

# Silberne Schläfen, goldene Möglichkeiten

Sie sind zahlreich, vermögend und konsumfreudig. Die älteren Menschen bergen für Firmen ein hohes Wachstumspotenzial. Das merken jetzt auch Banken und Versicherungen. Mit neuen Produkten, Dienstleistungen und Beratungskonzepten buhlt die Finanzindustrie um die Generation im besten Alter.

VON BENITA VOGEL

Mit 59 Jahren beginnt das Leben, sagte sich Hans F. Er verkaufte sein Bauplanungsbüro und widmet sich jetzt seinem Hobby, dem Weinbau. Daneben reist er oft, segelt, hütet die Enkelkinder oder werkelt in seinem Ferienhäuschen im Tessin. Von Zeit zu Zeit nimmt er einen Bauleitungsauftrag an. Nur aus Freude, finanziell ist er nicht darauf angewiesen. Neben dem Ersparnen und dem Gewinn aus dem Geschäftsverkauf hat er nämlich kürzlich eine halbe Million Franken geerbt. Das Geld hat er bei Banken und Versicherern angelegt.

Die haben ihn mit offenen Armen empfangen: Denn Kunden wie F. sind für Finanzdienstleister der Markt der Zukunft. «Wir gehen von einem starken Wachstum in den nächsten zehn bis zwanzig Jahren aus», sagt Olivier Michel, Sprecher der Zürich-Versicherung. In den Marketingabteilungen werden diese Kunden Best Ager oder Golden Consumer genannt: Mit 50 bis 70 Jahren sind sie fit und aktiv. Sie wollen das Leben geniessen und sich etwas leisten. Die nötigen Ressourcen haben sie: Ein AHV-Rentner in Zürich hat ein Durchschnittsvermögen von über 600'000 Franken. Die über 55-Jährigen besitzen zusammen drei

## STIMMEN SIE AB

[www.cash.ch/umfrage](http://www.cash.ch/umfrage)  
 Sie sind **über 50 Jahre** alt.  
**Haben Sie das Gefühl, dass Sie von den Banken und Versicherungen angemessen beraten werden?**

Die Ergebnisse der Umfrage lesen Sie in der nächsten CASH-Ausgabe.

Viertel des Gesamtvermögens (siehe Grafik).

Doch nicht nur der Reichtum macht die Alten zu gern gesehenen Kunden. Die Gruppe der über 50-Jährigen wächst – bald noch als einzige. Ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung nimmt gemäss Bundesamt für Statistik bis ins Jahr 2030 um über 40 Prozent zu (siehe Grafik). Bei vielen Banken und Versicherern wie etwa der Helvetia ist bereits heute jeder zweite Kunde über 50 Jahre alt.

### Die ausländische Konkurrenz macht vor, wie es geht

Der Kampf um Kunden mit den goldenen Möglichkeiten ist denn auch voll entbrannt. Von Allianz und AIG über Credit Suisse und Raiffeisen bis

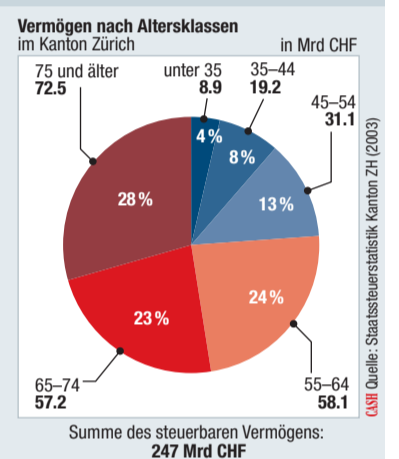
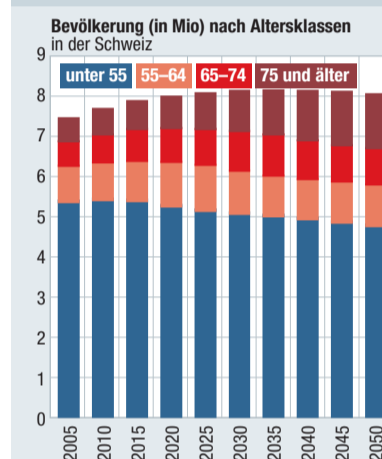
zur Winterthur und Zürich arbeiten fast alle Versicherer und Banken an neuen Konzepten, Produkten und Dienstleistungen, um Kunden über 50 zu binden und zu gewinnen.

