



SCHMIDT MANAGEMENT CONSULTING



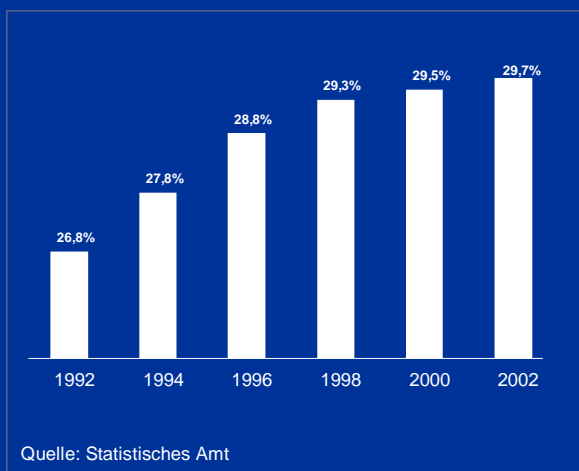
Zielgruppe 55+ Senioren im Fokus der Banken und Sparkassen

Studie zum Zielgruppenmarketing bei Banken und Sparkassen in Deutschland, Österreich und der Schweiz

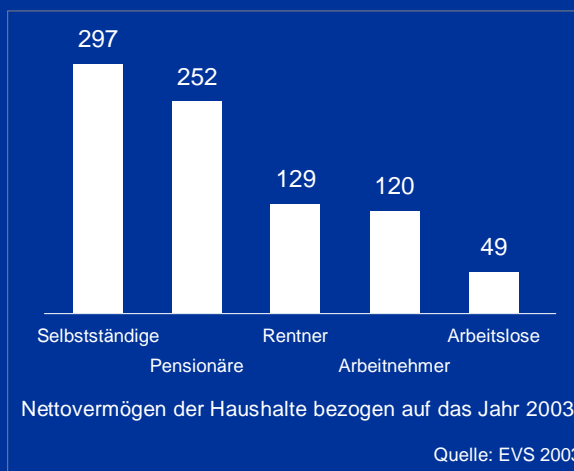
Senioren – die Herausforderung für Banken und Sparkassen

- Die demographische Entwicklung im deutschsprachigen Raum wird das auf den Retailkunden ausgerichtete Bankgeschäft zukünftig stark beeinflussen. Senioren werden dabei als eigenständige Zielgruppe zunehmend interessant.
- Das durchschnittliche Nettovermögen von Rentnern und Pensionären ist laut der Einkommens- und Verbraucherstichprobe in Deutschland höher als das eines durchschnittlichen Arbeitnehmers.
- Schätzungen für die Schweiz zeigen, dass z.B. die Altersklasse zwischen 60 und 69 über das höchste verfügbare Nettovermögen aller Altersgruppen verfügt, gefolgt von den 70 bis 79-jährigen.
- In Deutschland handelt es sich bei den Haushalten mit heute 60- bis 65-jährigen Haushaltsvorständen sogar um die Generation mit der höchsten Wohneigentumsquote, die es je gab.
- Banken stehen vor der Herausforderung, die unterschiedlichen Ansprüche der Senioren an Bankdienstleistungen mit entsprechenden Angeboten zu befriedigen. Benötigt werden massgeschneiderte Konzepte, mit denen insbesondere die „jungen Alten“ angesprochen werden können.

Anteil der Personen ab 55 Jahren an der Gesamtbevölkerung (Deutschland)



Durchschnittliches Gesamtvermögen nach sozialen Gruppen in Deutschland (in Tsd. Euro)

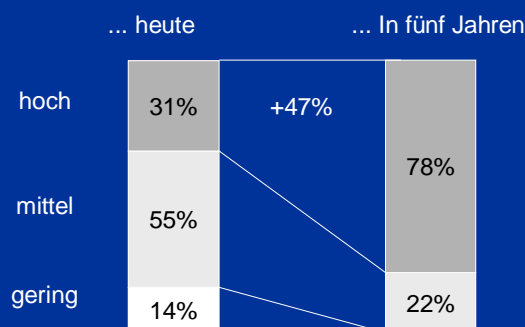


Der Seniorenmarkt ist ein **Wachstumsmarkt** und eine überdurchschnittlich **attraktive Zielgruppe**. Banken und Sparkassen stehen heute vor der Herausforderung, diesen Markt optimal für sich zu nutzen.

