

I N H A L T S V E R Z E I C H N I S

	<u>Seite</u>
<b>Abschnitt 1 - Einleitung</b>	<b>1</b>
A. Problemstellung	1
B. Aufbau der Arbeit und Vorgehensweise	3
C. Begriffliche Abgrenzungen	4
I. Zur Verwendung des Begriffes "Ältere Menschen"	4
II. Zum Begriff "Bankkunde"	5
<b>Abschnitt 2 - Grundlagen zur Analyse des Seniorenmarktes der Banken</b>	<b>6</b>
A. Die Nachfrageseite: Daten zur Ausgangssituation und Entwicklung des zu untersuchenden Alterssegmentes	6
I. Nachfragerrelevante Faktoren für den Seniorenmarkt generell	6
a) Demographische Entwicklung	6
1. Entwicklung des Bevölkerungsstandes	9
2. Veränderung der Altersstruktur	12
b) Entwicklung der wirtschaftlichen Verhältnisse	20
1. Einkommenssituation und Einkommensentwicklung	21
2. Vermögensverhältnisse	33
2.1 Besitz von Wohnungseigentum und Wohnverhältnisse	35
2.2 Geldvermögen	38
c) Ältere Menschen im gesellschaftlichen Umfeld - Diskrepanzen zwischen Selbst- und Fremdbild	55
1. Wer ist "Alt"? Die Meinung des Bürgers und wissenschaftliche Betrachtungsweisen	55
2. Assoziationen, die gemeinhin mit dem Alter verbunden werden - Versuch eines Abgleichs mit der Realität	58
3. Veränderte Umfeldbedingungen als Erklärungsansatz für das zu einseitige Bild vom älteren Menschen in unserer Gesellschaft	61
4. "Neue Zielgruppen" aus europäischer Sicht	65

d)	Determinanten des Nachfrageverhaltens bei älteren Menschen	67
1.	Freizeitgestaltung und Informationsverhalten	67
2.	Zum Einkaufsverhalten und dem Umgang mit Geld	69
3.	Kriterien seniorengerechter Werbung	76
II.	Zur Situation und Entwicklung der Nachfrage nach Finanzdienstleistungen	81
a)	Die Dominanz der Variablen "Einkommen" und "Vermögen" zur Erklärung der Unterschiede im Nachfrageverhalten	81
b)	Ausstattungsgrad mit Finanzdienstleistungen und Neugeschäft	83
c)	Anforderungen an eine ideale Geldanlage als Erklärungsansatz für unterschiedliches Anlageverhalten	85
d)	Sparverhalten	87
e)	Informationsbedarf und Informationsquellen	88
f)	Zur Kommunikation über Geldanlagen außerhalb des Haushaltes und zur Zuständigkeit im Haushalt	89
g)	Bankloyalität als Grundlage der Absatzbeziehung	90
1.	Theoretische Fundierung der Bankloyalität	91
2.	Überblick zu den Determinaten der Bankloyalität	92
3.	Empirische Befunde zur Bankloyalität in Abhängigkeit vom Alter der Kunden	93
h)	Veränderungstendenzen in der Nachfrage privater Haushalte nach Finanzdienstleistungen	97
B.	Die Angebotsseite: Der Seniorenmarkt im Rahmen des Privatkundengeschäfts und dessen Entwicklung	100
I.	Zur Rentabilität von Kundenverbindungen	101
II.	Entwicklung der Angebotsstrukturen bei Finanzdienstleistungen für den privaten Kunden	105
III.	Bankmarketing im Privatkundengeschäft	111
a)	Charakteristika des Bankmarketings	111
b)	Segmentierung innerhalb des Privatkundenmarktes	115
C.	Fazit zur Grundlagenanalyse des "Seniorenmarktes" für Banken	122

<b>Abschnitt 3 – Empirische Analyse altersbezogener Unterschiede im Nachfrageverhalten von Bankkunden</b>	<b>128</b>
<b>A. Voruntersuchung</b>	<b>128</b>
I. Aufbau der Untersuchung	128
II. Ergebnisse der Voruntersuchung	130
a) Ergebnisse aus den Gesprächen mit Bankkunden	130
b) Ergebnisse aus den Gesprächen mit Bankmitarbeitern	141
1. Ältere Menschen als Kunden aus der Sicht von Bankmitarbeitern	141
2. Zur Ausnahmesituation: Bankkunden in Altenheimen	142
<b>B. Hauptuntersuchung</b>	<b>144</b>
I. Thematischer Aufbau und Thesenbildung	145
a) Aufbau der Befragung	145
b) Thesenbildung – Zehn Thesen zum Seniorenmarkt der Banken	146
II. Zur Methodik der Untersuchung	149
a) Methodische Ziele und ihre Konsequenzen für Untersuchungsaufbau und auswertungstechnische Vorgehensweise	149
b) Quotierung	152
1. Quotenvorgaben	153
2. Abweichungen der Quotenvorgaben von den Verteilungen in der Grundgesamtheit	154
III. Ergebnisse der Hauptuntersuchung	157
a) Vorbemerkungen zu den Ergebnissen	157
1. Feedback durch die Interviewer	157
2. Anmerkungen zur Darstellung der Ergebnisse	158
3. Diskussion zur Struktur der Stichprobe	159
b) Die Ergebnisse der Befragung nach Themenblöcken	163
1. Zuständigkeit im Haushalt	163

