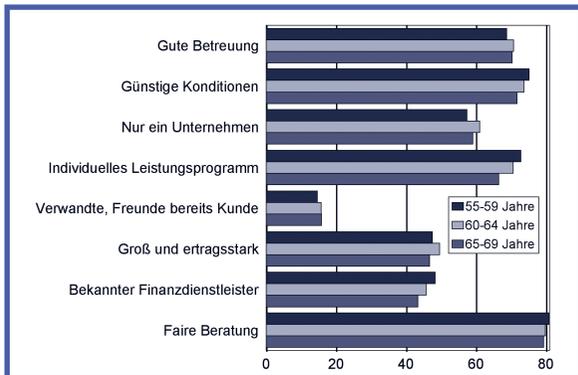


LESEPROBE AUS KAPITEL 8.8

Kundenprofile und Kundenmarketing

Abbildung 31: Auswahlkriterien von Senioren für Finanzdienstleister



Quelle: Communication Networks 7.0 äußerst/sehr wichtig, Anteil in Prozent

Senioren sind nicht für das Konsum- und Handelsgeschäft äußerst interessant, sondern auch und im besonderem Maße für Finanzdienstleister. Die bisherige Situation war davon gekennzeichnet, dass ältere Menschen als Bankkunden eher passiv (mit)betreut wurden und dennoch aufgrund ihres konservativen Anlageverhaltens und hoher Institutsloyalität hohe Margen für die Banken gewährleisteten. **Gerade für die Bankbranche ist eine intensive Beschäftigung mit den Senioren von großer Bedeutung, denn mit dieser Gruppe wird in Zukunft der größte Teil des Mengengeschäftes einer Bank abgewickelt** - vor-

ausgesetzt Ansprache, Produkte, Einrichtung, Werbung sowie Mitarbeiter sind sensibel auf die Bedürfnisse älterer Kunden abgestimmt. Wer heute einen Kunden im beginnenden Seniorenalter neu gewinnt, kann mit einer Geschäftsbeziehung rechnen, die im Durchschnitt 30 Jahre dauert. Immer mehr Finanzdienstleistungsunternehmen stellen solche Überlegungen an und sehen im Seniorenssegment eine ganz entscheidende Renditebasis für die nächsten Jahrzehnte. Dies gilt insbesondere für Banken, die sich nicht ausschließlich an ihren Konditionen messen lassen wollen.

Zum einen müssen die Kreditinstitute im Seniorenmarkt die wachsenden Bedürfnisse der bestehenden Kunden gerecht werden. Hiervon sind im wesentlichen die Bedarfsebenen Vermögensübertragung, Geldanlage, altersgerechtes Wohnen und private finanzielle Vorsorge betroffen. Zu anderen müssen sich die Banken auf einen härteren Wettbewerb um die zukünftigen finanzstarken Senioren einstellen.

Viele Senioren wollen das angesparte Vermögen nicht mehr verbrauchen, sondern legen Wert auf Substanzerhalt und ein Zusatzeinkommen durch Zinsen- und Dividendenzahlungen. Geld wird vor allem als Mittel gesehen, den erreichten hohen Lebensstandard im Alter zu sichern und sich Unabhängigkeit und Bewegungsfreiheit für die Erfüllung der eigenen Wünsche zu verschaffen. Das Geldvermögen der Senioren steht den Banken daher meist längerfristig zur Verfügung.



NEUES AUS DEM HAUSE BBE

Sie benötigen die wichtigsten Markt- und Distributionsdaten Ihrer Branche?

Sie möchten die aktuellen Branchentrends kennenlernen?

Sie möchten wissen, wie sich Ihre Branche weiterentwickelt?

Die Antworten liefert der **Branchen-Outlook** einer **neuen Studienreihe** der BBE-Unternehmensberatung.

Wer die strategische Geschäftsfeldbeobachtung nutzt, kann der herrschenden Krise wirkungsvoll begegnen.

Dargestellt werden die Einflüßbereiche eines Marktes, die den Ausweg aus der Krise bedeuten.



DAS BERATERUNTERNEHMEN

BRANCHEN-OUTLOOK: ENTSCHEIDUNGSSICHERHEIT BIS ZUM JAHR 2010

Die neue BBE-Szenario-Forschung zieht das komplette Branchen-Umfeld eines Unternehmens – über Politik, Markt- und Verbraucherstrukturen bis hin zu Wettbewerbstrends – in eine ganzheitliche vernetzte Betrachtung.

Die Bewertung der wesentlichen Einflussfaktoren bildet dann die Grundlage für die Erstellung alternativer Zukunftsszenarien mit quantitativen Prognosen zur zukünftigen Marktentwicklung.

IHR ZUSÄTZLICHER MEHRWERT:

1. Kerndaten des BBE-Branchenreports mit detaillierter Marktanalyse
2. Bewertung der wichtigsten Trends Ihrer Branche – evaluiert durch umfangreiche Befragungsergebnisse
3. Zukunfts-Szenarien zur Entwicklung Ihrer Branche bis zum Jahr 2010

BBE-Unternehmensberatung GmbH

Gothaer Allee 2,D-50969 Köln
Postfach 250425,D-50520 Köln

Telefon 0221-9 3655-209
Telefax 0221-9 3655-202

e-mail:pohl@bbeberatung.com
Internet:www.bbeberatung.com

Senior - Finance

JAHRGANG 2004

Profilanalyse der »glücklichen« Senioren

- Vermögen und Vermögensbildung von Senioren
- Senioren: Einkommen, Kaufkraft, Mediennutzung
- Potenzial für Finanzdienstleistungen
- Altersvorsorge und Alterssicherung
- Senioren als Bankkunden
- Prognosen zum Finanzverhalten von Senioren



Mehr Wert durch Wissen

Die neue BBE-Trend- & Strategieberatung »Senior-Finance 2004« gibt Ihnen Entscheidungshilfen für die Zukunft!

