

Potenziale und Marktstrategien für die Frühstart-Rente

Angebot für eine Mehrbezieher-Untersuchung
August 2025

sofort lieferbar

Potenziale und Marktstrategien für die Frühstart-Rente

Gliederung

- 1 Hintergrund und Zielsetzung
- 2 Untersuchungskonzept
- 3 Untersuchungsdesign
- 4 Angebot und Kontakt



Nudging zur Altersvorsorge

1. Hintergrund und Zielsetzung

Förderungen haben schon immer die Aufmerksamkeit bei Kunden aktiviert, vor allem wenn Steuerfreiheit in Aussicht steht

Hintergrund und Zielsetzung

- Private Altersvorsorge ist unerlässlich und ein frühzeitiger Start ins Sparen ebenso. Dennoch schieben gerade auch junge Leute das Thema vor sich her.
- Ein Anreiz durch 10 Euro staatliche Förderung pro Monat zwischen dem 6. und dem 18. Geburtstag soll Eltern und ihre Kinder zum Sparen für die Altersvorsorge anstupsen. Wer die Anlageerfolge in diesen 12 Jahren erlebt, wird sicherlich schneller in ein langfristiges Sparen für das Alter einsteigen. So die Idee.
- Hierzu bietet Sirius Campus eine kleine Untersuchung mit folgenden Arbeitsfragen an:
 - Wie groß ist das **Potenzial** für die Frühstart-Rente wirklich?
 - Welche **Zielgruppen** sind interessiert?
 - Welche **Informationsquellen** nutzen Interessenten und welche **Erwartungen** haben sie an Angebote?
 - Werden auch **Versicherer mit ihren Vermittlern** um Rat gefragt oder werden nur Banken und Fondsgesellschaften als Anbieter in Betracht gezogen?
 - Welche **Botschaften** aktivieren die potenziellen Kunden am stärksten?
 - Welche Potenziale bietet die Frühstart-Rente für die **Gewinnung neuer Kunden** und die anschließende Ausschöpfung von **Cross-Selling**-Möglichkeiten?



Die Notwendigkeit, frühzeitig vorzusorgen, ist verstanden worden

Liebe Leserinnen und Leser,

„Mit der Frühstart-Rente wollen wir eine vierte Säule schaffen. Die erste reicht nicht mehr zum Leben“, so äußerte sich Carsten Linnemann, Mitglied des Deutschen Bundestages, zur Einführung der Frühstart-Rente.

Doch was sagen Bürgerinnen und Bürger zur Frühstart-Rente? Diese Frage beantwortet die aktuelle Studie. Danach ist das Vorhaben 75 % aller Befragten bereits bekannt. Insbesondere Eltern sehen Vorteile in der Frühstart-Rente (früher Einstieg in die Vorsorge, steuerfreie Kapitalerträge, Förderung). Sie würden bevorzugt in ein Wertpapierdepot, eine festverzinsten Rentenversicherung und fondsgebundene Rentenversicherung investieren. Nahezu 80 % der Eltern wären bereit, zusätzliche Beiträge in die Frühstart-Rente einzuzahlen.

Als Unternehmensberatung für Anbieter von Altersvorsorgeprodukten gehen wir einen Schritt weiter und zeigen die absehbaren Auswirkungen für Anbieter auf. Produktgestaltung, Verwaltungsprozesse, Zertifizierungskriterien und steuerliche Behandlung, IT und Vertrieb – das alles sind Bereiche, zu denen Anbieter bereits heute Überlegungen anstellen und Projekte vorbereiten sollten. Wer mehr über die Auswirkungen der Frühstart-Rente auf Anbieter, deren IT und Vertriebspartner erfahren möchte, meldet sich einfach zum Altersvorsorge-Forum 2025 an. Die Teilnahme (remote oder vor Ort) ist kostenfrei. Ich freue mich auf Sie.

Ihr

Martin Gattung



Martin Gattung, Gründer und Geschäftsführer Aeiforia GmbH

Altersvorsorge-Forum 2025
am 10.09.2025
Kostenfreie Anmeldung zur Veranstaltung mit
aktuellen Themen rund um die Altersvorsorge [hier](#)