2.	Geldanlagenbesitz und Produktnutzungsverhalten	164
2.1	Geldanlagenbesitz	164
2.2	Beanspruchte Produktberatung	166
2.3	Derzeitige Produktinanspruchnahme	167
2.4	Vergleich des aktuellen und früheren Produktnutzungsverhaltens mit den Angaben zum künftigen Nutzungsverhalten	169
3.	Das Sparverhalten, Sparziele und -motive	170
3.1	Zur Sparneigung generell	171
3.2	Die Art des Sparens	171
3.3	Sparziele und -motive als Erklärungsansatz für unterschiedliches Sparverhalten	172
3.4	Sparziele im einzelnen	174
4.	Thematik Altersversorgung	175
5.	Einzelaspekte aus dem Bereich Geldanlage	178
5.1	Interesse an der Thematik Geldanlage	178
5.2	Risikobereitschaft bei Geldanlagen	180
5.3	Liquidität als Anlagekriterium	181
5.4	Bedeutung diverser Informationsquellen für die Anlageentscheidung	183
5.5	Zufriedenheit mit dem Informationsstand und Informationswünsche	185
5.6	Häufigkeit von Bankbesuchen und der Inanspruchnahme von Beratung	190
5.7	Die Beziehung zum Berater	192
5.8	Kontaktgestaltung zwischen Kunde und Bank	196
6.	Exkurs: Charakteristika des erfahrenen Anlegers	197
7.	Diskretionsbedürfnis der Kunden	200

8. Bankloyalität	201
8.1 Kriterien für den Besitz mehrerer Bankverbindungen	202
8.2 Differenzierung zwischen den Bankverbindungen	203
8.3 Partiieller Bankwechsel und dessen Motive	205
8.4 Vollzogene Auflösungen von Bankverbindungen und Konsequenzen für die weitere Bankloyalität	208
8.5 Auflösungsabsichten	210
8.6 Wechselabsichten	212
8.7 Erweiterung der Bankverbindungen	215
8.8 Zusammenfassung der Ergebnisse zur Bankloyalität	215
9. Diskussion spezieller Seniorendienstleistungen	217
10. Private Kommunikation über Bankangelegenheiten	223
c) Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse	226
1. Anmerkungen zur Wertung der Ergebnisse	226
2. Zusammenfassung der Ergebnisse nach Themenblöcken	227
3. Stellungnahme zu den Thesen über den Seniorenmarkt	234
<b>Abschnitt 4 - Diskussion von Marketingaktivitäten für den Seniorenmarkt der Banken</b>	<b>238</b>
A. Grundsätzliche Überlegungen für das Seniorenmarketing einer Bank	238
I. Marketing als Kompromiß zwischen Kundenbedürfnissen und betrieblichen Interessen	238
II. Zur Frage der Notwendigkeit eines Seniorenmarketings	241
III. Gedanken zur strategischen Ausrichtung der Aktivitäten im Seniorenmarkt	243
IV. Segmentierungsansätze für den vorhandenen Kundenstamm unter Einschluß altersbezogener Aspekte	247
B. Diskussion zu bereits laufenden Marketingaktivitäten von Finanzdienstleistern im Seniorenmarkt	251
I. Beobachtbare Aktivitäten im Ausland	251
II. Beobachtbare Aktivitäten in der Bundesrepublik	257

C. Diskussion möglicher Maßnahmen eines Seniorenmarketings im Rahmen einzelner absatzpolitischer Instrumente	261
I. Gedanken zur Produkt- und Sortimentsgestaltung unter Einbeziehung preispolitischer Überlegungen	261
II. Gedanken zur Distributions- und Verkaufspolitik	271
III. Gedanken zur Kommunikationspolitik	279
IV. Fazit zu den Marketingmaßnahmen	286
 <b>Abschnitt 5 - Schlußbetrachtung</b>	 <b>290</b>
 <b>ANHANG</b>	 <b>293</b>
<b>ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS</b>	<b>VII</b>
<b>ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS</b>	<b>X</b>
<b>VERZEICHNIS DES ANHANGS</b>	<b>XI</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS</b>	<b>XV</b>

