



Ruhestandsplanung – ein echter Wachstumsmarkt

Impulsvortrag Wolfgang Essing

Stand 01.09.2016

Frankfurt, 05. Oktober 2016

Drei Kernfragen sollen heute diskutiert werden

Zielsetzung

Kernfragen

1. Wie entwickelt sich die Attraktivität der Zielgruppe 55+?
2. Welche Anforderungen stellt die Zielgruppe an einen Finanzberater?
3. Wie erschließe ich diese Zielgruppe konsequent und nachhaltig?

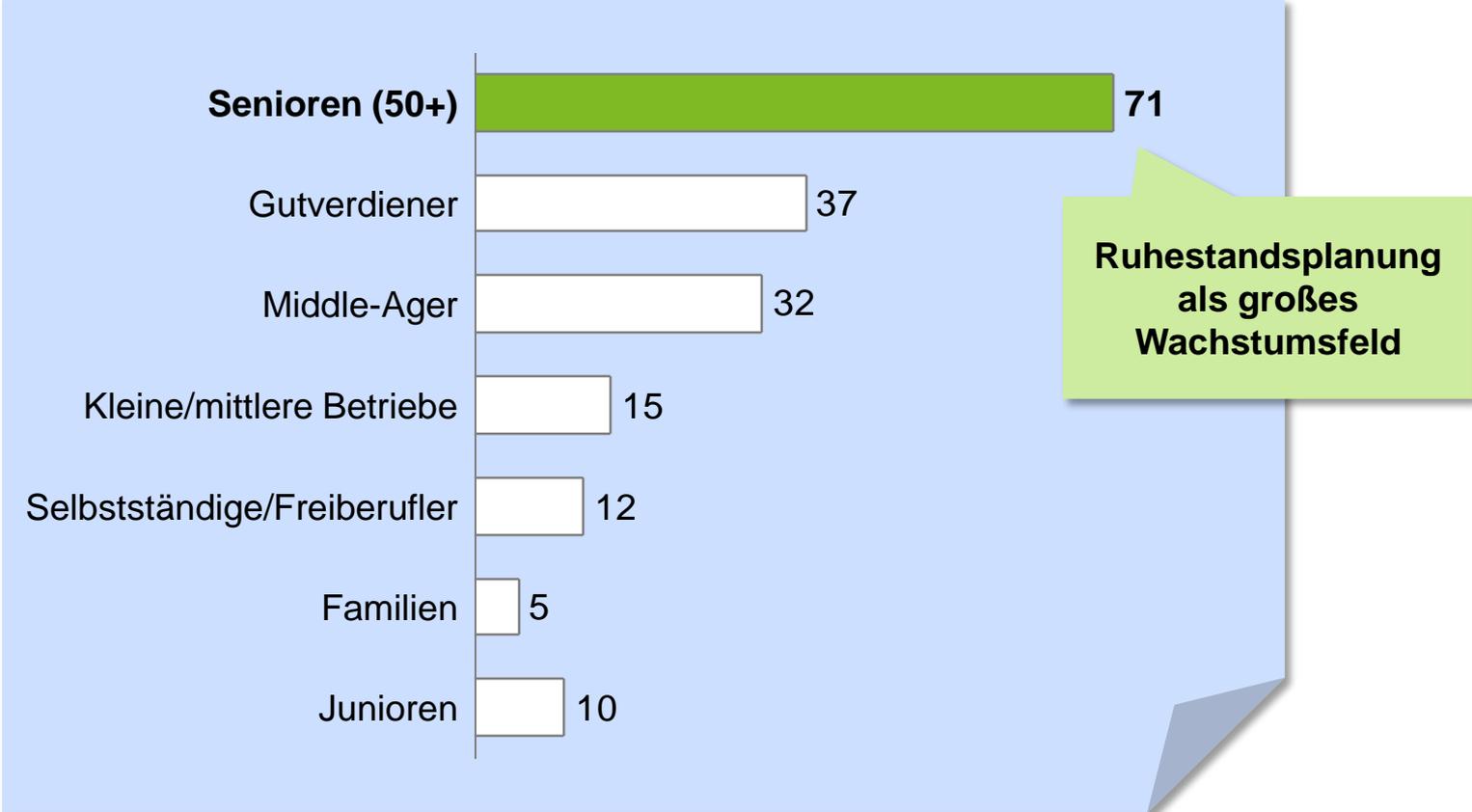
Ziel: Impulse und Denkanstöße für den heutigen Tag



Anbieter sehen großes Wachstumspotenzial in „Zielgruppe 55+“

Anbietersicht

Wo sehen Sie für die nächsten fünf Jahre die größten Wachstumspotenziale?



