

## Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>XII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>XIII</b>
<b>1. Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1. Problemstellung .....	1
1.2. Zielsetzung.....	2
1.3. Bedeutung der demographischen Entwicklung für eine mittelständische Genossenschaftsbank .....	4
<b>2. Die Bank aus dem Volks- und Raiffeisenbanksektor und ihr     Geschäftsgebiet.....</b>	<b>5</b>
<b>3. Betrachtung des Anlageverhaltens einer älter werdenden     Privatkundschaft.....</b>	<b>7</b>
3.1. Margenstarkes, aber rückläufiges Geschäftsvolumen.....	7
3.2. Erwartung hinsichtlich der produktspezifischen Umsatzaktivitäten im Bankensektor .....	8
3.3. Mangelnde Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Produkten am Kapitalmarkt .....	11
<b>4. Geeignete Geschäftsfelder im Generationenbanking .....</b>	<b>12</b>
4.1. Testamentsvollstreckung als Instrument der Kundenbindung .....	12
4.2. Stiftungsmanagement.....	12
4.3. Neukundengewinnung mittels Vermögensübertragungs- management .....	13
4.4. Möglichkeiten zur Nutzung von Immobilieneigentum im Generationenbanking .....	14
4.4.1. Verkauf der Immobilien gegen eine Leibrente .....	15
4.4.2. Reverse bzw. Lifetime Mortgage.....	16
4.4.3. Veräußerung der Immobilie .....	18
4.4.4. Verwaltung von Immobilien .....	19

<b>5. Empirie .....</b>	<b>20</b>
5.1. Mitarbeiterbefragung .....	21
5.2. Bankenbefragung zum Stiftungsmanagement und Testamentsvollstreckung .....	25
5.2.1. Stiftungsmanagement.....	26
5.2.1.1. Erfolgversprechende Kommunikationswege .....	27
5.2.1.2. Geeignete Vergütungsmodelle für die Bank .....	27
5.2.1.3. Erwartungen an die Mitarbeiter dieses Geschäftsfelds .....	27
5.2.2. Testamentsvollstreckung.....	27
5.2.2.1. Erfolgversprechende Kommunikationswege .....	28
5.2.2.2. Geeignetes Vergütungsmodell .....	28
5.2.2.3. Erwartungen an die Mitarbeiter dieses Geschäftsfelds .....	28
5.3. Experteninterviews zum Stiftungsmanagement, zur Testamentsvollstreckung und zum Bereich Immobilien.....	29
5.3.1. Experteninterviews zum Stiftungsmanagement.....	29
5.3.1.1. Bedeutung für die Bank .....	29
5.3.1.2. Marketing/Werbung .....	29
5.3.1.3. Preisgestaltung .....	29
5.3.1.4. Mitarbeiter.....	29
5.3.1.5. Herausforderungen.....	30
5.3.2. Experteninterviews zur Testamentsvollstreckung .....	30
5.3.2.1. Bedeutung für die Bank .....	30
5.3.2.2. Marketing/Werbung .....	30
5.3.2.3. Preisgestaltung .....	31
5.3.2.4. Mitarbeiter.....	31
5.3.2.5. Herausforderungen.....	31
5.3.3. Experteninterviews zur Immobilienübertragung .....	31
5.3.4. Experteninterview zur Immobilienverwaltung .....	32
5.4. Kundenbefragung.....	33

<b>6. Konzept zur Implementierung des Geschäftsfelds Generationenbank bei der Bank aus dem Volks- und Raiffeisenbanksektor.....</b>	<b>35</b>
6.1. Implementierungsstrategie.....	35
6.1.1. Absicherung der Strategie „Generationenbank“ .....	35
6.1.2. Beurteilung der einzelnen Geschäftsfelder des Generationenbanking .....	36
6.1.2.1. Das Stiftungsmanagement.....	36
6.1.2.2. Die Testamentsvollstreckung.....	37
6.1.2.3. Neukundengewinnung mittels Vermögensübertra- gungsmanagement.....	37
6.1.2.4. Nutzung von Immobilieneigentum im Generationenbanking .....	38
6.1.2.4.1. Leibrente, Reverse bzw. Lifetime Mortgage, Veräußerung der Immobilie .....	38
6.1.2.4.2. Immobilienverwaltung .....	39
6.1.3. Operationalisierung der Strategie „Generationenbank“ .....	39
6.1.4. Durchsetzung der Strategie „Generationenbank“ .....	41
6.1.4.1. Interne Durchsetzung der Strategie „Generationenbank“ .....	41
6.1.4.2. Externe Durchsetzung der Strategie „Generationenbank“ .....	44
6.2. Die strategische Kontrolle .....	46
<b>7. Fazit.....</b>	<b>47</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>XIV</b>