Die Zürich-Versicherung will in diesem Jahr neben einer neuen flexiblen Rentenlösung und einer Pflegeversicherung den Vertrieb mit 150 neuen Beratern speziell für die ältere Generation aufstocken. Die Winterthur konzipiert mit ihrer Muttergesellschaft Axa ebenfalls neue Programme. Und die AIG hat ein neues Internetkonzept in Bearbeitung.

Die Helvetia ist bereits einen Schritt weiter. Sie bietet mit dem Angebot Terzavita ein Bündel von Dienstleistungen an (siehe Kasten unten). Sie hat zudem die Kommunikation angepasst. Pastellfarben und unleserliche Schrifttypen wurden aus den Firmenbroschüren gekippt. Der Verantwortliche Thomas Bahc plant nun noch ein neues Lifecycle-Produkt: «Um die Generation 50 plus dreht sich alles», sagt er. «Um weitere Erfolge in diesem Segment zu haben, müssen wir uns von der Konkurrenz mit neuen Lösungen differenzieren.»

Unter den Banken plant die Credit Suisse ab Mitte Jahr eine Grossoffensive, um ältere Kunden zu gewinnen. Deshalb ist sie auch der Hauptsponsor der Activia, der ersten Schweizer Messe für die Generation ab 50. Die Mes-

## DIE JUNGEN ALTEN IN ZAHLEN



Der Anteil der über 55-Jährigen an der Bevölkerung steigt bis ins Jahr 2050 um fast die Hälfte. Im Kanton Zürich besitzt die Altersgruppe 55+ drei Viertel des Vermögens.

se findet im November in Zürich statt. Die Bank Coop lässt ab April Senioren-Kunden von pensionierten Mitarbeitern beraten. Und Raiffeisen führt im Juni ein neues Sparprodukt ein. «Es soll den Kunden erlauben, auf einen bestimmten Zeitpunkt einen Kapitalstock aufzubauen und diesen dann nach eigenen Bedürfnissen auf einmal oder in Raten zu beziehen», sagt Sprecher Franz Würth. Die Basellandschaftliche Kantonalbank plant auf den Herbst ein ganzes Angebotspaket (siehe Kasten).

Das Potenzial ist also noch lange nicht ausgeschöpft. «Vor allem, was eine professionelle Beratung angeht», sagt Beat Bernet von der Universität St. Gallen. Neue Produkte ergeben für ihn hingegen keinen Sinn (siehe Interview). Der St. Galler Managementberater Stephan Feige ist anderer Mei-

nung: «In Marktforschungen haben wir neue Bedürfnisse nach neuen Produkten ausgemacht.» Zum Beispiel nach Sparbüchern oder Hypotheken, die gleichzeitig auf zwei Generationen laufen. Die Eltern hätten dabei mit ihren erwachsenen Kindern eine gemeinsame Hypothek bei der Bank.

Die Schweizer Gesellschaften hinken auch verglichen mit der ausländischen Konkurrenz noch hinterher. Die deutsche Versicherungsgruppe Ideal etwa hat sich fast ausschliesslich auf Senioren-Versicherungen spezialisiert. In den USA lassen die Senioren ihre Häuser auf Banken überschreiben und erhalten dafür eine Leibrente. Von diesen sogenannten Reverse Mortgages oder anderen von Banken angebotenen lebenslänglichen Renten ist in der Schweiz jedoch noch nicht einmal die Rede.

## MIT DIESEN MITTELN WETTEIFERN BANKEN UND VERSICHERUNGEN UM DIE SENIOREN



### Versicherung mit Bestattungsvorsorge

Pflegereuten und flexibler Rentenbezug sind bei Versicherern der Trend.

- Die AIG hat Anfang Jahr eine **Spitaltaggeldversicherung** bei Krankheit oder Unfall ab dem 50. Altersjahr eingeführt. Abgeschlossen werden kann sie zwischen 50 und 85 Jahren.
- Die Generali wartete im letzten Herbst mit einer **Pflegeversicherung** auf. Kunden versichern damit ihr Risiko für den Pflegefall, ambulant und/oder stationär.

Die Versicherung kann im Alter zwischen 50 und 75 Jahren abgeschlossen werden. Eine lebenslängliche Rente erhält, wer mindestens 60 Minuten pro Tag medizinische Betreuung braucht bzw. bei gewöhnlichen Verrichtungen Hilfe benötigt. Daneben bildet die Generali seit letztem Jahr eigene **Pensionsplaner** aus.

