

# Dámský investiční klub

## má za první rok existence více než 1500 členek

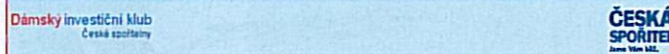
Dámský investiční klub České spořitelny v únoru oslavil již rok svého trvání. Za tu dobu se jeho členkami stalo více než 1500 žen se zájmem o investování. Téměř 800 z nich navštívilo odborně společenská setkání klubu, na kterých se dozvěděly informace důležité pro investování a lepší orientaci ve finančním světě.



česká setkání klubu, na kterých se dozvěděly informace důležité pro investování a lepší orientaci ve finančním světě.

### V centru dění: ŽENY

- Ženy mají velkou kupní sílu – zodpovídají za 80 % nákupních rozhodnutí! (The Economist, Zpravodaj Gender Studies, 30. 11. 2007)
- „Ženy dlouho nebyly jako zvláštní cílová skupina bankami a investičními společnostmi brány vážně. Dnes se ale situace začíná měnit. Studie Investmentbarometr agentury GfK potvrzuje silici pozici žen.“ (Lucie Tóthová, server Penize.cz, článek Jaké jsou ženy investorky, 1. 4. 2008)
- Další otázkou je demografický vývoj společnosti (stárnoucí populace, narůstající náklady na zdravotní péči, nové formy soužití, rostoucí role ženy jako partnera pro život – nutnost vzdělávání investorek v olázkách využívání příležitosti čs. kapitálového trhu → prospěch pro celou společnost)



### Dámský investiční klub: členky klubu

#### Zastoupení podle věku:

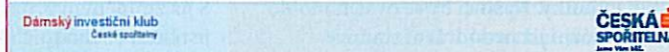
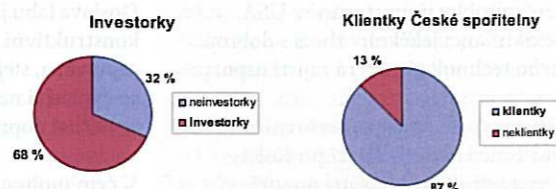
✓ cca 80 % v produktivním věku

věková hranice	počet	poznámka	%
70 a více	4	ročník 1938 a méně	0,3
60 –69	94	ročník 1939–1948	6,2
50 –59	424	ročník 1949–1958	28,1
40 –49	437	ročník 1959–1968	28,9
30 –39	359	ročník 1969–1978	23,8
30 a méně	189	ročník 1979 a více	12,5



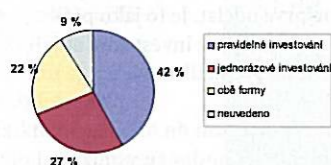
### Dámský investiční klub: členky klubu

- 1330 klientky, 192 neklientky
- 1038 investorky, 484 neinvestorky
- cca 1200 z Čech, 300 z Moravy (20 %)

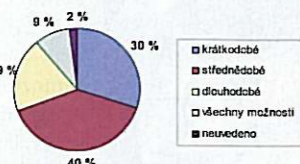


### Dámský investiční klub: členky klubu

#### Frekvence investic



#### Časový horizont investic



### Dámský investiční klub: ptáme se...

- 1) Zaujala Vás myšlenka Dámského investičního klubu České spořitelny?
  - 31 % členárek je jí nadšeno
  - 59 % se v tu dobu registrovalo
- 2) Zajímáte se o investování do starožitností, zlata, umění či luxusního zboží?
  - 21 % členárek již investovalo
  - 44 % členárek se zajímá, ale nemá zdroje informací
- 3) Vyhovuje Vám stávající úroveň odborných informací prezentovaných na webových stránkách klubu?
  - 48 % úroveň vyhovuje
  - 40 % by dala přednost větší odbornosti
  - 12 % upřednostňuje menší odbornost

