

Die Welt aus Sicht des älteren Kunden sehen

Was bedeutet die Silberne Revolution konkret für das Bankgeschäft?
Eine Frage, mit der sich die Teilnehmer eines Workshops im Innovationsforum der
GAD einen Tag lang intensiv beschäftigt haben.



Megatrends sind Treiber des gesellschaftlichen Wandels. Zu ihnen zählen unter anderem Silberne Revolution, Individualisierung, Universeller Wettbewerb, Digitale Vernetzung und Nachhaltigkeit. Sie beeinflussen alle Bereiche des Lebens, der gesamten Wirtschaft – und damit auch den Bankensektor. Mit dem Mega-

trend „Silberne Revolution“ haben sich 14 Mitarbeiter und Vorstände von Volks- und Raiffeisenbanken im Innovationsforum der GAD intensiv beschäftigt. Im Mittelpunkt standen Fragen wie: Welche Auswirkungen hat der demografische Wandel auf die Gesellschaft und damit auch auf Banken? Welche Bedürfnisse und



Was sagen die Teilnehmer des Workshops?



Daniela Lörks
Mitarbeiter Werbung und
Öffentlichkeitsarbeit,
Volksbank an der Niers eG

» Die Branche Werbung, in der ich tätig bin, ist sehr schnelllebig. Hier muss man immer auf dem Laufenden bleiben. Deshalb interessieren mich Megatrends und ihre Auswirkungen sehr. In der Bank bin ich unter anderem zuständig für den Inhalt unseres Internetauftritts. Also in einem Bereich, in dem Innovationen und Trends von besonderer Bedeutung sind. Obwohl ich im Berufsalltag keine konkreten Berührungspunkte mit dem Thema Silberne Revolution habe, fand ich den Blick über den Tellerrand trotzdem spannend. Wir haben uns über ganz verschiedene Aspekte der immer schneller alternden Gesellschaft ausgetauscht. Ein Thema war dabei beispielsweise auch altersgerechtes Wohnen oder „Wohnkonzepte für Jung und Alt“. Da sehe ich in Zukunft ein großes Feld für unsere Gesellschaft.

Den Altersanzug habe ich selbst ausprobieren können und war erschrocken, welche körperlichen Einschränkungen das Alter mit sich bringt. Ich habe mich unter dem Kopfhörer, der das Hören erschwerte, wie unter einer Kuchenglocke gefühlt. Es war fast unmöglich in einer Gruppe von Menschen dem Gespräch zu folgen. Auch die Einschränkung des Sichtfeldes und die fehlende Orientierung im Raum fand ich extrem belastend. Wenn nun vor mir eine alte Dame an der Kasse langwierig ihr Kleingeld zusammensucht, dann kann ich mich jetzt noch viel besser in die Situation von älteren Menschen hineinversetzen. Ich bin davon überzeugt, dass die Silberne Revolution das Bankgeschäft grundlegend verändern wird und man sich intensiv mit dem Thema beschäftigen muss. Ich würde mir wünschen, dass die GAD auch zu anderen Megatrends solche Workshops anbietet – persönlich bin ich aufgrund meines Aufgabengebietes vor allem an der „Digitalen Vernetzung“ interessiert.



Peter Kaufmann
Vorstand der Volksbank
Bigge-Lenne eG

» Die Welt verändert sich rasant. Mit zwei zentralen Megatrends beschäftigen wir uns seit einiger Zeit intensiv. Das sind Social Media und Silberne Revolution. Bei uns ist es Chefsache, sich um diese wichtigen Themen der Zukunft zu kümmern. Denn schließlich geht es um die Fragen: Wie attraktiv ist die Bank für den Kunden – auch morgen noch? Und wofür bezahlt der Kunde – auch morgen noch?