Quelle: Accenture „Assekuranz 2015“, Top-2-Nennungen in %



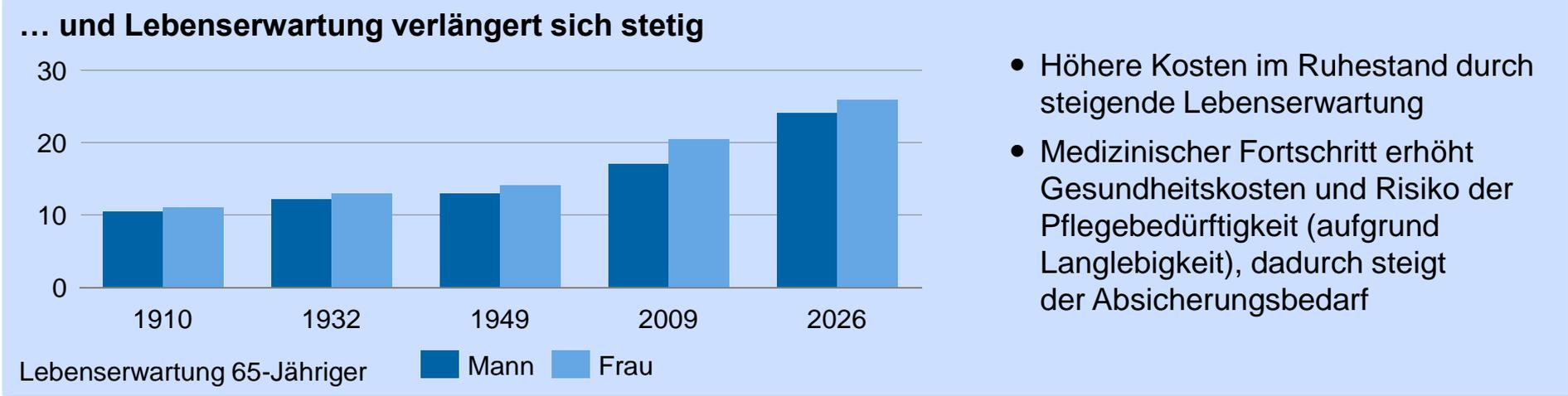
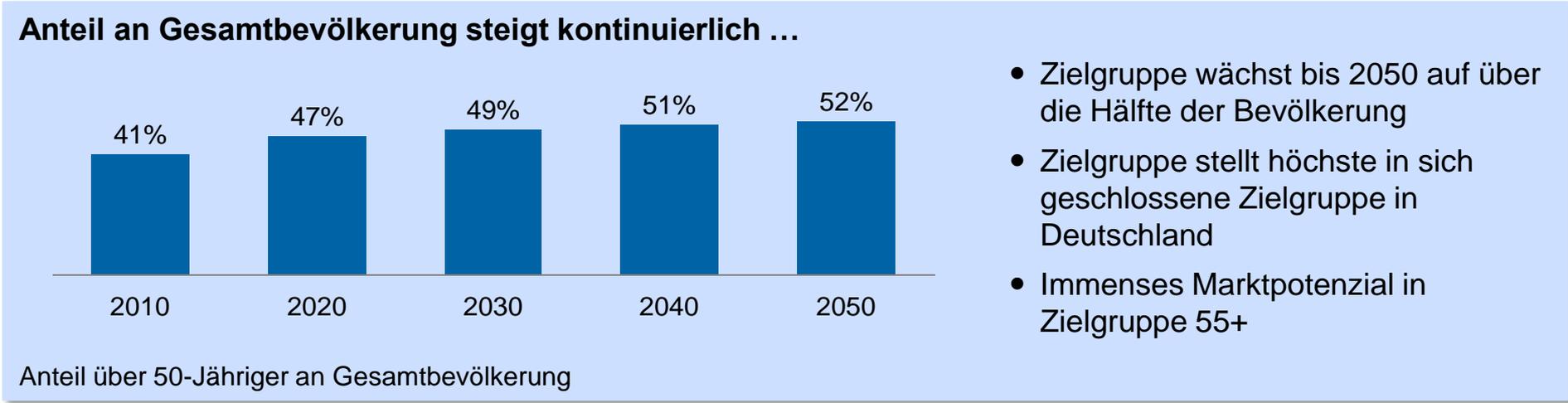
„Ruhestandsplanung“ ist ein vielschichtiges Themengebiet für die Zielgruppe 55+