VORWORT

Bei Senioren gewinnt die Verwendung vorhandener Vermögen noch zu Lebzeiten für eine ansprechendere Gestaltung des eigenen Lebensabends wie Reisen oder Wohnen an Bedeutung. Daneben hat die Vorsorge für einen späteren etwaigen Pflegefall zunehmend hohen Stellenwert. Das lange zutreffende Bild, wonach die ältere Generation bis zum Ableben ihr zum Teil unter Entbehrungen (Nachkriegszeit) angesammeltes Vermögen nicht antastet bekommt Risse.

Die aktuelle Trend- & Strategieberatung »Senior-Finance« beschäftigt sich intensiv mit dem Finanzverhalten der »55-Plus-Generation«.

Eine umfangreiche Profilanalyse bringt Ihnen die neue Persönlichkeit der kommenden Senioren mit ihren Lebenseinstellungen, Alterseinschätzungen und sozialem Engagement näher. In der differenzierten Darstellung der Einkommen, Kaufkraft und Vermögen und Anlageverhalten erkennen Sie deutliche Potenziale für Ihre Finanzdienstleistungen.

Mit der anschließenden Analyse der Anlageformen in Bezug auf Altersvorsorge und -sicherung von Senioren finden Sie eine fundierte Bewertungsgrundlage für Ihre strategische Ausrichtung.

Durch aktuelle Befragungsergebnisse von Entscheidungsträgern in Kreditinstituten, Lebensversicherungen und Kapitalanlagegesellschaften erkennen Sie zukünftige Trends im Vertrieb Ihrer Kapitalanlagen.

Nutzen Sie die Erkenntnisse über die finanzielle Situation der Senioren für Ihre erfolgreiche Zielgruppenausrichtung. Prognosen unterstützen Sie bei Ihrer vertrieblichen Planung.



Ihre persönliche Hotline zum Autor:
0221/93655-209
Dr. Klaus Vossen informiert Sie gerne

BESTELLEN SIE JETZT
die aktuelle BBE-Trend- & Strategieberatung
»Senior-Finance, Jahrgang 2004« und informieren Sie sich über die Ansprüche und Bedürfnisse von Senioren an Finanzdienstleistungen.

Die neue BBE-Trend- & Strategieberatung
»Senior-Finance 2004« umfasst über 430 Seiten
und informiert Sie z.B. über folgende Themen:

- Lebenseinstellungen, Altersempfinden und Persönlichkeit der »jungen Alten«
- Vermögen und Vermögensbildung von Senioren
- Kaufkraft, Konsumneigung und Geldvermögen dieser Altersgruppe
- Potenziale für Ihre Finanzdienstleistungen, z.B. zur Alterssicherung
- Profile von Senioren als Bankkunden

PREIS: 1.250,- Euro
zzgl. Versand und 16% MwSt.

Bestellen Sie jetzt zum Vorteilspreis
bis zum 15. Februar 2004. Sie sparen 15%.

INHALTSVERZEICHNIS [AUSZUG]

1 Profilanalyse
2 Demographischer Wandel
2.1 Demographische Entwicklung und Prognose
2.2 Private Haushalte und Lebensformen
3 Privates Vermögen
3.1 Entwicklung
3.2 Gebrauchsvermögen
3.3 Geldvermögen
3.3.1 Bruttogeldvermögen
3.3.2 Geldvermögen und Wirtschaftskrise
3.3.3 Anlageformen
3.3.4 Nettogeldvermögen
3.3.5 Verteilung
4 Sparen
4.1 Entwicklung
4.2 Geldvermögensbildung nach Anlageformen
5 Senioren
5.1 Einkommen und Kaufkraft
5.2 Sozialhilfe und Pflegebedürftigkeit
5.3 Konsumneigung der Senioren
5.4 Gesamtvermögen der Senioren
5.5 Immobilienvermögen der Senioren
5.6 Gebrauchsvermögen der Senioren
5.7 Medienausstattung der Senioren
5.8 Mediennutzung der Senioren
5.9 Geldvermögen der Senioren
5.10 Sparen von Senioren
5.11 Geldanlageverhalten der Senioren
6 Potenzial für Finanzdienstleistungen
6.1 Geldanlage und Versicherungen
6.2 Umschichtungspotenzial durch Erbschaften
7 Altersvorsorge und Alterssicherung
7.1 Bausteine der Alterssicherung
7.2 Private Altersvorsorge
7.3 Zukünftige private Altersvorsorge
7.4 Anlageformen
7.5 Spar- und Anlagepräferenzen
8 Senioren als Bankkunden
8.1 Girokonten und Sparkonten
8.2 Zahlungsvarianten
8.3 Kreditkarten
8.4 Bankkundenkarten
8.5 Kundenkarten
8.6 Online-Finance
8.7 Finanztypen
8.8 Kundenprofile und Kundenmarketing
8.9 Finanzangebote für Senioren
9 Prognose