ABBILDUNGS - UND  
TABELLENVERZEICHNIS

## Seite

Abb. 1:	Entwicklung des Bevölkerungsstandes in der Bundesrepublik von 1985 bis zum Jahr 2030	10
Abb. 2:	Vergleich des Altersaufbaus der deutschen Bevölkerung: 1910 - 1980 - 2030	12
Abb. 3:	Entwicklung des Anteils einzelner Altersklassen in der deutschen Bevölkerung der Bundesrepublik von 1985 bis 2030	13
Abb. 4:	Vermögen der privaten Haushalte 1979 bis 1986	34
Abb. 5:	Der Einfluß von "Alter" und "Einkommen" auf den Ersatzbedarf bei Schließung der genutzten Bankfiliale - Basis: Personen mit mindestens zwei Bankverbindungen	213
-----		
Tab. 1:	Künftige Größenänderungen einzelner Altersklassen in Relation zur Ausgangssituation 1985	14
Tab. 2:	Entwicklung des Anteils der über 60jährigen im Zeitraum von 1990 bis zum Jahr 2030 - Ein Vergleich zwischen der ausländischen und deutschen Bevölkerung innerhalb der Bundesrepublik	17
Tab. 3:	Beispiele für Veränderungen der Verwender-Potentiale bis zum Jahr 2000	19
Tab. 4:	Ausgabefähige Geldbeträge und Ausgabepotentiale nach Altersgruppen - Basis 1986	22
Tab. 5:	Einkommensverteilung 1987 nach Altersklassen	23
Tab. 6:	Einkommensvergleich zwischen Rentner- und Versorgungsempfänger-Haushalten im Jahr 1985	24
Tab. 7:	Einkommen aus Geldvermögen und Ersparnis nach sozialen Gruppen im Jahr 1987	31

Tab. 8:	Verteilung der Eigentumsquote an Immobilienbesitz und durchschnittliche Einheitswerte nach dem Alter der Bezugsperson im Haushalt im Jahr 1983	36
Tab. 9:	Geldvermögensbestände nach Anlagearten - 1987 im Vergleich zu 1970	40
Tab. 10:	Verteilung der Geldvermögensbildung nach Institutionen - 1987 im Vergleich zu 1970	41
Tab. 11:	Brutto- und Nettogeldvermögen 1983, nach dem Alter der Bezugsperson im Haushalt	43
Tab. 12:	Bruttogeldvermögen 1983, verteilt nach Vermögensformen in Abhängigkeit vom Alter der Bezugsperson im Haushalt	46
Tab. 13:	Leader-Zielgruppen in Westeuropa	66
Tab. 14:	Die Altersverteilung in der Bundesrepublik gegenüber der Stichprobe	155
Tab. 15:	Verteilung des monatlichen Nettoeinkommens von Rentner-/Pensionärshaushalten nach Auswertungen des DIW im Vergleich zu eigenen Daten	160
Tab. 16:	Vergleich der durchschnittlichen Monatsnettoeinkommen von Haushalten mit Befragten ab 50 Jahren nach Auswertungen der Mediaanalyse 1986 mit eigenen Daten	160
Tab. 17:	Vergleich der Schulbildung von Personen ab 50 Jahren aus den Analysen von "Soll und Haben 2" mit eigenen Daten	161
Tab. 18:	Vergleich der Anzahl an Bankverbindungen von Personen ab 50 Jahren nach den Analysen von "Soll und Haben 2" mit eigenen Daten	162
Tab. 19:	Einfluß der Kinder auf die Entscheidung der Eltern bei Bankangelegenheiten	164
Tab. 20:	Die Verteilung von Geldanlagenbesitz und Anlageerfahrung anhand der Kriterien "Alter" und "Einkommen"	165
Tab. 21:	Der Einfluß von "Alter" und "Einkommen" auf die Sparneigung	171
Tab. 22:	Der Einfluß von "Alter" und "Einkommen" auf die Art des Sparens	172



Tab. 23:	Der Einfluß von "Alter" und "Einkommen" auf das Informationsbededürfnis in Bankangelegenheiten	187
Tab. 24:	Der Zusammenhang zwischen "Alter"/"Einkommen" und der Selbsteinstufung der Anlageerfahrung	198
Tab. 25:	Positionierung von Bankverbindungen unter Berücksichtigung ihrer Dauer	204
Tab. 26:	Alter der Befragten zum Zeitpunkt, an dem sie letztmals eine Bankverbindung aufgelöst haben	209
Tab. 27:	Zusammenhang zwischen vollzogenen Auflösungen von Bankverbindungen und der weiteren Bankloyalität	210
Tab. 28:	Der Einfluß von "Alter" und "Einkommen" auf die Beurteilung diverser Servicevorschläge	218
Tab. 29:	Der Einfluß von "Alter" und "Einkommen" auf das Vorschlagsverhalten für spezielle Seniorendienstleistungen	220