Themenfelder Ruhestandsplanung



Die Zielgruppe 55+ wächst und wächst und wächst!

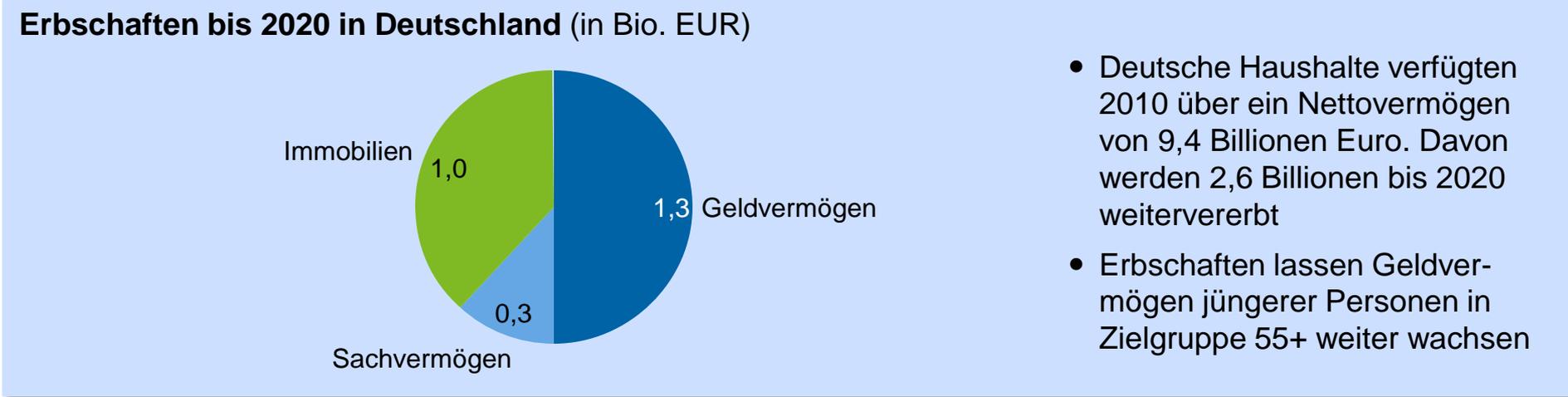
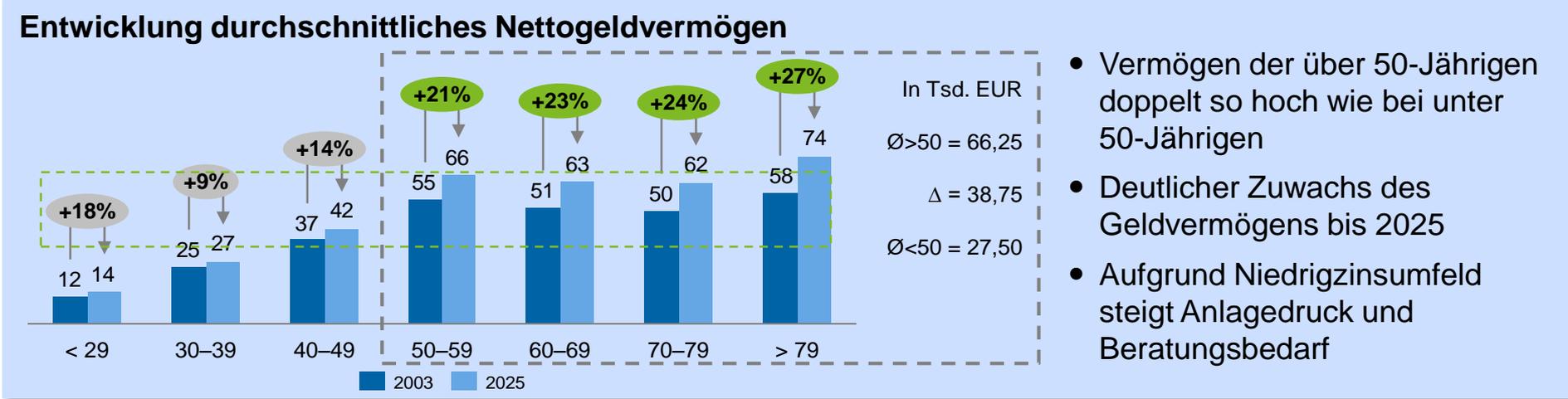
Entwicklung Zielgruppe



