

Die Zukunft gehört den Senioren. Die Vertriebs-Chancen dafür stehen gut! Die vielversprechende „Zielgruppe 55plus“ rückt immer stärker in den Fokus der Finanzdienstleistungsunternehmen. Der Markt „55plus“ verlangt Angebote, die über die rein finanziellen Aspekte hinausgehen. Auf der klassischen Produktseite ist eine Erweiterung durch noch stärkere Vermögensberatung sowie neue Bank- und Versicherungsprodukte notwendig. Banken verfügen zudem kaum über Expertisen in der Planung des Ruhestandes und bei entsprechenden übergreifenden und weiterführenden Beratungs- und Dienstleistungen. Hier besteht ein großer Innovationsbedarf.

Die Generation der über 55-Jährigen ist eine von Banken und Finanzdienstleistern noch immer unterschätzte Zielgruppe. Senioren sind konsumfreudig und leisten sich das, was Jüngere noch nicht finanzieren können. Die Alterung der Gesellschaft schafft nicht nur Probleme, sondern bietet für Finanzdienstleister auch Wachstumschancen. Der Seniorenmarkt ist zukünftig mehr als eine Nische. Aufgrund ihres angesparten Geldvermögens zählen die Senioren zu den wichtigsten Privatkunden für Finanzdienstleister.

Die immer größer werdende Anzahl der Senioren ist es gewohnt, selbstbewusst Geldentscheidungen zu treffen. Und das einzige, was sie nicht wollen, als eben solche - Senioren - behandelt zu werden. Deshalb konterkariert der Begriff „Seniorenmarketing“ bereits die Lösungsansätze in Marketing und Vertrieb, da er unterstellt, dass die Kommunikation zu und in dieser Zielgruppe uniform ist.

Die meisten Angebote finden sich in den Bereichen Vorsorge und Finanzplanung sowie Erbschaften und Schenkungen. Nur jeder fünfte Finanzdienstleister hat spezielle Angebote für die Wiederanlage der Lebensversicherung und die Vermögensanlage der Best Ager realisiert. Das hohe Wachstums- und Ertragspotenzial bei den über 55-Jährigen spiegelt sich zu selten in den, auf die Bedürfnisse dieser Generation zugeschnittenen, Finanzplanungs- und Beratungsprozessen wider. Eine Analyse der Bedürfnisse der Senioren offenbart, dass diese auf Grund der Lebenssituation große Unterschiede zu den Bedürfnissen von jüngeren Zielgruppen aufweisen. Eine entsprechende Zielgruppenstrategie bietet Banken das Potenzial, Vermögen generationenübergreifend zu binden sowie substanzielle zusätzliche Erträge durch nötige Vermögensumschichtungen oder die Verwendung freierwerdender Liquidität zu realisieren.

Lesen Sie in unserem aktuellen **BBE-Branchenreport „Senior Finance“ über die Entwicklungen, Trends und Potenziale im Markt für Senior Finance bis zum Jahr 2011** und informieren Sie sich ausführlich über die materiellen und emotionalen Bedürfnisse der Kundengruppe Senioren, die Umschichtungspotenziale durch Erbschaften, die Vermögenssituation der Senioren, das richtige „Seniorenmarketing“ u.v.m.

- Senior Finance: Ein Wachstumsmarkt
- Umschichtungspotenziale durch Erbschaften
- Altersvorsorge und Alterssicherung
- „Seniorenmarketing“: Die Kommunikation zu und in dieser Zielgruppe ist keines Falls uniform
- Die wichtigsten Themen der Finanzplanung: Wiederanlage der Lebensversicherung, Vermögensübertragung, Vermögenserhalt
- BBE-Exklusiv-Befragung von 118 Entscheidungsträgern in Finanzdienstleistungsunternehmen zur Entwicklung des Marktes für Senior Finance bis 2011



Wir entwickeln Potenziale.

BBE 
UNTERNEHMENSBERATUNG

BBE Unternehmensberatung GmbH
Agrippinawerft 30 / D-50678 Köln

Telefon-Zentrale 02 21 - 9 36 55-01
Telefax-Zentrale 02 21 - 9 36 55-101

info@bbeberatung.com
www.bbeberatung.com

Der neue Branchenreport „Senior Finance“ umfasst 310 Seiten mit 250 Tabellen und 23 Übersichten und informiert umfassend über

- die Wachstums- und Ertragspotenziale der Zielgruppen „55plus“,
- die materiellen und emotionalen Bedürfnisse der Kundengruppe Senioren bei der Produktentwicklung und im Marketing und Vertrieb,
- Entwicklungen, Trends und Potenziale im Markt für Senior Finance bis 2011.

