

Anlagechancen für alle Generationen

Die Deka hat ihre neue Kampagne „Vorsorge und Sparen mit Deka-Fondssparplan“ gestartet. Diese soll die Kunden auf die Vorteile des chancenreichen Fondssparens aufmerksam machen.

Das Wertpapierhaus der Sparkassen unterstützt die Berater dabei mit zahlreichen originellen Einsatzmitteln, vom Hipster-Turnbeutel über gedrucktes Info-Material bis zum spielerisch einsetzbaren Würfel.

Zinsen wohl erst wieder in den 20er-Jahren sichtbar

Das seit Jahren andauernde Zinstief hat zur Folge, dass mit klassischen Anlageformen keine Zinserträge mehr zu erzielen sind. „Die EZB-Entscheidung Mitte September hat deutlich gemacht, dass es bis weit in die 20er-Jahre dauern kann, bis wir wieder Zinsen sehen“, sagt Elmar Gaugenrieder, Vermögensaufbaubauspezialist der Deka.

Umso wichtiger ist es, Renditechancen durch Wertpapiersparen zu nutzen, um langfristig ein Vermögen aufbauen zu können. Für Aufmerksamkeit zum Thema Wertpapiere und der Aufklärung als Lösung aus dem Zinstief sorgt die komplett neu entwickelte Deka-Kampagne, die seit September über nationale und regionale Kanäle vermarktet wird.

Die Jubiläumskampagne „100 Jahre Deka“ mit dem Claim „Unterschätzen Sie die Zukunft nicht“ war ein voller Erfolg! Mit Start des dritten Tertiärs hat die Deka erfolgreich dieses Kampagnemotto auf emotionale und aufmerksamkeitsstarke Art und Weise neu inszeniert.

Themen aus den Feldern Partnerschaft und Beziehung stimmungsvoll visualisiert

Die Deka-Kampagne greift relevante Kunden-Insights aus dem Bereich Partnerschaft und Beziehung auf, welche durch eine emotionale Bildwelt visualisiert werden. Durch Zukunftsprognosen beziehungsweise Quick Facts gelingt es, charmant auf passende Deka-Lösungen und deren Kernnutzen überzuleiten.

TV und Online wird darüber hinaus durch die ungewöhnliche und aufmerksamkeitsstarke Kampagne „Investieren goes Hollywood“ ergänzt: In dem Film „Kiss“ werden die Zuschauer in die Schlüsselszene eines bekannten Blockbusters entführt. In einem dramatischen, spannenden und bewegenden Moment äußert einer der Protagonisten einen überraschenden Vorschlag: **Warum investieren wir eigentlich nicht in Wertpapiere?!?! Am Ende des Films bleibt folgende Botschaft: Es lohnt sich, die richtige Entscheidung zu treffen.**

Fondssparpläne liegen im Trend

Die Deka trifft mit ihrem Angebot einen Nerv. Denn über die Hälfte der Sparkassenkunden, die mindestens eine Geldanlage besitzen, sind wertpapieraffin – also offen für Wertpapiere wie Fonds, Zertifikate, Anleihen und Fondssparpläne. Insbesondere Fondssparpläne sind ein ideales Instrument zur Wertpapier-Neukundengewinnung. So wurden 43,9 Prozent der Neukunden im Dekabank Depot im Jahr 2018 mit einem Fondssparplan gewonnen.

Durchschnittskosten-Effekt bietet Gesprächsanlässe

Und es besteht weiterhin ein großes Absatzpotenzial, denn die Fondssparplan-Durchdringung liegt gerade einmal bei 4,6 Prozent. Das heißt, erst einer von 20 Sparkassen-Girokunden hat einen Deka-Fondssparplan. Auch für Kunden, die bereits über Anlageprodukte verfügen, sind regelmäßige Fondssparpläne geeignet: Vor dem Hintergrund schwankender Märkte ergibt für Einmalanleger ein zusätzlicher Fondssparplan Sinn, um Timing-Risiken zu reduzieren und durch den sogenannten Durchschnittskosten-Effekt der regelmäßigen Einzahlungen Schwankungen abzufedern oder davon zusätzlich sogar zu profitieren. Auch das bietet Anlass für ein Beratungsgespräch.

Attraktive Angebote für Berufsstarter

Auch unter den Kunden mit DekaBank Depot schlummert noch großes Potenzial. Nur ein gutes Drittel nutzt einen Fondssparplan, weniger als jeder Fünfte einen Altersvorsorge-Vertrag oder einen Vertrag über vermögenswirksame Leistungen mit Investmentfonds. Und das, obwohl diese attraktiv sind – insbesondere für Berufseinsteiger.

Bei den vermögenswirksamen Leistungen beispielsweise zahlt der Arbeitgeber alles oder einen Teil ein und es winken zusätzlich vom Staat bis zu 80 Euro Arbeitnehmersparzulage im Jahr. Gaugenrieder: „Das sind attraktive Vertriebsansätze

fürs Beratungsgespräch mit Berufseinsteigern. Wer möchte nicht mit Geld in Form von möglichen Zuschüssen vom Arbeitgeber und vom Staat Vermögen aufbauen.“

Welche Anlagen bringen die beste Rendite? Diese Frage interessiert die Kunden heute am meisten.

