

Leseprobe aus der aktuellen BBE-Trend- & Strategieberatung »Young Finance 2003«

"Bei welchen Anlageformen erwarten Sie in der Jungen Generation einen besonders intensiven Wettbewerb in den nächsten fünf Jahren?",
Anteil Befragte in %, Juni 2003

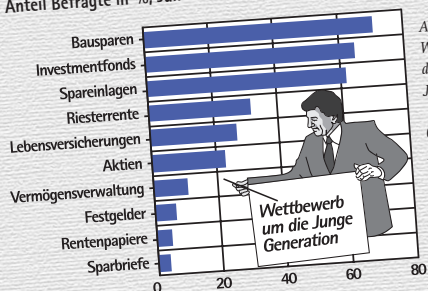


Abbildung 1:
Wettbewerb Finanzdienstleistungsmarkt Junge Generation

Quelle:
BBE-Befragung
von Kreditinstituten/
Mehrfachnennungen
möglich

Nach der BBE-Befragung von Entscheidungsträgern in Finanzdienstleistungsunternehmen im Juni 2003 haben alle befragten Unternehmen ein speziell auf die Bedürfnisse der Jungen Generation zugeschnittenes Finanzdienstleistungsangebot. Am weitesten verbreitet ist ein kostenloses oder kostenreduziertes Girokonto, das zwei Drittel der Kreditinstitute offerieren. Danach folgen spezielle Bausparangebote und Sparkonten.

Bei den von jungen Geldanlegern häufig in Anspruch genommenen Finanzdienstleistungen erwarten die Entscheidungsträger von Kreditinstituten zukünftig auch den stärksten Wettbewerb. Ein erstes Stelle wird nach der BBE-Befragung vom Juni 2003 das Bausparen genannt. Es folgen Investmentfonds und Spareinlagen. Bei allen anderen Anlageformen sieht nur eine Minderheit einen besonders intensiven Wettbewerb im Finanzdienstleistungsmarkt der Jungen Generation.

Mit großem Aufwand werben die Banken und Sparkassen um die Kunden von morgen. Die kostenlose Kontoführung und die Gratiskarte für Auszugsdrucker und Geldautomat gehören zum Standardangebot. Den Marketingexperten der Geldhäuser gilt das junge Publikum als die Zielgruppe schlechthin. Kein Wunder, denn zwei von drei Kunden behalten ihre Bankverbindung ein Leben lang. Also wird die Jugend umworben, von Kindesbeinen an. Die Jugendbanken fahren mit Internetcafé, Cola-Automat und gemütlichen Sitzcken auf, um schon Kinder als Kunden zu gewinnen. Wo es zu eigenen Jugendgeschäftsstelle nicht reicht, gibt es wenigstens Jugendschalter. Klar, die sollen dann auch später ihre Geldgeschäfte über diese erste Hausbank abwickeln. Ist das Kind erwachsen, braucht es seinem Kinderkonto nicht ewig treu zu bleiben. Spätestens wer als Jugendlicher sein erstes eigenes Geld verdient, oder wer 18 Jahre alt wird, sieht seine Bankverbindung kritischer.

Jetzt bestellen!

Mehr Wert durch Wissen

BERATUNG

MARKTFORSCHUNG

VERLAG

BBE
DAS BERATERUNTERNEHMEN



BBE weist Wege und bietet Ihnen individuelle Lösungen

| | |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Beratung | Individuelle maßgeschneiderte Lösungen auf Ihr Unternehmen, Ihre Branche und Ihren Markt abgestimmt. |
| Marktforschung | Branchenreport, Marktanalyse, Trendentwicklung, Zukunfts-Szenarien |
| Verlag | Komprimiertes Fachwissen von namhaften Autoren. Verkaufsunterstützung, intelligente Formularesysteme |

Besuchen Sie unser neues Bildungsportal unter www.handelwissen.de oder informieren Sie sich über den effizienten Einsatz neuer Technologien zur Prozessoptimierung im Handel unter www.technologieatlas-handel.de

BBE
DAS BERATERUNTERNEHMEN

Young Finance

Jahrgang 2003

Profilanalyse der

- » Jungen Generation
- » Jungen Familien
- » Frauen

- Einkommen, Konsumneigung und Zahlungsverkehr von Jugendlichen
- Multimedia und Finanzen Online
- Immobilien und Bausparen
- Bevorzugte Finanzdienstleistungen in der Jungen Generation
- Erfolgreiche Zielgruppen-Segmente