Ihre persönliche Studien-Hotline:
02 21 - 9 36 55-212.
 Frau Sonja Koschel
 informiert Sie gerne.

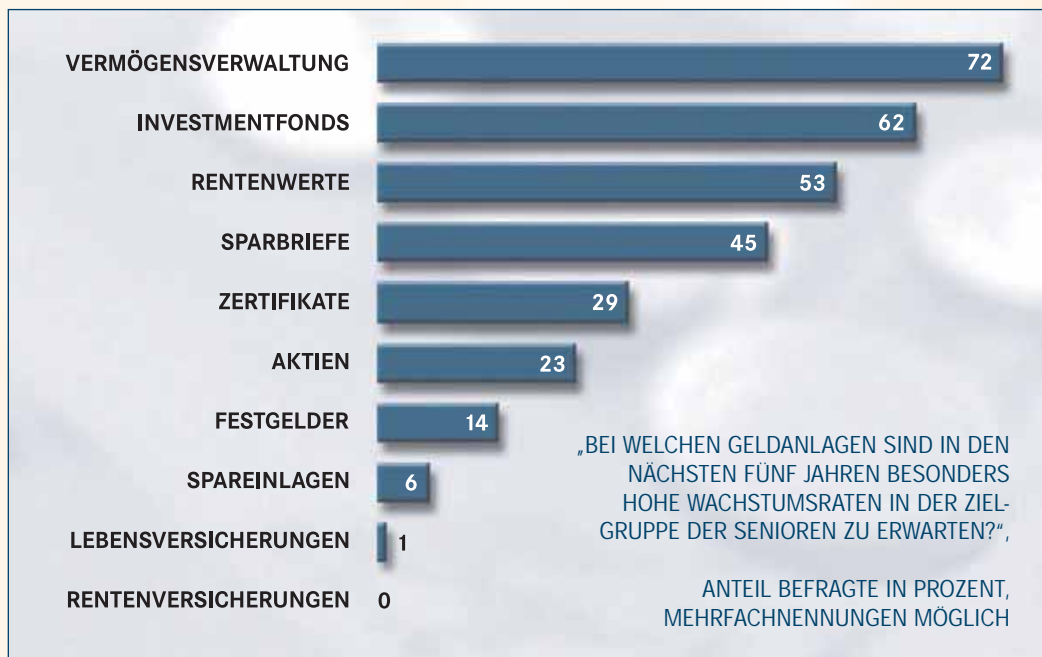


! Leseprobe aus dem Branchenreport „Senior Finance“, Jahrgang 2006

● Leseprobe aus Kapitel VIII Prognose

Allerdings stellt die Klientel Banken und Versicherungen vor eine große Herausforderung: Während die Großbanken Filialen schließen und auf Selbstbedienungsautomaten setzen, wünschen ältere Menschen sich mehr Beratung und Betreuung. Daher müssen auch im Vertrieb und in der Vermarktung von seniorengerechten Produkten Maßnahmen getroffen werden, die auf eine alternde Gesellschaft zugeschnitten sind.

ÜBERSICHT 23: PROGNOSE WACHSTUMSSTARKE ANLAGEFORMEN DER SENIORENGELDDANLAGE



QUELLE: BBE-BEFragung von Finanzdienstleistungsunternehmen 6/2006

Die Banken nehmen eine Schlüsselposition in der Vermögensbildung und Vermögensverwaltung der Senioren ein. Mit der stärkeren Orientierung der Senioren auf Produkte des Kapitalmarktes ist auch der Beratungsbedarf rapide gestiegen. Risikobereitschaft, Anlageziel und -horizont sind wichtige Parameter, die mitunter sehr verschiedene Anlagestrategien erfordern. Die moderne Vermögensanlage ist sehr beratungsintensiv. Diese Dienstleistung wird vornehmlich von den Banken für ihre Kunden erbracht. Darüber hinaus führen sie im Auftrag ihrer Kunden alle Transaktionen an den Kapitalmärkten durch und verwalten das Geldvermögen in den Wertpapierdepots der Bankkunden.

