

Branchenreport

## VERTRIEBSWEGE VON GELDANLAGEN

Jahrgang 2009

NEU!

- ▶ Der **Privatkundenmarkt** in Deutschland zeichnet sich durch ein hohes Marktvolumen und -potenzial aus.
- ▶ Konsequenz **Finanzmarktkrise**: Privatkunden investieren ihr Geldvermögen verstärkt in sichere Finanzprodukte
- ▶ **Kundenberatung und Kundenservice** rücken verstärkt in den Fokus.
- ▶ Die Beziehung zwischen Kunde und Bank hat sich fundamental gewandelt. Neben dem **Strukturwandel** in der Branche schafft das Internet Markttransparenz.
- ▶ Künftig wird es einen doppelten **Wettbewerb** geben: die Konkurrenz der Anbietergruppen um die Kundenbeziehung und den Wettbewerb der Produkte um die Vertriebskanäle.
- ▶ Wesentlichstes Merkmal beim Vertrieb von Geldanlagen wird die Zunahme des **Multi-Channel-Vertriebs** sein.



# Was Sie erwartet

Die Finanzmarktkrise hat das Vertrauen der Bürger in die Finanzbranche allgemein stark beeinträchtigt. Doch da, wie repräsentative Befragungsergebnisse zeigen, ist das Vertrauensverhältnis der allermeisten Kunden zu ihrer eigenen Bank/Versicherung weit weniger betroffen. Daher bleibt der Einfluss der Finanzkrise auf die Vertriebswege von Geldanlagen vorerst gering.



Schätzungsweise rund 10.000 Unternehmen versprechen in Deutschland ihren Kunden gewinnbringende Anlagen.

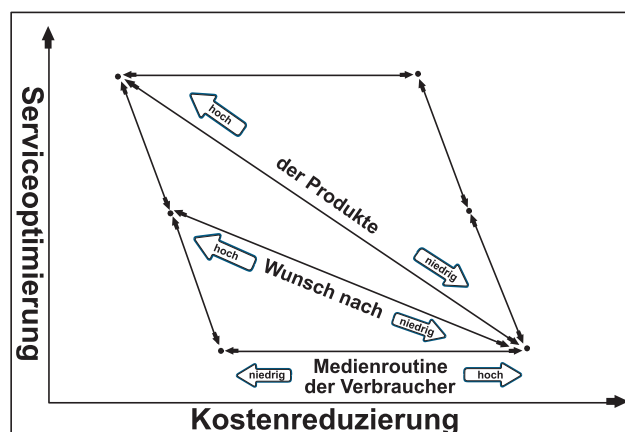
Und ebenso unterschiedlich wie die Leistungen der Finanzdienstleister sind auch die Vertriebswege. Der Privatkundenmarkt in Deutschland zeichnet sich durch ein hohes Marktvolumen und -potenzial aus. Speziell im Geld- und Kapitalanlagebereich ist eine dynamische Entwicklung des Geld- und Sachvermögens der privaten Haushalte zu beobachten. Angesichts durchweg als positiv zu bezeichnenden Perspektiven des Privatkundenmarktes wird die Wettbewerbsintensität weiter zunehmen, so die These der **BBE RETAIL EXPERTS**.

Und die Ansprüche der Kunden steigen. Zunehmend kritische Kunden und Initiativen des Gesetzgebers für besseren Anlegerschutz bringen etablierte Geschäftsmodelle in Schwierigkeiten. Auch wenn der Einfluss auf die Vertriebswege als Folge des Vertrauensschwundes eher indirekt feststellbar zu sein scheint, so sind dennoch Auswirkungen zu spüren, denen sich die Branche stellen muss. Viele Kunden verlagern aktuell ihre Prioritäten weg von der Rendite, hin zur Sicherheit und fühlen sich unter diesen Aspekten am besten bei den Sparkassen und Volksbanken aufgehoben.

Eine profunde Prognose über den künftigen Stellenwert der heutigen Vertriebswege ist unmittelbar verknüpft mit der Frage, wie und ob überhaupt sich der Beratungsbedarf der Anleger verändern wird. Einerseits lässt sich zwar ein steigendes Informationsniveau der Privatanleger beobachten, andererseits entwickeln sich die Kapitalmärkte sehr lebhaft weiter.

Künftig wird es einen doppelten Wettbewerb geben: die Konkurrenz der Anbietergruppen um die Kundenbeziehung und den Wettbewerb der Produkte um die Vertriebskanäle. Jeder Vertriebsweg wird sich seine eigene Gebührenstruktur schaffen. Die klassische Entlohnung für die Beratungsleistung indes wird das Ausgabeaufgeld bleiben. Die Neuordnung des deutschen Finanzdienstleistungsmarktes ist voll im Gange. Massive Personaleinsparungen und der damit verbundene Qualitätsverlust in bestimmten Beratungsegmenten der Banken bieten die Chance für Finanzdienstleister, neue attraktive Kundensegmente zu finden. Dabei zählen mehr den je Kundennähe, Service & Qualität.