Mehr Wert durch Wissen

BBE-Unternehmensberatung GmbH

Berlin · Bremen · Düsseldorf · Frankfurt am Main · Hamburg · Kiel · Koblenz · Leibzig
Gothaer Allee 2 · 50969 Köln · Telefon: 0221/9 36 55-209 · Telefax: 0221/9 36 55-202
Täglich aktuelles aus Forschung und Beratung unter www.bbeberatung.com

BBE-Trend- & Strategieberatung

Die neue Trend- & Strategieanalyse **Young Finance 2003** gibt Ihnen **Entscheidungs-Hilfen** für die Zukunft

Vorwort

zur aktuellen BBE-Trend- & Strategieanalyse »Young Finance 2003«

Die Segmentierung der vorhandenen Kundenbasis wird heute als eine der Erfolgsfaktoren für die fokussierte Universalbank angesehen. Mit der Ausrichtung an den Ansprüchen der jeweiligen Kundengruppen wird eine erfolgreichere Marktbearbeitung angestrebt, um letztlich die Profitabilität der einzelnen Zielgruppen zu erhöhen.

Nach der jüngsten BBE-Befragung von Entscheidungsträgern in Kreditinstituten im Juni 2003 erwarten sogar 97 Prozent der Befragten, dass die Kundensegmentierung im Bereich Geldanlage in der Jungen Generation zunehmen wird.

Die aktuelle Trend- & Strategieanalyse »Young Finance« beschäftigt sich intensiv mit erfolgreichen Zielgruppen innerhalb der Jungen Generation.

Eine umfangreiche Profilanalyse stellt Ihnen die Junge Generation im allgemeinen, Junge Familien und Frauen aus soziodemographischer Sicht vor. In der differenzierten Darstellung der Einkommen, Kredite und Konsumneigung erkennen Sie zudem ein deutliches Bild vom Einnahme- und Ausgabeverhalten dieser Zielgruppe. Mit der anschließenden Analyse der Anlageformen bevorzugter Finanzdienstleistungen und der präferierten Kommunikationswege der »Jungen Anleger« finden Sie eine fundierte Bewertungsgrundlage für Ihre strategische Ausrichtung.

Zusätzlich erfahren Sie durch aktuelle Befragungsergebnisse von Entscheidungsträgern in Kreditinstituten die zukünftigen Trends im Vertrieb von Kapital- und Immobilienanlagen.

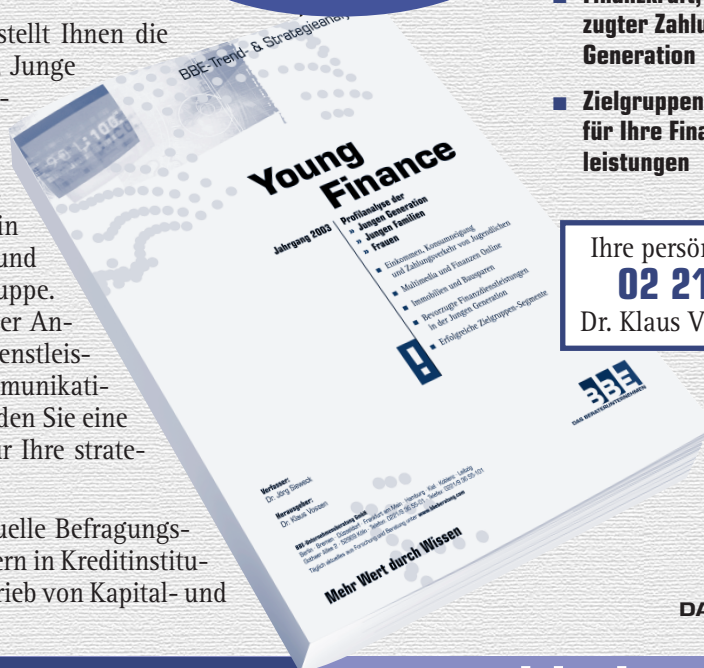
Nutzen Sie die Erkenntnisse über die Junge Generation für Ihre erfolgreiche Zielgruppenansprache. Potenzial-Aussagen unterstützen Sie bei Ihrer vertrieblichen Planung.