Inhaltsverzeichnis

Kapitel I Demographischer Wandel	1
A Demographische Entwicklung und Prognose	1
B Private Haushalte und Lebensformen	16
Kapitel II Privates Vermögen	28
A Entwicklung	28
B Gebrauchsvermögen	34
C Geldvermögen	39
Kapitel III Sparen	52
A Entwicklung	52
B Geldvermögensbildung nach Anlageformen	59
Kapitel IV Senioren	64
A Einkommen und Kaufkraft	64
B Sozialhilfe und Pflegebedürftigkeit	76
C Konsumneigung der Senioren	83
D Gesamtvermögen der Senioren	89
E Immobilienvermögen der Senioren	91
F Gebrauchsvermögen der Senioren	104
G Medienausstattung der Senioren	109
H Mediennutzung der Senioren	115
I Geldvermögen der Senioren	124
J Sparen von Senioren	131
K Geldanlageverhalten der Senioren	137
Kapitel V Umschichtungspotenzial durch Erbschaften	153
Kapitel VI Altersvorsorge und Alterssicherung	165
A Bausteine der Alterssicherung	165
B Private Altersvorsorge	181
C Meinungsprofil und Anlageformen	191
Kapitel VII Senioren als Bankkunden	208
A Girokonten und Sparkonten	208
B Zahlungsvarianten	213
C Kreditkarten	217
D Bankkundenkarten	226
E Kundenkarten	229
F Online Finance	231
G Seniorenmarketing	250
H Finanzangebote für Senioren	264
Kapitel VIII Prognose	289

Verzeichnis der Übersichten

Übersicht 1: Senioren nach Altersgruppen und Geschlecht	10
Übersicht 2: Bevölkerungsprognose nach verschiedenen Varianten	13
Übersicht 3: Demographische Bedeutung der Senioren	27
Übersicht 4: Geldvermögen und Vermögen der Privaten Haushalte	29
Übersicht 5: Anlagestruktur Geldvermögen der Privaten Haushalte	46
Übersicht 6: Sparmotive der Bundesbürger	57
Übersicht 7: Aktionäre und Fondsbesitzer in Deutschland	62
Übersicht 8: Nutzung moderner Technologien von Senioren	112
Übersicht 9: Anteil am Geldvermögen nach Altersgruppen	126
Übersicht 10: Entwicklung der Ersparnis der Privaten Haushalte	136
Übersicht 11: Erbschaftsvolumen und Vermögensübertragung	158
Übersicht 12: Prognose Assetbestand Altersvorsorge	182
Übersicht 13: Meinungsprofil Rürup-Rente	206
Übersicht 14: Bankkundenkarten nach Emittenten	228
Übersicht 15: Entwicklung der Nutzung von Onlinebanking	232
Übersicht 17: Geld- und Immobilienvermögen der Senioren und Verschuldung	285
Übersicht 18: Prognose Anlageformen von Senioren	292
Übersicht 19: Geldvermögensbildung von Senioren nach Kapitalsammelstellen	298
Übersicht 20: Prognose Nutzung von Finanzdienstleistungen bei Senioren	304
Übersicht 21: Prognose spezielle Finanzangebote für Senioren	307
Übersicht 22: Prognose für die Marktbedeutung von Senior Finance	308
Übersicht 23: Prognose wachstumsstarke Anlageformen der Seniorengeldanlage	309



„Senior Finance“, Jahrgang 2006

Faxantwort an (0251) 6261-117

AMC Assekuranz Marketing Circle
z. H. Dr. Frank Kersten
Geiststr. 4
48151 Münster



Telefon
(0251) 6261-0

E-Mail
kersten@amc-forum.de

Wir bestellen hiermit die o. g. Studie für

€ 950,- abzgl. 10% AMC-Rabatt = € 855,- zzgl. MwSt.

Ich möchte über aktuelle Projekte der BBE informiert werden.
Bitte senden Sie mir den monatlichen BBE-E-Mail-Newsletter.
(Bitte teilen Sie uns Ihre E-Mail-Adresse mit.)

Zuzüglich € 5,- für Porto und Verpackung pro Lieferung plus MwSt (Ausland € 15,-). Die Rechnung ist innerhalb von 20 Tagen ohne Abzüge fällig.
* Bitte teilen Sie uns auch bei Bestellung per E-Mail die untenstehenden **Angaben zum Absender** mit.

Firma: _____

USt./VAT-Nr.: _____

Branche: _____

Name: _____ Vorname: _____

Funktion: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____ Telefax: _____

E-Mail*: _____ Datum/Unterschrift: _____