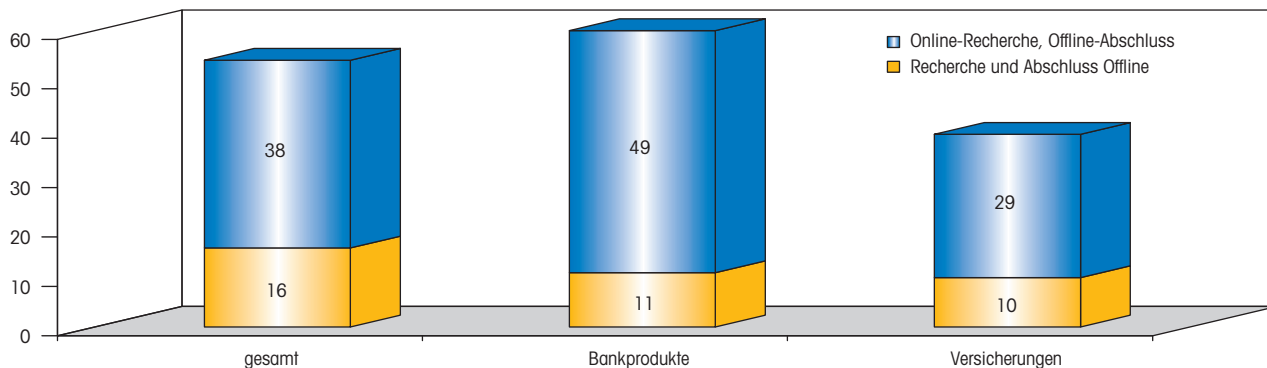
Informationsquellen privater Anleger für die Geldanlage (Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: DZ Bank, Anlegerindikator 14, Juni 2011

n= 1072

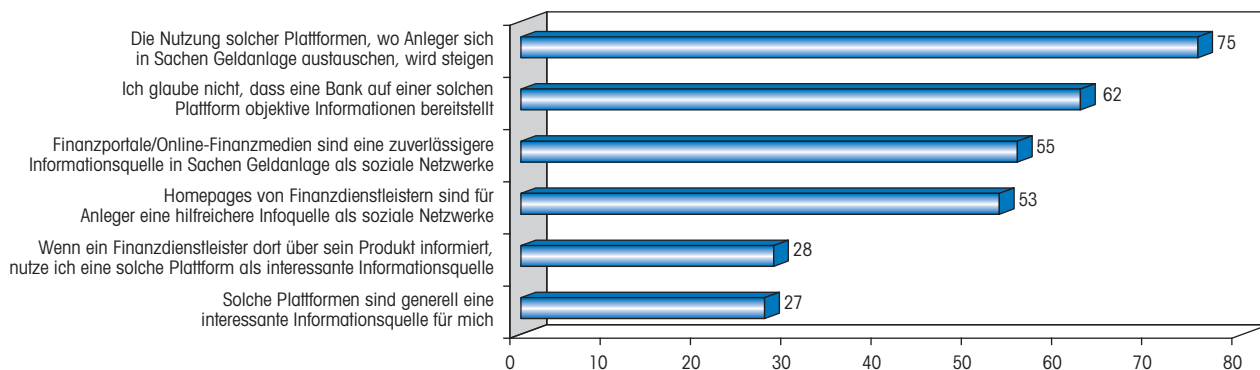
Der Ropo-Effekt* bei Finanzprodukten (Anteil Käufer mit vorheriger Online-Recherche in Prozent)



Quelle: Google-Metastudie

* Ropo= Research Online, Purchase Offline

Web 2.0 aus Anlegersicht (Angaben in Prozent)



Quelle: DZ Bank, Anlegerindikator 14, Juni 2011