Ganz konkret werden wir zusätzlich zu einem Workshop mit der VR-NetWorld eine kleine interne Projektgruppe mit jungen Mitarbeitern zum Thema Social Media ins Leben rufen. Denn uns ist sehr bewusst, dass wir die jungen Leute immer weniger über die klassischen Medien erreichen. Mit Blick auf die Silberne Revolution achten wir zunehmend darauf, dass die Räumlichkeiten behindertengerecht bzw. altersgerecht konzipiert und gebaut oder umgebaut werden. Der mit der GenoConsult durchgeführte Demographie-Check bestätigt uns die Dringlichkeit dieser Themen und dass wir mit unseren strategischen Ansätzen auf dem richtigen Weg sind. Für den alters- und behindertengerechten Ausbau unserer Niederlassung in Lennestadt haben wir beispielsweise eine Auszeichnung des Sozialverbandes VdK bekommen. Obwohl wir uns also schon intensiv mit den 60plus-Kunden beschäftigen, fand ich den Workshop und den Austausch mit den Kollegen anderer Banken und der GAD wirklich spannend und sehr informativ. Das Fazit war: Banken sind gut beraten, wenn sie sich frühzeitig mit den unterschiedlichen Megatrends auseinandersetzen.

Die Simulation mit dem Altersanzug war ein tolles Erlebnis. Besonders in Erinnerung sind mir die Einschränkungen beim Sehen geblieben. Und ich habe neben den vielen strategischen Aspekten für mich auch ganz persönlich etwas mitgenommen: Halte Dich körperlich und geistig fit, nur so kannst Du die Einschränkungen, die das Altern unausweichlich mit sich bringt, positiv beeinflussen.



Erwartungen hat die Kundengruppe „Best Ager“ an ihre Bank? Wie kann eine Bank ihre Produkte, Angebote, ihr Geschäftsmodell und ihre Filialkonzepte am besten auf diese Zielgruppe ausrichten? Und wie kann die GAD ihre IT entsprechend weiterentwickeln?

Gemeinsamer Dialog

„Dieser Workshop ist ein gutes Beispiel für die besondere Stärke unseres Innovationsforums. Denn wir haben keinen Ausstellungsraum geschaffen, sondern laden unsere Kunden zum gemeinsamen Dialog und Erleben nach Münster ein. Seit der Eröffnung im September 2010 konnten wir bereits fast 2.500 Besucher hier in Münster

begrüßen und mit ihnen ausführlich über die Themen Megatrends, bank21 im Web und die Zukunftsfiliale sprechen“, unterstreicht Anno Lederer, Vorstandsvorsitzender der GAD.

„Alterssimulator“

Was das Altern ganz konkret bedeutet, das konnten die Workshop-Teilnehmer hautnah erfahren: in einem so genannten „Alterssimulator“. Der mit Gewichten und Bandagen ausgestattete Anzug vermittelt durch die nachempfundenen altersbedingten Einschränkungen im Bewegungsablauf realitätsnah die Erfahrungen als alter Mensch in der Bankfiliale: Eine Spezialbrille vermittelt

Silver Surfer entdecken das Web 2.0

Silver Surfer entdecken das Netz. Sie und die folgenden Generationen antizipieren die neuen Möglichkeiten der digitalen Vernetzung. Sie sind informierter und selbstbewusster.

Bereits heute sind 34,5 % der über 60-Jährigen online. Anders ausgedrückt sind 6,9 Millionen Nutzer des Internets in Deutschland älter als 60 Jahre.

Insbesondere die Best Ager haben die Angebote des Internets adaptiert und sind Teil der Community-Kultur. Rund 9 % der Gruppe 60plus sind in sozialen Netzwerken vertreten. Bei der altersmäßig jüngeren Gruppe der 50-59-Jährigen sind es immerhin schon 17 %.

Anteil der Internet-Nutzer in Deutschland
in Millionen (1 Figur = 5 Mio.)

2011

Internet-Nutzer gesamt

50 Mio.+

davon über 60 Jahre

6,9 Mio.