Quelle: Statistisches Bundesamt

Die Zielgruppe ist aufgrund hohem Geldvermögen extrem attraktiv!

Attraktivität Zielgruppe



Quelle: FAZ

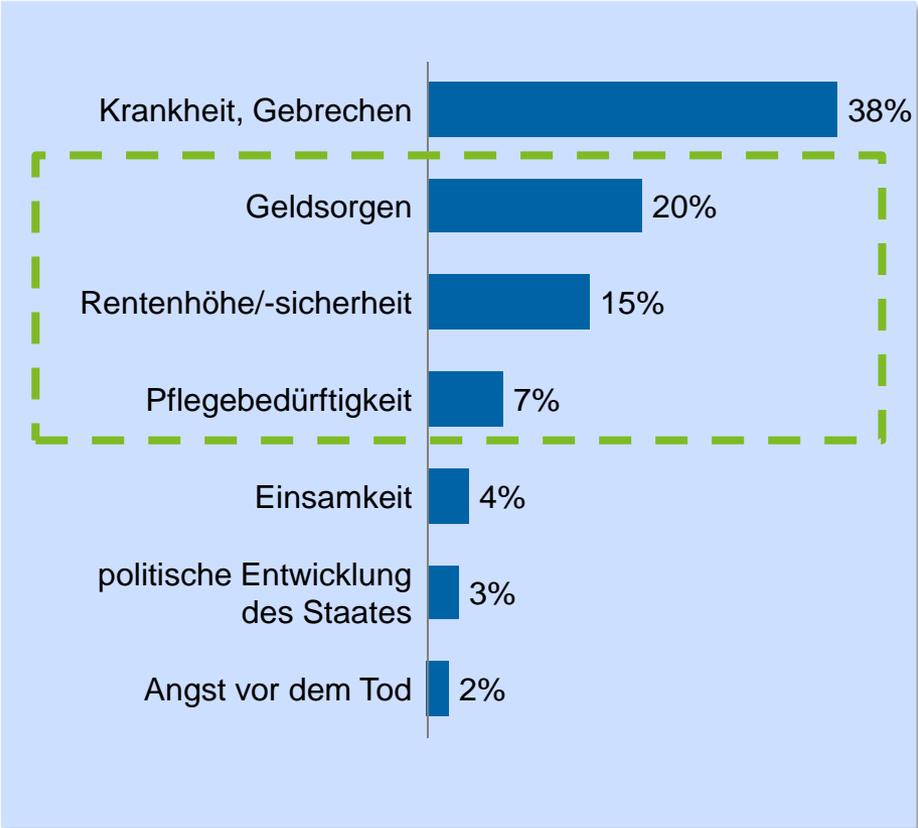
Mit Ruhestand verbinden Menschen Zeit für schöne Dinge – aber auch finanzielle Ängste

Wünsche und Ängste der Zielgruppe 55+

Welche Wünsche haben die Kunden?



Wovor haben Kunden Angst?



