

01.02.2023 - 11:03 Uhr

Wertpapiergeschäft: Neu- und Jungaktionäre fordern Regionalbanken heraus

Köln/Frankfurt (ots) -

Warum Regionalbanken trotz positiver Entwicklungen dringend handeln und gerade jetzt ihre Marktbearbeitung überdenken müssen - ein Kommentar von Steffen Ulitzka und Steven Kiefer, von der globalen Strategie- und Marketingberatung Simon-Kucher & Partners, zu neuen Trends und Zielgruppen auf dem Aktienmarkt:

Unter der Überschrift "Deutschland kann Aktie!" hat das Deutsche Aktieninstitut am 17. Januar 2023 seine alljährliche Aktionärsstudie veröffentlicht. Die Studie zeigt, dass die Rahmenbedingungen für einen Ausbau des Wertpapiergeschäftes, dessen Erträge insbesondere Regionalbanken wesentlich durch die Niedrigzinsphase der vergangenen Jahre getragen haben, weiterhin vielversprechend sind. Die Aktionäre sind mit 12,9 Millionen auf dem Höchststand in Deutschland. Dabei setzen 77 Prozent der Deutschen bei Aktieninvestments ausschließlich auf aktiv verwaltete Aktienfonds. Trotz hoher Popularität sind Investments in ETFs weiter in der Minderheit. Was zunächst begünstigend für weiteres Wachstum im Wertpapiergeschäft für Regionalinstitute klingt, offenbart bei näherer Betrachtung erhebliches Handlungspotenzial.

Der Anstieg der Aktionärszahlen lässt sich einzig auf einen überproportional starken Anstieg der Neuaktionäre in der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre (Anstieg um 40 Prozent) und 30 bis 39 Jahre (Anstieg um 19 Prozent) zurückführen, wogegen in der Kundengruppe ab 60 Jahren die Aktionärszahl mit 300.000 rückläufig ist. Regionalbanken dürften von derartigen Entwicklungen nur wenig profitieren. Die Studie zeigt, dass gerade Neu- und Jungaktionäre deutlich informierter in den Kapitalmarkt starten als Vergleichsgruppen früherer Generationen. Dementsprechend stellen diese Kundengruppen neue Anforderungen an das Produkt- und insbesondere das Preisangebot potenzieller Anbieter. So ist es kein Zufall, dass sich auf diese Zielgruppen spezialisierte Anbieter über ein enorm breites Produktangebot (insbesondere für die monatliche Besparung) und transparente Preismodelle positionieren. Diese einfach zu kopieren ist für die meisten Regionalbanken jedoch keine Alternative. Anders als neue Anbieter müssen diese immer auch mögliche Ertragskannibalisierungen im Bestand berücksichtigen und daher eigene Konzepte entwickeln. Wichtig sind dabei klar leistungsdifferenzierte Angebote, die verschiedene Anlegertypen (Selbstentscheider, Beratungsaffine, Delegierer) gezielt ansprechen. Auch neue Preismetriken in Form von Pauschalpreismodellen können dabei intelligent genutzt werden, um Leistung zu kommunizieren, das Angebot zu erweitern und Kannibalisierung zu kompensieren.

Ebenso relevant für die Marktbearbeitung von Regionalbanken ist das Ergebnis, dass erstmalig mehr junge Frauen als junge Männer (Altersgruppe < 30 Jahre) in den Aktienmarkt eingestiegen sind. Dies ist bemerkenswert, da derzeit rund viermal so viele Männer als Frauen in Aktien investieren. Entsprechend dieser Verteilung dürften auch Regionalbanken etwa viermal so viel Erfahrung in der Beratung von Männern als in der Beratung von Frauen gesammelt haben. Diese Erkenntnis ist äußerst wichtig, da in der Behavioral Finance Forschung regelmäßig große Unterschiede im Anlageverhalten zwischen Männern und Frauen festgestellt werden konnten. Frauen sind gemessen an theoretischen Überlegungen die deutlich besseren Anleger und dennoch wesentlich beratungsaffiner. Erste Anbieter im Markt haben daher junge Frauen als eigene Zielgruppe erkannt und adressieren diese mit speziellen Produkten und Beratungsangeboten.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit über 2.000 Mitarbeitenden in 30 Ländern weltweit. Unser Fokus: "Unlocking Better Growth". Wir helfen unseren Kunden, "besser" zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb.

Mit 37 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum.

Pressekontakt:

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Julia Griep (Senior Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 221 36794 486

E-Mail: julia.griep@simon-kucher.com

simon-kucher.com