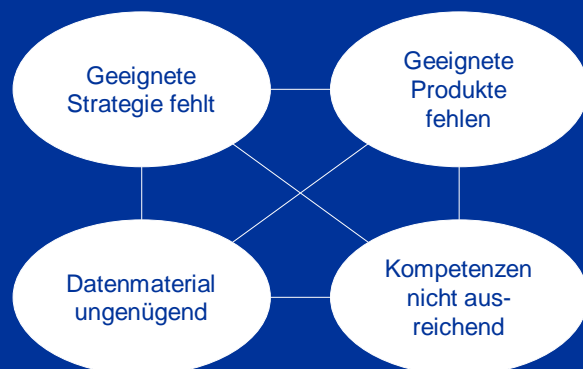
Die meisten Banken stehen noch am Beginn eines professionellen Seniorenmarketings

- Obwohl heute bereits zwei Drittel der befragten Banken eigene Seniorenprodukte im Angebot haben, sind nur für ein Drittel der Befragten Senioren eine Zielgruppe mit hoher Bedeutung .
- Anlageaspekte stehen für die befragten Banken und Sparkassen als Thema für die Zielgruppen-Ansprache an erster Stelle.
- Fast 80% der Banken nutzen auch Erbschaftsfragestellungen zum Kontakt mit ihrer älteren Kundengruppe. Bei rund 60% der Banken werden ausserdem Fragen zur Altersvorsorge thematisiert.
- Rund 15% der Banken verfügen heute bereits auf Senioren spezialisierte Kundenbetreuer. Knapp 20% der Banken planen dies zusätzlich für die Zukunft.
- Für die Zukunft zentral ist die Sicherstellung einer seniorenrechtlichen Beratung sowie die Schaffung eines attraktiven Angebotspaketes für Senioren.

Bedeutung des Themas Senioren für die Marktbearbeitung



Zunehmende Bedeutung des Seniorenmarketings für Banken und Sparkassen



Zentrale Defizite in der Bearbeitung der Zielgruppe Senioren

Zukünftig werden sich Banken und Sparkassen intensiv mit der Zielgruppe „Senioren“ beschäftigen. Banken ohne Seniorenstrategie werden zu den Verlierern in diesem Marktsegment gehören

Anlage und Aufbau der Studie

Ziel der Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> • Aufnahme der Bedeutung der Zielgruppe 55+ für Banken und Sparkassen mit Fokus auf das Retail Banking Geschäft • Erhebung des Status quo der marktrelevanten Zielgruppenaktivitäten • Schaffung der Grundlagen für die Ableitung von Handlungsbedarf zur zukünftigen Zielgruppenarbeit
Regionale Abdeckung	Deutschland, Österreich und Schweiz
Ansprechpartner	Primär angesprochen wurden (Haupt-) Abteilungsleiter Marketing bei Banken und Sparkassen
Vorgehen	<ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Befragung von über 100 Banken und Sparkassen; Rücklaufquote knapp 40% • Expertengespräche sowie teilweise vertiefende Telefoninterviews mit den Studienteilnehmern • Ergänzung der Ergebnisse mit Analysen aus Sekundärquellen sowie Kennzahlen aus eigenen Datenbanken
Zeitraum	Die Untersuchung wurde in den Monaten Juni bis August 2005 durchgeführt.

Inhaltsübersicht

1. Der Markt - Grundlagen

Die Zielgruppe 55+

Die Bedeutung der Zielgruppe 55+ für Banken und Sparkassen und ihren Einfluss auf Strategie, Produkte sowie Ansprache und Vertrieb

2. Status Quo des Seniorenmarketings

Zielgruppenstrategie

Strategische Ausrichtung der untersuchten Banken und Sparkassen auf die Zielgruppe 55+

Leistungsangebot

Produkt- und Leistungsangebot für Senioren im Markt

Ansprache und Vertrieb

Vermarktungs- und Vertriebsaktivitäten der Banken/Sparkassen

3. Professionelles Zielgruppenmarketing 55+

Professionelles Zielgruppenmarketing 55+

Darstellung eines Konzeptes zum Seniorenmarketing

Bestellformular

Studie Segment 55+ - Senioren im Fokus der Banken und Sparkassen

Ich möchte die Ergebnisse der Studie **kostenlos und unverbindlich** in meinem Hause präsentiert bekommen.

Ich möchte Exemplar(e) der Studie zum Preis von je 180 € bestellen.

Name

Firma

Adresse

Telefon

E-Mail

Unterschrift

Bitte senden Sie uns das ausgefüllte Bestellformular oder kontaktieren Sie uns per E-Mail:

SMC Schmidt Management Consulting AG

Zeltweg 44

CH-8032 Zürich

Telefon: +41 (0)44 365 23 00

Telefax: +41 (0)44 365 23 01

E-Mail: kontakt@smc-consulting.ch