Quelle: forsa, polis Gesellschaft für Politik- und Sozialforschung mbH



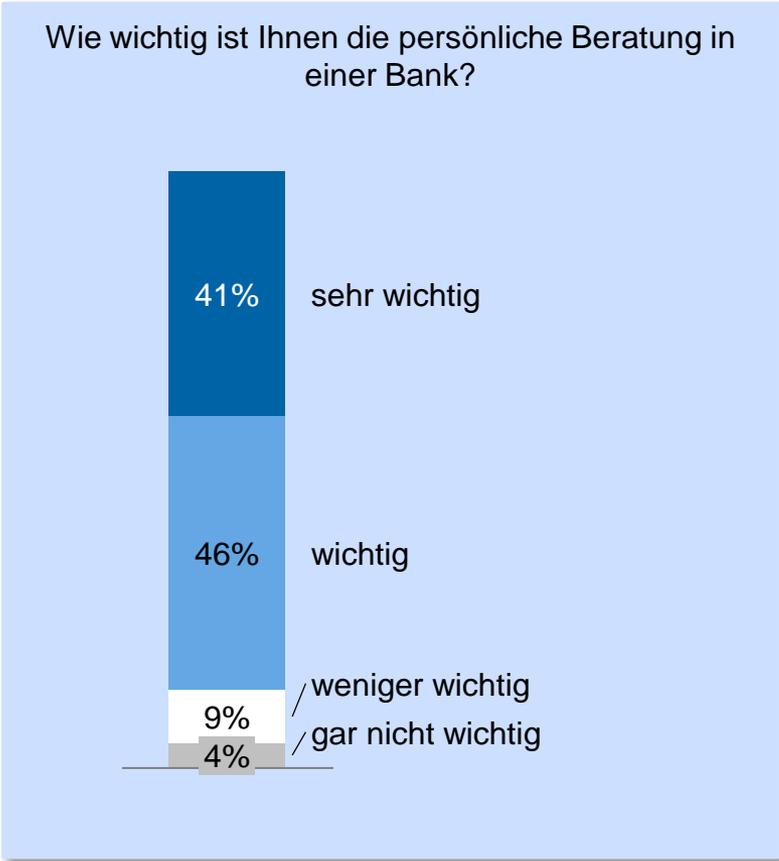
Die Kunden beschäftigen sich intensiv mit ihren Finanzen und sind sehr affin für persönliche Beratung

Verhalten in Finanzangelegenheiten

82% beschäftigen sich mindestens monatlich mit ihren Finanzen



Für 87% ist die persönliche Beratung wichtig/sehr wichtig



Quelle: Bankenverband, GfK – befragt wurden Personen 60+

Aufgrund zunehmender Komplexität des Themas Ruhestandsplanung stehen Kunden vor immer schwierigeren Fragen

Welche Fragen sich Kunden stellen



Aber wo bekommen Sie Hilfe? Der Anbietermarkt ist extrem heterogen und unübersichtlich

Anbieterdschungel

Zahlreiche Anbieter bieten den Kunden ihre Lösungen an:

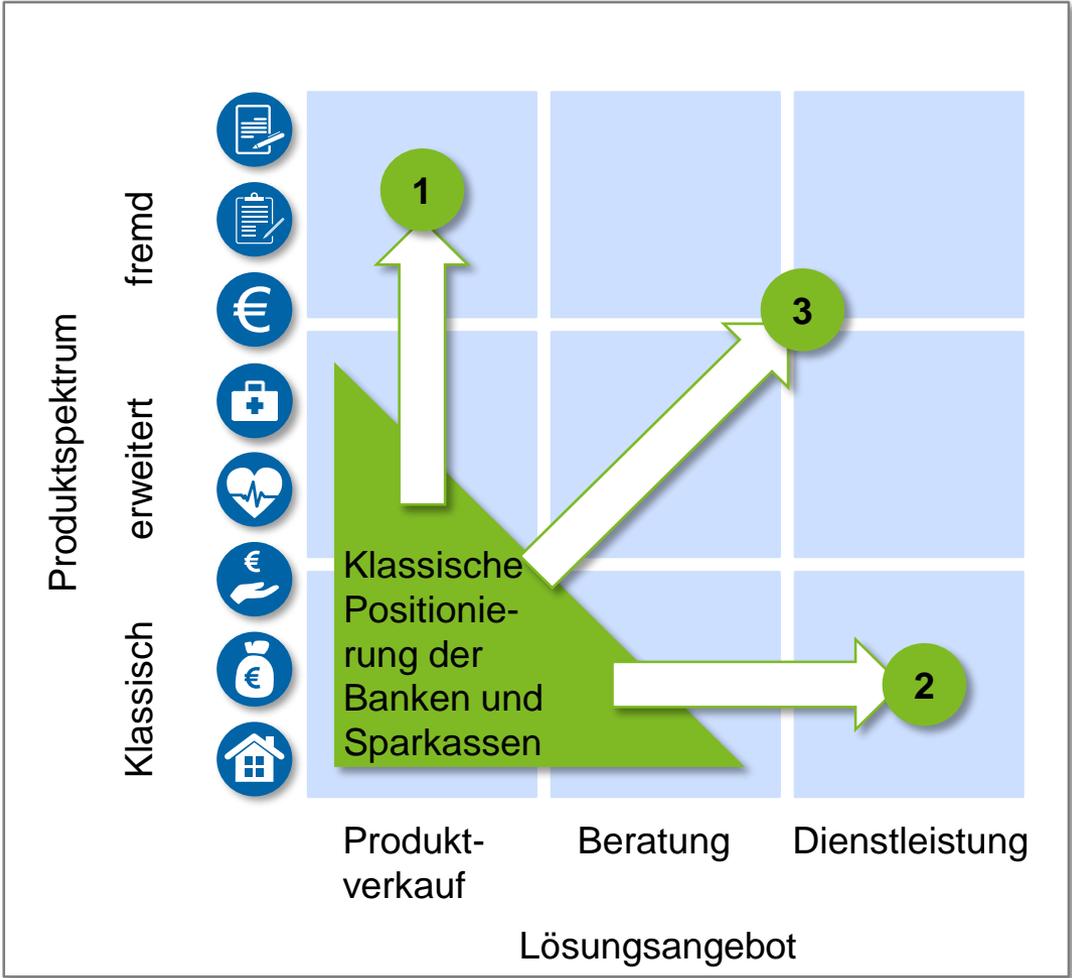
- Banken
- Versicherungen
- Zielgruppenvertriebe
- Wohlfahrtsverbände
- Steuerberater/Anwälte
- Vereine/Selbsthilfegruppen
- Onlineportale
- ...

Anbiervielfalt ist für Kunden kaum zu überblicken

Aber kein Anbieter beantwortet alle Fragen aus einer Hand

Für Banken und Sparkassen bieten sich mehrere Stoßrichtungen, das Angebot zu erweitern

Stoßrichtungen



1
Vollsortimenter
 Verbreiterung der Produktpalette – auch Angebot von bisher bankfremden Produkten

2
Fokussierter Kümmerer
 Für Kernprodukte werden alle Leistungen aus einer Hand angeboten (ggf. Einbindung von externen Dienstleistern aus Netzwerk)

3
Ganzheitlicher Kümmerer
 Angebot aller Produkte und Lösungen (Einbindung externer Dienstleister zwingend notwendig)

Zielgruppe und Markt sind attraktiv, jedoch ist das Bespielen der Thematik komplex – aktuell keine allumfassenden Lösungen

Fazit

- 1 Die Zielgruppe ist groß und wächst weiter an
- 2 Die Zielgruppe ist vermögend und weiß gute Beratung zu schätzen
- 3 Intensiver, persönlicher Beratungsbedarf ist durch Facettenreichtum der Thematik vorhanden
- 4 Derzeitige Beratungsangebote beschränken sich auf Ausschnitte
- 5 Aktuell keine allumfassende Ruhestandsberatung aus einer Hand
- 6 Aktuelle Produktlandschaft der meisten Banken und Sparkassen löst nicht wirklich alle relevanten Fragestellungen

Zukünftig wird der Anbieter erfolgreich sein, der umfassendes Ruhestandsmanagement aus einer Hand bietet

zeb-Thesen

Zukünftige
Erfolgsfaktoren



Erfolgreich wird der sein, der Beratung aus einer Hand bietet



Die Zielgruppe muss authentisch und seriös erschlossen werden



Berater müssen sich als „Kümmerer“ verstehen, die Anlaufstelle auch für nicht-finanzielle Fragen sind – Qualifikation ist ein zentraler Baustein



Leistungen müssen gegebenenfalls über Netzwerk/Dienstleister zugesteuert werden



Produktlösungen sollten Zielgruppenfokussiert sein und das Thema Ruhestandsplanung konsequent aufnehmen

Schlussfazit:

Nur durch **konsequentes** Handeln erschließt sich das Potenzial dieser attraktiven Zielgruppe!