- Die Helvetia hat neben dem eigentlichen **Versicherungsprodukt Terzavita Cardinale** ein Netzwerk von Partnern zusammengestellt. Sie geben den Helvetia-Versicherten ab 50 Beratung oder Rabatte. Zu den Partnern gehören beispielsweise die Tertianum-Stiftung, die Tipps zum Wohnen im Alter gibt, der Reiseveranstalter Marti und der Hausbetreuungsdienst, bei denen es Rabatt gibt.

Die Versicherungsleistung selbst ist eine Todesfallversicherung. Die Versicherten können aber wählen, ob sie das angesparte Kapital im Todesfall ihren Erben vermachen wollen oder ob sie sich das ganze Kapital, Teile davon oder eine Rente auszahlen lassen wollen. Wann und wofür sie das Geld beziehen (Reisen, Pflegefall oder Anschaffungen), ist den Versicherten freigestellt. Ein vorzeitiger Kapitalbezug ist nach fünf Jahren nach Abschluss möglich und ist mit Rückkaufkosten verbunden. Separat einbezahlt werden kann eine **Bestattungsvorsorge**. Der Versicherte schliesst mit einem Bestatter aus dem Schweizer Verband eine sogenannte Bestattungsanordnung ab. Die Versicherung zahlt den Wert der mit dem Bestatter ausgehandelten Leistung.



### Bankkonto mit Sonderkonditionen

Die Banken setzen vor allem auf altersgerechte Beratungskonzepte.

- Bei den beiden Basler Kantonalbanken BKB und BLKB **beraten Senioren Senioren**. Die BLKB hat seit letztem Jahr zehn pensionierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dazu im Einsatz. «Sie haben weder Verkaufs- noch Zeitdruck. Ihre einzige Aufgabe ist das persönliche, vertrauliche Gespräch mit dem Kunden», sagt Peter Hug, der das Senioren-

konzept eingeführt hat. Sie beraten ältere Kunden in allen Finanz- und Lebensfragen. Zum Beispiel: Wie muss ich Zahlungen abwickeln? Zahle ich besser bargeldlos oder cash? Was ist Internetbanking? Besprochen werden aber auch die Themen Vorsorge, Schenken und Vererben. Die Beratung ist gratis und findet bei den Kunden zu Hause oder in der Filiale statt. Die Seniorberater werden laufend in Schulungen auf den neusten Stand gebracht. Mit einem ähnlichen Konzept wird im April auch die Bank Coop starten (siehe Text).

- Die Luzerner Kantonalbank hat auf Anfang Jahr **Privileg 50** eingeführt. Das Paket enthält Beratungen, Veranstaltungen und ein Sparkonto mit Sonderkonditionen für Kunden ab 50 Jahren. «Die ersten Events zum Thema Kapital oder



Die goldene Kundenschaft: Finanzdienstleister kämpfen um die Klientel ab 50.

## Das Hypo-Geschäft wird leiden

Senioren sind schlecht beraten. Beat Bernet, Professor an der Universität St. Gallen, sagt, warum.

**CASH:** Herr Bernet, finden Sie das Finanzangebot für Senioren ausreichend?

**BEAT BERNET:** Das Produktangebot hat in den letzten Jahren stetig zugenommen. Ich gebe den speziellen Produkten für Senioren aber wenig Chancen.

**Weshalb?**

Bei älteren Leuten sind nicht primär für sie bestimmte Produkte, sondern eine qualitativ hochstehende Betreuung gefragt.

**Welche Bedürfnisse haben die älteren Kunden genau?**

Die Kunden suchen fachlich versierte Gesprächspartner, die nicht nur Produkte verkaufen wollen, sondern auf der Grundlage von Produktbausteinen für die Kunden massgeschneiderte Lösungen erarbeiten können. Die Bankberater müssen zudem über eine hohe Sozialkompetenz verfügen, um komplexe Lösungen auch verständlich erklären zu können.



Banken-Experte Beat Bernet.

**Junge Kunden werden auch mit speziellen Produkten gehödet. Weshalb funktioniert das bei den älteren nicht?**

Weil sie in finanziellen Belangen gut ausgebildet und für Finanzthemen sensibilisiert sind. Ihre Lebenserfahrung und höhere Vertrautheit mit finanziellen Problemen macht sie zu anspruchsvollen Kunden. Zugleich werden die Älteren konsumfreudiger und risikobewusster. Deshalb müssen Anlage-, Risiko- und Liquiditätsaspekte gut aufeinander abgestimmt sein. Das hört sich einfach, aber diese Bedürfnisse zu erfüllen, ist sehr komplex.