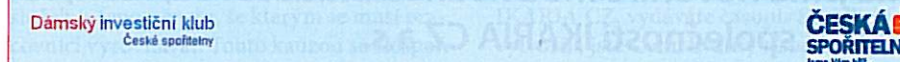


„Dámy oceňují zajímavé náměty klubových setkání, které jim pomáhají lépe se vyznat ve světě financí a investic. Díky tématům, jako jsou například důchodová reforma či současná ekonomická situace, si rozšiřují své znalosti a získávají tak potřebný rozhled pro vlastní investiční rozhodování,“ uvedla Romana Vlková, manažerka Dámského investičního klubu České spořitelny. „Klubové akce jsou přínosné pro možnost setkat se s úspěšnými ženami-odbornicemi a navázat zajímavé osobní či pracovní kontakty,“ dodala Romana Vlková. Mezi členky klubu patří manažerky, podnikatelky, političky či novinářky z Čech i Moravy. Více než 80 % z nich je v produktivním věku – mezi 30 až 60 lety. Téměř 70 % členek má zkušenosti s investováním a většina je klientkami České spořitelny. Dámský investiční klub České spořitelny vznikl 15. února 2008. Jeho založením banka navázala na tradici Erste Group, která podporuje skutečnost, že investování není jen mužskou záležitostí. Zároveň inspirovala další členy ve skupině a svůj dámský investiční klub již mají na Slovensku, v Maďarsku a připravují ho i v Chorvatsku.

### Rozdíly v investičním chování mužů a žen

#### Jaké jsou ženy investorky?

- dávají přednost **opatrnějším formám** zhodnocování peněz (stavební spoření, fondy, vkladní knížky) – větší **orientace na jistotu** než výnos
- kladou větší **důraz na flexibilitu** zhodnocování úspor a majetku (možnost měnit úložné částky, přerušení spoření během mateřské dovolené atd.)
- mají větší **sklon k eticky správným** investicím (ekologické fondy, eko-průmysl, péče o zdraví – ne: energie, ropa, těžba uhlí)
- ochotněji investují **do hmotných produktů** (nemovitosti, podíly ve firmách s akciemi luxusních výrobků a toho, co znají a mohou si „šáhnout“)
- využívají **více rad** poradců, očekávají více a důkladnější informace



Výhodou členství jsou přednostní pozvánky na klubové i partnerské akce. V tomto roce plánuje Dámský investiční klub dvě velká odborně-společenská setkání, vydání

čtyř čísel časopisu Lady In a partnerskou spolupráci s dalšími subjekty – především v oblasti odborně-společenských setkání.

## Chytré nákupy...

Šetrní spotřebitelé utratí za potraviny méně peněz tím, že nakupují chytře – to prokázal nový průzkum společnosti Whirlpool Europe. Na 74 % Evropanů změnilo kvůli horší ekonomické situaci způsob nakupování potravin. Celkem 31 % z nich se snaží šetřit, a proto nakupuje nejběžnější potraviny v diskontech nebo na tržnicích, přičemž asi třetina spotřebitelů snížila četnost návštěv v obchodech. Plných 28 % Evropanů nyní nakupuje potraviny dokonce méně než jednou týdně.

Když už se evropští spotřebitelé do supermarketu přece jen vydají, ti šetrnější maximálně využívají slev a nakupují ve větším balení. Na 61 % evropských spotřebitelů přiznává, že kupuje ve velkém a nakupovat chodí méně často, přičemž se ve snaze ušetřit nechá ochotně zlákat speciálními akcemi. Léto se blíží, nakupovat chodíme méně často a objem nákupu se přitom zvětšuje – je tedy stále důležitější uchovat potraviny čerstvé po delší dobu. Přestože 60 % Evropanů podle

průzkumu dbá, aby v odpadkovém koši skončilo co nejméně zkažených potravin, například průměrný Ital každoročně vyhodí potraviny v hodnotě neuvěřitelných 15 tisíc korun. Pro skladování potravin je tedy ideální využít chytrých spotřebičů – chladničky a mrazničky. Ty ochrání nejen před vyhazováním peněz za zkažené potraviny, ale díky energetickým třídám A+ a A++ také ušetří nemalou částku za spotřebu energie.



Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

### Váš webdesign

## Dotkněte se reality

Internet a design

Vyrobíme webové stránky nejlépe vyhovující vašemu podnikání nebo činnosti. Našími hlavními přednostmi jsou: kreativní design a rychlost samotné výroby i provádění aktualizací. Dbáme na precizní naprogramování, které mimo jiné zaručuje také rychlé načítání v prohlížečích.

Zabýváme se rovněž tvorbou interaktivních řešení. Do nových stránek například zabudujeme **poptávkové a objednávkové formuláře** nebo systém pro fungování newsletteru. Kontaktujte nás kdykoli. Poskytujeme komplexní řešení, dovedeme vás k úspěšné prezentaci.

Poskytovatel RIX, s.r.o.  
Ocelářská 2274 /1, 190 00 Praha 9  
Telefon: +420 606 615 609  
Fax: +420 284 689 063  
info@prosperita.info  
www.prosperita.info