Bestellen Sie die aktuelle Trend- & Strategieanalyse »Young Finance 2003«, um interessante und neue Ansätze für Ihre Neukundengewinnung der "Jungen Generation" zu gewinnen.

Die neue Trend- & Strategieanalyse »Young Finance 2003« umfasst ca. 580 Seiten und informiert Sie z.B. über folgende Themen:

- **Umfang, Haushaltsausstattung, Bildung, Lebenssituation von Jugendlichen, jungen Erwachsenen, Frauen und jungen Familien**
- **Finanzkraft, Konsumneigung und bevorzugter Zahlungsverkehr der Jungen Generation**
- **Zielgruppensegmente mit Potenzial für Ihre Finanzprodukte und -dienstleistungen**

Bestellen Sie
jetzt zum Subskriptionspreis
bis zum 30. August 2003
Sie sparen 15%.



Ihre persönliche Hotline zum Autor:
02 21 / 9 36 55-209.
Dr. Klaus Vossen informiert Sie gerne.



Auszug aus dem Inhalt

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| | Seite |
| 1 Profilanalyse | 1-41 |
| Jugendbegriff, Meinungsbild der Jungen Generation | |
| 2 Junge Generation | 42-99 |
| Umfang Kernzielgruppe und Prognose, Demographische Entwicklung und Prognose, Private Haushalte und Lebensformen, Haushaltsausstattung, Bildung und Berufseinstieg, Mobilität | |
| 3 Junge Familien und Frauen | 100-144 |
| Lebenssituation, Sozialtransfers, Kosten Familienleben, Critical incident, Anlagepräferenzen nach familiärer Situation, Entscheidungsträger Finanzen, Junge Frauen und Mütter | |
| 4 Einkommen und Konsumneigung | 145-166 |
| Einkommensverteilung, Finanzkraft der Kids und Jugendlichen, Konsumneigung | |
| 5 Zahlungsverkehr | 167-213 |
| Girokonten, Zahlungsvarianten, Kartengebundene Zahlungssysteme, Kreditkarten, Bankkundenkarten, Kundenkarten, Verschuldung durch Karten | |
| 6 Konsumentenkredite und Verschuldungsgründe | 214-239 |
| 7 Immobilien und Bausparen | 240-270 |
| Wohnsituation Junge Generation, Ausgabenbereitschaft für das Wohnen, Wohneigentum, Bausparen | |
| 8 Multimedia und Finanzen Online | 271 |
| 8.1 Internetnutzung | 271 |
| 8.2 Medienkonsum | 281 |
| 8.3 Personal-Computer | 293 |
| 8.4 Electronic Commerce | 300 |
| 8.5 Handy und M-Banking | 326 |
| 8.6 Electronic Banking | 362 |
| 8.7 Online-Banking | 367 |
| 8.8 Direktbanken | 388 |
| 8.9 Online-Insurance | 397 |
| 8.10 Direktversicherungen | 412 |
| 9 Sparen | 420-433 |
| Sparneigung, Sparaufkommen, Sparziele | |
| 10 Finanzdienstleistungen | 434 |
| 10.1 Verbreitung von Anlageformen | 434 |
| 10.2 Anschaffungsbereitschaft | 444 |
| 10.3 Private Vorsorge und Versicherungen | 451 |
| 10.4 Vermögenswirksame Leistungen | 471 |
| 10.5 Image und Vertrauen | 478 |
| 10.6 Auswahlkriterien | 484 |
| 10.7 Wechselbereitschaft | 491 |
| 10.8 Beratungsbedarf und Finanzwissen | 501 |
| 10.9 Bankgeschäfte mit Minderjährigen | 507 |
| 10.10 Kundengewinnung und Finanzverhalten | 517 |
| 10.11 Jugendmarketing | 538 |
| 11 Erfolgs-Zielgruppen-Segmente | 542 |
| 11.1 Bildung von Zielgruppensegmenten | 542 |
| 11.2 Merkmale der ausgewählten Zielgruppensegmente | 552 |
| 11.3 Doppelverdienende Paare ohne Kinder (DINKs) | 554 |
| 11.4 Junge Familien mit Kindern | 558 |
| 11.5 Singles | 562 |
| 11.6 Studenten | 568 |

Jetzt bestellen mit beiliegender Fax-Antwort!

www.bbeberatung.com

Sie möchten das komplette Inhaltsverzeichnis
lesen? ► www.bbeberatung.com