**Das heisst, die Versicherer und Banken müssen die Betreuung verbessern.**

Eindeutig. Die Beratung von älteren Kunden verlangt eine sehr grosse Sach- und Sozialkompetenz, die noch nicht genügend geboten wird. Deshalb verlieren Banken immer wieder Kunden an unabhängige Beratungszentren. Die Kompetenz wird künftig noch mehr über den Erfolg bei den Kunden entscheiden als bisher.

**Wie können die Banken die älteren Kunden halten?**

Die persönliche Interaktion muss wieder wichtiger werden. Dazu braucht es entsprechend ausgebildete Berater. Zusätzlich müssen neue Kommunikationsformen gefunden werden. Mehrere Banken könnten beispielsweise gemeinsam unabhängige Beratungszentren betreiben oder mit heute unabhängigen Beratern kooperieren.

**Wie wird die alternde Gesellschaft das Finanzgeschäft beeinflussen?**

Die demografische Entwicklung dürfte fürs Hypothekengeschäft grosse Bedeutung haben. Die Nachfrage wird mengen- und volumenmässig sinken, wenn immer mehr Ältere ihr Haus im Grünen gegen eine kleinere Wohnung in der Agglo eintauschen. Das Vermögensverwaltungsgeschäft im Segment von 200 000 bis 1 Million Franken wird bedeutender werden.

Rente» waren so schnell ausgebucht, dass wir im Herbst zwei Zusatzveranstaltungen planen», sagt Sprecher Daniel von Arx. Auch die Nachfrage nach Beratungen sei bereits hoch. Diese zielen auf die **Pensionsplanung** ab. Das erste Gespräch ist gratis. Für den Pensionsplan verlangt die Bank pauschal 500 Franken. Das Sparkonto ist für Senioren dagegen kostenlos und hat einen Vorzugszins von 0,75 Prozent. Als Willkommensgeschenk bekommen die Kunden übrigens für zwei Jahre eine Schlüsselmarken bezahlt. Geplant sind für dieses Jahr noch weitere Vergünstigungen für bankfremde Produkte wie beispielsweise Kulturveranstaltungen. Von Arx: «Unser Ziel ist es, mit Privileg 50 bisherige Kunden zu belohnen und neue zu gewinnen.»



### Neue Wohnformen für junge Alte

Die Generation 50 plus ist auch auf dem Wohnungsmarkt das wichtigste Nachfragesegment. Die bedeutendste Entwicklung: Immer mehr ältere Menschen wollen einen eigenen Haushalt. «**Altersheime sind ein Auslaufmodell**», sagt Philipp Zemp, Inhaber der Senevita. Mit seiner Firma betreibt und berät er Alterswohnheimen. Neben dem Luxussegment der Seniorenresidenzen entwickelte er neu preisgünstigere

Wohnmodelle unter dem Namen Senevita. «Die Kunden werden preissensitiv», erklärt Zemp. Luxusgadgets wie Hallenbäder oder Wellness werden hier weggelassen. In den zwei Pilotbetrieben in Bern und Bümpliz wohnen denn auch Ältere, die Ergänzungsleistungen beziehen. Zwei weitere Senevita-Anlagen mit insgesamt 160 Wohnungen und Pflegeabteilungen werden 2008 in Aarau und 2009 in Bern eröffnet.

● Auch die Tertium AG plant neue Wohnformen. Die Firma, die der Zürcher Kantonalbank, der Swiss Re und der Helvetia gehört, führt 16 Altersresidenzen mit Hotelservice und integrierten Pflegeabteilungen in der ganzen Schweiz. **Je nach Standort und Infrastruktur beträgt der Tagespreis 110 bis 150 Franken.** Noch in diesem Jahr will Ter-

tium das Wohnen mit Service realisieren. In den Domusplus-Häusern können die Bewohner selbst wählen, welche Dienstleistungen sie beanspruchen möchten. Diese stehen ihnen auf Abruf bereit. Auch eine Pflegestation ist in der neuen Form nicht mehr vorgesehen. «Der pflegerische Bedarf wird über einen internen Spitex-Dienst abgedeckt», sagt Sprecherin Anita Flossdorf.

● Brandneu ist die **Internetplattform www.priorliving.com**. Sie wurde erst Anfang März aufgeschaltet und ist eine Art Homegate für Senioren. Neben Wohnungen können Senioren Dienstleistungen wie Pflegedienste und Kochhilfen sowie Hintergrundinfos abrufen. Im Aufbau ist auch ein Klub, der seinen Mitgliedern Rabatte, etwa für Mobility, offeriert.