Quelle: ARD-/ZDF-Online-Studie 2011

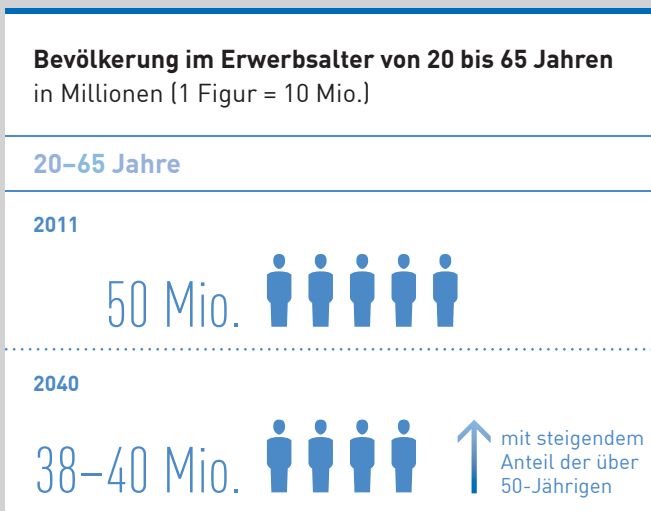
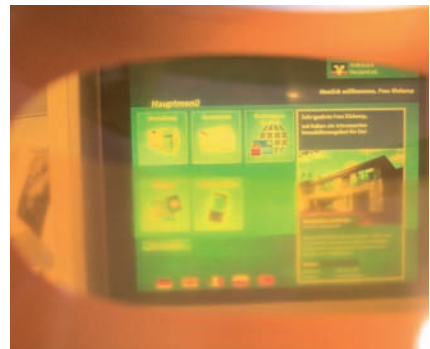
das Sichtfeld, welches im Alter eingeschränkt ist, und ein Kopfhörer simuliert altersbedingtes Hörempfinden. Speziell präparierte Handschuhe schränken den Tastsinn ein. Im Innovationsforum war live zu erleben, wie sich eine Filiale auf diese immer größer werdende Kundengruppe einstellen muss – über altersgerechte Bedienfunktionen an den Geräten sowie ein barrierefreies Raumkonzept hinaus. Ferner wurden den Workshop-Teilnehmern die Einschränkungen im Alltag durch den Alterssimulator verdeutlicht – z. B. beim Lesen von Zeitschriften, beim Erkennen von Farben, beim Knöpfen von Hemden oder beim Treppensteigen, um hautnah für die Bedürfnisse älterer Menschen zu sensibilisieren.

Strategische Agenda

Megatrends sind in vielen Vorstandsetagen bereits ein relevantes strategisches Thema. In der Praxis stellt sich für jedes Unternehmen die Frage des Umgangs mit den Megatrends. Voraussetzung zur Filterung „Was ist wichtig für mein Unternehmen?“ ist jedoch die Analyse der potenziellen Auswirkungen. Wer die Megatrends kennt, weiß, wie sich die Bedürfnisse der Kunden in der Zukunft verändern könnten. Deshalb hat die GAD dieses Thema auf ihrer eigenen strategischen Agenda. Darüber hinaus hat sie mit dem Innovationsforum einen Raum geschaffen, um sich intensiv mit den Megatrends und der Zukunft des Bankgeschäfts zu beschäftigen. ><



Der Alterssimulator verdeutlicht die Einschränkungen im Alter, z. B. beim Treppensteigen oder beim Erkennen von Farben.



Quelle: DE-STATIS, 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung 2009

Bevölkerung im Erwerbsalter von 20 bis unter 65 Jahren nach Altersgruppen

Die sich verändernde Altersstruktur wirkt sich besonders stark auf die Bevölkerung im Erwerbsalter, also der heute 20- bis 65-Jährigen aus. Gehören heute knapp 50 Millionen Menschen dieser Altersgruppe an, wird ihre Zahl nach 2020 deutlich zurückgehen. Im Jahr 2040 werden voraussichtlich 38-40 Millionen Menschen im Erwerbsalter in Deutschland leben. Hierbei wird der Anteil der über 50-Jährigen kontinuierlich steigen.



Vernetzte Welt, vernetztes Leben

Aufbruch in die digitale Zivilisation