

ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation GmbH  
Hofer Straße 1 • D-81737 München  
Telefon: (089) 67 91 72-0 • Fax: (089) 67 91 72-79

Ansprechpartner für die Medien: Michael Bürker  
Geschäftsführender Gesellschafter  
E-Mail: michael.buerker@commendo.de

Medien: Wirtschafts- und Fachmedien  
Ressort: Geld/Kapital  
Datum: 22. Juni 2005  
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.790

# PRESSEINFORMATION

## 1 Finanzdienstleister unterschätzen

## 2 Potenzial von Anlegern über 50

3 Studie: Besonders Privatbanken gehen wenig auf

4 Bedürfnisse von Senioren ein

5 **München – Nur wenige Finanzdienstleister haben das**  
6 **Potenzial älterer Anleger erkannt. Das zeigt die**  
7 **Benchmark-Studie „Vermögensmanagement 50+“ von**  
8 **ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunika-**  
9 **tion, München. Privatbanken, Vermögensverwalter**  
10 **und Großbanken erreichen im Durchschnitt 20,1 Pro-**  
11 **zent der möglichen Punktzahl. Spitzenreiter ist das**  
12 **Vermögenszentrum München (39,2%) vor Dresdner**  
13 **Bank Private Banking (38,9%) und Hauck & Aufhäu-**  
14 **ser (35,4%).**

15 Im Vergleich schneiden Privatbanken am schlechtesten ab.  
16 Sie erreichen durchschnittlich 17,2 Prozent der Maximal-  
17 punktzahl. Damit belegen sie hinter Vermögensverwaltern  
18 (17,3%) und Großbanken (26%) Platz drei. „Das Ergebnis  
19 verblüfft, wenn man bedenkt, dass die Kernzielgruppe für  
20 Vermögensverwaltung 50 Jahre und älter ist“, so Agentur-  
21 inhaber Michael Bürker.

22 Gerade Privatbanken hätten sich auf die Fahnen geschrie-  
23 ben, auf ihren kleinen, aber vermögenden Kundenstamm  
24 gezielt und individuell einzugehen. Dass die Großbanken  
25 noch am besten abschnitten, habe in erster Linie mit kon-  
26 sequenten Marketing- und Kommunikationsanstrengungen  
27 sowie höheren Budgets zu tun.

#### 28 Vermögensverwaltung für Rentner?

29 Für Anleger, die bereits im Ruhestand sind, gäbe es so gut  
30 wie keine Angebote. Dabei gehört sie bereits heute für  
31 Banken und Vermögensverwalter zu einer der wichtigsten  
32 Zielgruppen: Aktuell leben in Deutschland 20,5 Mio.  
33 Menschen über 60 mit einem Geldvermögen von mehr als  
34 500 Mrd. EUR. „Durch fällige Lebensversicherungen und  
35 anstehende Erbschaften wird ihr Vermögen weiter stei-  
36 gen“, ist sich Bürker sicher.

37 Hinzu komme eine stetig wachsende Lebenserwartung.  
38 Die Ruhestandsphase dauere nicht selten 30 Jahre und  
39 mehr. „Die Folge: Angesparte Rücklagen müssen länger  
40 reichen. Der Bedarf an professionellem Pensionsmanage-  
41 ment ist groß.“

42 Aber nur wenige Finanzdienstleister bieten im Internet  
43 eigene Seiten für Senioren an. Sie erreichen insgesamt  
44 knapp 5 Prozent der Punktzahl.

#### 45 Wenig Informationen zur Unternehmensnachfolge

46 28,8 Prozent der Unternehmen haben ihr Themenangebot  
47 auf Anleger über 50 abgestimmt. Am häufigsten bieten sie  
48 Informationen zu Vermögenssicherung (52,3%) und -  
49 aufbau (39,1%). Am seltensten zur Unternehmensnachfol-  
50 ge (9,8%).

51 „Jährlich stehen rund 71.000 Unternehmensübergaben an.  
52 Ungelöste Vermögensfragen gehören dabei zu den größten  
53 Hindernissen“. Außerdem seien Unternehmer bzw. Fami-  
54 lienunternehmer als Firmen- und Privatkunden zugleich  
55 insbesondere für Banken besonders attraktiv.

56 **Angepasste Optik – Lücken in der Kommunikation**  
57 18,5 Prozent der Banken und Vermögensverwalter richten  
58 Marketing und Kommunikation im Web auf ältere Anleger aus. Am häufigsten wirkt sich das auf den optischen  
59 Auftritt aus: Fast 54 Prozent haben Schriftgrößen angepasst, knapp die Hälfte Bildsprache und Navigation.  
60  
61

62 Dagegen bieten nur 9,4 Prozent Informationsmaterial für  
63 Senioren zum downloaden. Pressemitteilungen mit Zielgruppen-Themen für ältere Anleger waren auf keiner Internetseite zu finden.  
64  
65

66 **Potenziale ausschöpfen**

67 „Es besteht enormer Nachholbedarf. Schließlich führt der demographische Wandel dazu, dass der Anteil der Älteren  
68 in unserer Gesellschaft – und damit auch unter Anlegern – weiter wächst“, ist sich Bürker sicher.  
69  
70

71 Die Internet-Studie zu Marketing und Kommunikation wurde bei 25 Privatbanken, Vermögensverwaltern und  
72 Großbanken in Deutschland durchgeführt. Untersucht wurden Zielgruppen- und Themen-Affinität sowie Kommunikationsausrichtung.  
73  
74  
75

76 Die Benchmark-Studie „Vermögensmanagement 50+“ ist gegen eine Schutzgebühr von 250 EUR erhältlich bei:  
77 ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation GmbH, Hofer Str. 1, 81737 München, Telefon (089) 67 91  
78 72 -0 oder per E-Mail unter [info@commendo.de](mailto:info@commendo.de).  
79  
80

81 \* \* \*

82 Der Abdruck ist frei. Wir bitten um ein Belegexemplar.

83 \* \* \*

84 ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation GmbH ist eine unternehmerische Medien- und Kommunikationsberatung. Sie  
85 betreut Unternehmen und Verbände in allen Fragen der internen und externen Kommunikation. Kernkompetenz ist die strategisch ausgerichtete Medien- und Öffentlichkeitsarbeit in den beiden Branchen-  
86 Schwerpunkten „Banken & Versicherungen“ sowie „Bauen & Wohnen“.  
87  
88  
89  
90

91 \* \* \*