(© Deka)

Sparen für Kinder schafft Gesprächsanlässe

Ebenfalls im Fokus der Kampagne steht eine noch jüngere Zielgruppe: der Vermögensaufbau für Kinder mit Deka-JuniorPlan. „Damit fördern wir zugleich die Aktienkultur von klein auf“, sagt Experte Gaugenrieder. Der Deka-JuniorPlan ist ein Fondssparplan für Kinder, ohne Altersbeschränkung. Die jungen Kunden erhalten zum Start eine Schatzkiste mit Goldmünzen. So lernen Kinder spielerisch, wie ein Vermögen langsam wachsen kann. Ansonsten ist Deka-JuniorPlan ein regulärer Fondssparplan für Kinder: Die Eltern wählen einen Fonds aus und Dritte, wie etwa Opa, Oma oder die Patentante, können sich beteiligen und Geld einzahlen.

„Sparen für Kinder und Enkel bietet gute Gesprächsanlässe“, sagt Gaugenrieder. „Hier kann der Berater die lange Spardauer und die Vorteile des langfristigen chancenreichen Sparens deutlich machen.“ Der erfolgreiche Abschluss eines Deka-JuniorPlans eigne sich aber auch, um Eltern und Großeltern auf den eigenen Vermögensaufbau und die Altersvorsorge anzusprechen.

Motive der Deka-Werbung: Die Felder Partnerschaft und Beziehung werden stimmungsvoll in Szene gesetzt.

(© deka)

Cross-Selling bei Bestandskunden intensivieren

„Viele der bestehenden Fondssparpläne haben aktuell eine sehr erfreuliche Wertentwicklung“, so Gaugenrieder. Berater können Bestandskunden, die bereits in einen Deka-Fondssparplan sparen, zudem einen Sparplancheck anbieten und zum einen die positive Entwicklung betonen und zum anderen den Status quo prüfen. Spart der Kunde auch jetzt noch in passender Höhe, um seine Sparziele zu erreichen? Passt die Höhe der Sparrate noch zum verfügbaren Einkommen?

2018 betrug die Jahressparrate pro Deka-Fondssparplan im Schnitt 1062 Euro – das sind knapp 90 Euro monatlich. Damit ist der Wert im Vorjahresvergleich etwas zurückgegangen, trotz guter Konjunkturlage und steigenden Einkommen.

Fördermöglichkeiten bieten Gesprächsstoff

Ein weiterer Anlass für ein Gespräch sind die Fördermöglichkeiten. Nutzen die Kunden die volle staatliche Förderung beim Sparen? Hat zum Beispiel ein Sparplan-Kunde auch einen Vertrag über vermögenswirksame Leistungen? Derzeit nutzen erst 7,1 Prozent der DekaBank-Depot-Kunden mindestens zwei der drei

Vertragsarten Deka-FondsSparplan, vermögenswirksame Leistungen und geförderte Altersvorsorge. Auch hier schlummert noch Potenzial.

Weg zur guten Beratung: Die Deka liefert zahlreiche Materialien, mit denen der Berater Gespräche vorbereiten und umsetzen kann.

(© deka)

Die volle Breite der Beratungshilfen gezielt einsetzen

Trotz des steigenden Interesses an Wertpapieren ist das Wissen vieler Sparkassenkunden um das Thema noch recht rudimentär. Deshalb kommen Beratungshilfen, die den Kunden an die Wertpapieranlage heranführen und Hintergründe einfach vermitteln, gut an. Die Deka bietet Sparkassenberatern eine ganze Reihe von Einsatzmitteln an – von der Aktivierung der Kunden in der Filiale bis hin zur Produktempfehlung im Beratungsgespräch.

So liegen zahlreiche Unterlagen zur Vorbereitung der Berater und Durchführung der Kundengespräche auf der DekaNet-Plattform zu den Vertriebsstorys und Basisthemen bereit – vom Zweiseiter zu den Fördermöglichkeiten von Arbeitgeber und Staat bis hin zur umfassenden Broschüre, mit der Berater für jede Frage gewappnet sind.

Besonders hilfreich sind Unterlagen zur Erklärung der Anlageklassen

Besonders hilfreich sind zum Beispiel Unterlagen zur Erklärung der Anlageklassen und der Relevanz einer Streuung der Wertpapieranlage. Und mit dem [Dax-Rendite-Dreieck des Deutschen Aktieninstituts](#) können Berater anschaulich die Wertentwicklung eines angenommenen Sparplans in den Dax über verschiedene Zeiträume aufzeigen – übersichtlich auf einem Blatt.

Die neuen Kampagnen schaffen Aufmerksamkeit – Nutzen Sie diese neuen Impulse und die begleitend entwickelte Vertriebsunterstützung für Ihr Jahresendgeschäft zum Thema „Vorsorge und Sparen mit Wertpapieren“ und freuen Sie sich auch auf die Erweiterung der Kampagne im Jahr 2020.

Deka schafft weiterhin Aufmerksamkeit für Wertpapierthemen

Prognosen werden auch nächstes Jahr von der Deka genutzt, um Wertpapierthemen in den Vordergrund zu rücken. Und auch [„Investieren goes Hollywood“](#) wird durch neue Genres und ebenso interessante Protagonisten ergänzt.

Anlagechancen für alle Generationen, in SparkassenZeitung (09. Dezember 2019).
URL: <https://www.sparkassenzeitung.de/kommunikation/anlagechancen-fuer-alle-generationen.html>. Abgerufen am: 09. Dezember 2019



Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone
und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online