

## 50plus – Langfristige Kundenbeziehungen werden immer wichtiger.

EUROFORUM-Konferenz: „Zielgruppe 50plus für Banken und Versicherungen“  
19. und 20. September 2006, Mainz

**Düsseldorf, August 2006.** Im Jahr 2020 werden die über 50-jährigen mit über 24 Millionen Menschen die größte Kundengruppe in Deutschland sein. Damit gewinnt die Anpassung der Produktportfolios an die Ansprüche der älteren Generation auch in der Finanzbranche eine immer größere Bedeutung. Durch ein zwangsläufig zurückgehendes Neukundengeschäft wird sich der Wettbewerb stark auf die Bestandskunden konzentrieren. Kundenbindung gewinnt so für das Kundenmanagement von Finanzdienstleistern eine immer größere Bedeutung.

Auf der EUROFORUM-Konferenz „Zielgruppe 50plus für Banken und Versicherungen“ (19. und 20. September 2006, Mainz) berichten die Verantwortlichen für die Generation 50plus über ihre Strategien und ersten Erfahrungen mit einem zielgruppengerechten Marketing. Neben einem Überblick über die Marktgröße und Marktentwicklungen der Best Ager werden Wertschöpfungspotenziale durch neue Finanzprodukte und -Dienstleistungen vorgestellt.

Die wachsende Bedeutung des Kundenberaters für eine Positionierung in der Zielgruppe „Beste Jahre“ betont Brigitte Haider (Oberbank AG Linz). Über die Integration eines Seniorenbanking-Konzepts in den Vertrieb einer Sparkasse spricht Wolfgang Kaltenbach (Sparkasse Staufeu-Breisach). Wie wichtig das Verständnis der Zielgruppe für eine verbraucherorientierte Produktgestaltung ist, zeigt Dr. Matthias Oldhaver (DBV-Winterthur Versicherungen) auf. Ruth Maier-Hamberger stellt mögliche Produkterweiterungen für die Ansprüche der älteren Generation vor. Welche Rolle Netzwerkaktivitäten und spezifische Kundenkommunikation für eine Positionierung und Differenzierung von Finanzprodukten spielen, ist das Thema von Thomas Bahc (Helvetia Patria Versicherungen).

Das vollständige Programm finden Sie unter:

<http://www.euroforum.de/pr-50plus-banken>

### Weitere Informationen:

Dr. phil. Nadja Thomas  
Pressereferentin  
EUROFORUM Deutschland GmbH

Weitere Veranstaltungen zum  
Thema Banken finden  
Sie im Internet unter:  
[www.euroforum.de/banken.htm](http://www.euroforum.de/banken.htm)

Prinzenallee 3  
40549 Düsseldorf

Tel.: +49 211/96 86-33 87

Fax: +49 211/96 86-43 87

E-Mail: [nadja.thomas@euroforum.com](mailto:nadja.thomas@euroforum.com)

Pressemitteilung im Internet: [www.euroforum.de/presse/50-50plus-banken](http://www.euroforum.de/presse/50-50plus-banken)

### **EUROFORUM Deutschland GmbH**

EUROFORUM Deutschland GmbH, gegründet 1990, ist eines der führenden Unternehmen für Konferenzen, Seminare, Jahrestagungen und schriftliche Management-Lehrgänge. Seit 1993 ist EUROFORUM Deutschland GmbH Exklusiv-Partner für Handelsblatt-Veranstaltungen, seit 2003 ebenfalls Kooperationspartner für Konferenzen der WirtschaftsWoche. 2005 haben 956 Veranstaltungen in über 30 Themengebieten stattgefunden. Rund 40 500 Teilnehmer besuchten im vergangenen Jahr unsere Veranstaltungen. Der Umsatz lag 2005 bei circa 55 Millionen Euro.

### **50plus – Langfristige Kundenbeziehungen werden immer wichtiger.**

EUROFORUM-Konferenz: „Zielgruppe 50plus für Banken und Versicherungen“  
19. und 20. September 2006, Mainz

**Düsseldorf, August 2006.** Im Jahr 2020 werden die über 50-jährigen mit über 24 Millionen Menschen die größte Kundengruppe in Deutschland sein. Damit gewinnt die Anpassung der Produktportfolios an die Ansprüche der älteren Generation auch in der Finanzbranche eine immer größere Bedeutung. Durch ein zwangsläufig zurückgehendes Neukundengeschäft wird sich der Wettbewerb stark auf die Bestandskunden konzentrieren. Kundenbindung gewinnt so für das Kundenmanagement von Finanzdienstleistern eine immer größere Bedeutung.

Auf der EUROFORUM-Konferenz „Zielgruppe 50plus für Banken und Versicherungen“ (19. und 20. September 2006, Mainz) berichten die Verantwortlichen für die Generation 50plus über ihre Strategien und ersten Erfahrungen mit einem zielgruppengerechten Marketing. Neben einem Überblick über die Marktgröße und Marktentwicklungen der Best Ager werden Wertschöpfungspotenziale durch neue Finanzprodukte und -Dienstleistungen vorgestellt.

Die wachsende Bedeutung des Kundenberaters für eine Positionierung in der Zielgruppe „Beste Jahre“ betont Brigitte Haider (Oberbank AG Linz). Über die Integration eines Seniorenbanking-Konzepts in den Vertrieb einer Sparkasse spricht Wolfgang Kaltenbach (Sparkasse Staufeu-Breisach). Wie wichtig das Verständnis der Zielgruppe für eine verbraucherorientierte Produktgestaltung ist, zeigt Dr. Matthias Oldhaver (DBV-Winterthur Versicherungen) auf. Ruth Maier-Hamberger stellt mögliche Produkterweiterungen für die Ansprüche der älteren Generation vor. Welche Rolle Netzwerkaktivitäten und spezifische Kundenkommunikation für eine Positionierung und Differenzierung von Finanzprodukten spielen, ist das Thema von Thomas Bahc (Helvetia Patria Versicherungen).

Das vollständige Programm finden Sie unter:

<http://www.euroforum.de/pr-50plus-banken>

#### **Weitere Informationen:**

Dr. phil. Nadja Thomas  
Pressereferentin  
EUROFORUM Deutschland GmbH

Weitere Veranstaltungen zum  
Thema Banken finden  
Sie im Internet unter:  
[www.euroforum.de/banken.htm](http://www.euroforum.de/banken.htm)

Prinzenallee 3  
40549 Düsseldorf

Tel.: +49 211/96 86-33 87

Fax: +49 211/96 86-43 87

E-Mail: [nadja.thomas@euroforum.com](mailto:nadja.thomas@euroforum.com)

Pressemitteilung im Internet: [www.euroforum.de/presse/50-50plus-banken](http://www.euroforum.de/presse/50-50plus-banken)

### **EUROFORUM Deutschland GmbH**

EUROFORUM Deutschland GmbH, gegründet 1990, ist eines der führenden Unternehmen für Konferenzen, Seminare, Jahrestagungen und schriftliche Management-Lehrgänge. Seit 1993 ist EUROFORUM Deutschland GmbH Exklusiv-Partner für Handelsblatt-Veranstaltungen, seit 2003 ebenfalls Kooperationspartner für Konferenzen der WirtschaftsWoche. 2005 haben 956 Veranstaltungen in über 30 Themengebieten stattgefunden. Rund 40 500 Teilnehmer besuchten im vergangenen Jahr unsere Veranstaltungen. Der Umsatz lag 2005 bei circa 55 Millionen Euro.