## KUNDENSHEMA DES VERTRIEBS VON FINANZDIENSTLEISTUNGEN



Mit einer detaillierten Darstellung des Marktes für Finanzdienstleistungen nach Marktsegmenten und ihren Vertriebsformen, der Analyse von Auswahl und Auswahlkriterien von Finanzdienstleistungsunternehmen und -arten aus Verbrauchersicht liefert der neue **Branchenreport „Vertriebswege von Geldanlagen“** der **BBE RETAIL EXPERTS** eine differenzierte Positionsbestimmung des deutschen Marktes für Finanzdienstleistungen und damit die Voraussetzung für unternehmenseigene Potenzial- und Konkurrenzanalysen. Die vorliegenden Daten und Analysen bieten allen Marktteilnehmern Ansatzpunkte, um Strategieansätze für erfolgreiches Handeln in der Zukunft zu entwickeln.

# Inhalt

<b>KAPITEL I</b>	<b>DEMOGRAPHISCHER WANDEL</b>	<b>1</b>
<b>KAPITEL II</b>	<b>PRIVATES VERMÖGEN</b>	<b>17</b>
A	Vermögensarten	17
B	Gebrauchsvermögen	23
C	Geldvermögen	28
1	Entwicklung und Anlageformen	28
2	Nettogeldvermögen	39
3	Verteilung	44
<b>KAPITEL III</b>	<b>SPAREN</b>	<b>61</b>
A	Sparvolumen und Sparbereitschaft	61
B	Geldvermögensbildung	74
C	Sparmotive	82
<b>KAPITEL IV</b>	<b>FINANZDIENSTLEISTUNGSMARKT</b>	<b>92</b>
A	Marktentwicklung	92
B	Kapitalanlagekosten	96
C	Vermittler	108
D	Finanzberater	114
E	Makler und Maklerpools	118
<b>KAPITEL V</b>	<b>BANKVERTRIEB</b>	<b>132</b>
<b>KAPITEL VI</b>	<b>FONDSVERTRIEB</b>	<b>170</b>
<b>KAPITEL VII</b>	<b>VERSICHERUNGSVERTRIEB</b>	<b>200</b>
<b>KAPITEL VIII</b>	<b>ALLFINANZVERTRIEBE</b>	<b>243</b>
<b>KAPITEL IX</b>	<b>DIREKTVERTRIEB</b>	<b>259</b>
A	Onlinebanking	259
B	Direktbanken	279
<b>KAPITEL X</b>	<b>AUSWAHL VON FINANZDIENSTLEISTERN</b>	<b>290</b>
A	Informationsquellen	290
B	Auswahlkriterien für Finanzdienstleister	297
C	Auswahlkriterien für Banken	304
D	Sympathie für einzelne Banken	318
<b>KAPITEL XI</b>	<b>WECHSELBEREITSCHAFT VON PRIVATKUNDEN</b>	<b>328</b>
A	Wechsel der Bankverbindung	328
B	Kundenzufriedenheit mit der Hausbank	340
C	Abschlussbereitschaft nach Banken	347
<b>KAPITEL XII</b>	<b>BERATUNG BEI GELDANLAGEN</b>	<b>358</b>
<b>KAPITEL XIII</b>	<b>VERTRIEBSPROGNOSE</b>	<b>367</b>

## ÜBERSICHTSVERZEICHNIS

Übersicht 1:	Entwicklung Anzahl Private Haushalte	15
Übersicht 2:	Geldvermögen und Gesamtvermögen der Privaten Haushalte	18
Übersicht 3:	Individuelles Netto-Vermögen nach Altersgruppen	52
Übersicht 4:	Entwicklung Geldvermögensbildung privater Haushalte	81
Übersicht 5:	Kreditinstitute in Deutschland	134
Übersicht 6:	Filialvertrieb Banken	135
Übersicht 7:	Selbstbedienungsvertrieb Banken	136



Übersicht 8:	Service- und Vertriebsstrategien von Finanzdienstleistern	167
Übersicht 9:	Direktbanking und Filialangebote in Zukunft	269
Übersicht 10:	Gründe für die Wahl eines Online-Finanzinstituts	271
Übersicht 11:	Prognose für Vertriebswege bei der privaten Geldvermögensbildung	368
Übersicht 12:	Kundenschema des Vertriebs von Finanzdienstleistungen	377
Übersicht 13:	Spezialisierung des Kundenschemas	378
Übersicht 14:	Prognose für Vertriebswege aus Expertensicht	389
Übersicht 15:	Vertriebswege und Finanzkrise	390

## TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1:	Bevölkerungsentwicklung bis 2050	1
Tabelle 2:	Bevölkerungsentwicklung in Deutschland	2
Tabelle 3:	Bevölkerungsentwicklung nach Altersgruppen	3
Tabelle 4:	Anzahl der Eheschließungen und Geborenen	4
Tabelle 5:	Eheschließungen, Geborene und Gestorbene	5
Tabelle 6:	Entwicklung Anzahl Private Haushalte	6
Tabelle 7:	Haushaltsgröße	7
Tabelle 8:	Entwicklung der Lebenserwartung in Deutschland	8
Tabelle 9:	Bevölkerung nach Familienstand	9
Tabelle 10:	Bevölkerung nach Lebensformen	10
Tabelle 11:	Prognose Anzahl Haushalte nach Haushaltsgröße	13
Tabelle 12:	Prognose Anteil Haushalte nach Haushaltsgröße	14
Tabelle 13:	Das Vermögen der privaten Haushalte	17
Tabelle 14:	Aufteilung Netto-Vermögen der privaten Haushalte	19
Tabelle 15:	Netto-Vermögen pro Kopf und pro Haushalt	20
Tabelle 16:	Durchschnittliches Geld- und Immobilienvermögen je Haushalt	21
Tabelle 17:	Das Gebrauchsvermögen der privaten Haushalte	23
Tabelle 18:	Ausstattungsgrad von Privathaushalten mit Pkw	24
Tabelle 19:	Ausstattungsgrad von Privathaushalten mit Unterhaltungselektronik	25
Tabelle 20:	Ausstattung von Haushalten mit PC und Nachrichtenübermittlung	26
Tabelle 21:	Ausstattungsgrad von Haushalten mit elektrischen Haushaltsgeräten	27
Tabelle 22:	Entwicklung Geldvermögen privater Haushalte	28
Tabelle 23:	Geldvermögensstruktur der Privaten Haushalte	29
Tabelle 24:	Bruttogeldvermögen je Privathaushalt	30
Tabelle 25:	Geldvermögen der Privaten Haushalte nach Kapitalsammelstellen	31
Tabelle 26:	Geldvermögen der privaten Haushalte nach Anlageformen	32
Tabelle 27:	Bankeinlagen der Privaten Haushalte nach Anlageformen	33
Tabelle 28:	Wertpapieranlagen der Privaten Haushalte nach Anlageformen	34
...		
Tabelle 291:	Vertrieb im Geldanlagemarkt der Zukunft	388

Sie möchten detaillierte Informationen?

► [www.bbe-retail-experts.de](http://www.bbe-retail-experts.de)

# Bestellung

E-Mail

kersten@amc-forum.de

## AMC Münster

Dr. Frank Kersten  
Geiststraße 4  
D-48151 Münster



## Telefon

+49(0)251 6261-121

## Telefax

+49(0)251 6261-117

Wir bestellen hiermit den

## Branchenreport Vertriebswege von Geldanlagen, Jahrgang 2009

€ 1.250,- abzgl. 10% AMC-Rabatt = € 1.125,- zzgl. MwSt.

Bitte senden Sie uns die monatlichen **RetailNews** per E-Mail  
Bitte teilen Sie uns Ihre E-Mail-Adresse mit.

Die Rechnung ist innerhalb von 20 Tagen ohne Abzüge fällig.

\* Bitte teilen Sie uns auch bei Bestellung per E-Mail alle **Angaben zum Absender** mit.

Firma \_\_\_\_\_

USt./VAT-Nr. \_\_\_\_\_

Position \_\_\_\_\_

Name \_\_\_\_\_ Vorname \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_ PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_ Telefax \_\_\_\_\_

E-Mail\* \_\_\_\_\_

Datum/Unterschrift \_\_\_\_\_

**BBE RETAIL EXPERTS**  
Unternehmensberatung  
GmbH & Co. KG

Agrippinawerft 30  
D-50678 Köln

Telefon +49(0)221 93655- 01  
Telefax +49(0)221 93655-101

info@bbe-retail-experts.de  
www.bbe-retail-experts.de



Geschäftsführung:  
Thomas Grunewald  
Hilmar Juckel

Aufsichtsratsvorsitzender:  
Josef Sanktjohanser,  
Präsident des HDE e.V.

Sitz der Gesellschaft: Köln  
Registergericht Köln: HRA 25675

Komplementär:  
BBE Verwaltungs GmbH

Geschäftsführer:  
Thomas Grunewald  
Hilmar Juckel

Sitz der Gesellschaft: Köln  
Registergericht Köln: HRB 62231

**BBE** ■

RETAIL EXPERTS