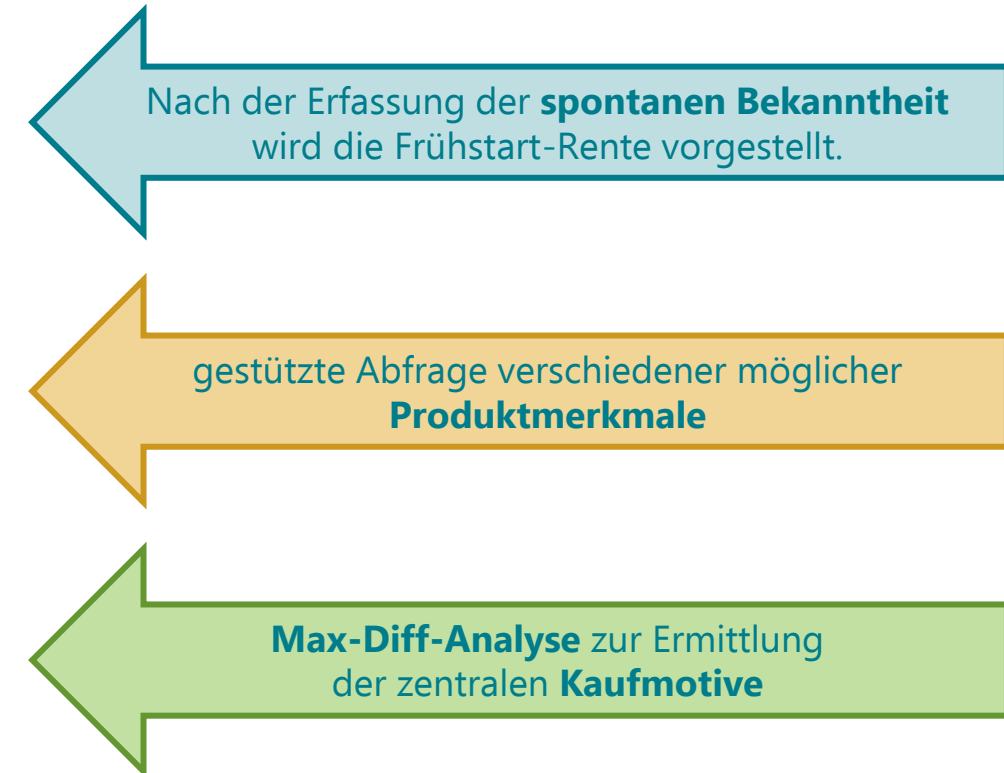
Worauf achten Kunden bei Angeboten zur Frühstart-Rente?

2. Untersuchungskonzept

Um das Potenzial realistisch abzuschätzen, wird in der Befragung eine Vorstellung der Frühstart-Rente vorgenommen

Untersuchungskonzept

- **Bekanntheit:** Wie bekannt ist die Frühstart-Rente bereits?
- **Relevanz:** Wie hoch ist die Abschlussbereitschaft für die eigenen Kinder bzw. Enkelkinder, Nichten / Neffen oder Patenkinder?
- **Präferenz:** Welche Erwartungen bestehen an ein Frühstart-Renten-Produkt?
- **Kaufmotiv:** Welche Botschaften motivieren für die Kontaktaufnahme mit Anbietern?
- **Anbieter:** Welche Beratungsorte und Anbieter kommen in Frage?



Bei frühzeitiger Bestellung sind Stichprobenaufstockung, Schaltung exklusiver Fragen und Auswertung spezieller Zielgruppen möglich.

Die Frühstart-Rente wird in einer Basisvariante angeboten, Aufstockungen sind möglich

Untersuchungskonzept: Erwartungen an das Angebot

Allgemeine Einstellungen zur Frühstart-Rente

- Bekanntheit, Informationsstand, Informationsbereitschaft
- Beurteilung des Konzepts
- generelles Produkt- und Preiswissen
- aktuelle finanzielle Unterstützung der Kinder
- Einstellungen zum Wechsel von Geldanlagen
- Interesse an Zusatzleistungen
- Produktpräferenzen:
 - Wertpapierdepot
 - fondsgebundene Renten-Versicherung
 - festverzinsten Renten-Versicherung
 - Bausparvertrag
- Vor- und Nachteile der verschiedenen Produkte
- Informationskanäle, Beratungsorte, Vertriebswege

Angebotsmerkmale der Kapitalanlage

- Art der Sparpläne: Aktien,
- Anlageklasse: Aktien, Renten, Rohstoffe, Edelmetalle, Immobilien
- Anlageformen: ETFs, Aktien- und Investment-Fonds, KI-gestützte Robo-Advisor, Fonds mit Garantiekonzepten
- Zusatzleistungen:
 - kostenfreie Wechselmöglichkeiten der Geldanlage jährlich
 - Einbezug Schüler-Unfall-Versicherung
 - Einbezug Schüler-Berufsunfähigkeits-Versicherung



Bei einem sehr einheitlichen Produkt über verschiedene Anbieter ist eine prägnante Werbung von großer Bedeutung

Untersuchungskonzept: Kaufmotive

- Um die zentralen und besonderen Kaufmotive zu ermitteln, verwenden wir in der Untersuchung eine Max-Diff-Analyse.
- Hiermit können insgesamt die relevantesten und für einzelne Zielgruppen spezifische Vorteilsargumente ermittelt werden.
- Es wurden insgesamt 22 Merkmale abgefragt werden, z. B.:
 - große Auswahl an ETFs
 - Anlageangebote mit besonderen Nachhaltigkeitsschwerpunkten
 - ESG-konforme Anlageangebote
 - Einstiegsberatung im digitalen KI-Chat
 - persönliche Einstiegsberatung
 - dauerhafte oder einmalige Zuzahlungsmöglichkeiten
 - Entnahmemöglichkeit zugezahlter Sparbeiträge
 - einfache Online-App zur Verfolgung der Geldanlage
 - regelmäßige Aktionsangebote für ETFs oder Investment-Fonds
 - Nutzung für eine Immobilienfinanzierung mit vergünstigten Zinsen

Max-Diff		
Mehrere Präferenzentscheidungen mit kurzen Listen der Zusatzleistungen		
am unwichtigsten	Zusatzleistung	am wichtigsten
☐	große Auswahl an ETFs	☐
☐	Einstiegsberatung im digitalen KI-Chat	☐
☐	dauerhafte oder einmalige Zuzahlungsmöglichkeiten	☐
☐	regelmäßige Aktionsangebote für ETFs oder Investment-Fonds	☐

Max-Diff-Analysen können für rund 20 Merkmale objektive Relevanz ohne Einfluss einer künstlichen Preisorientierung ermitteln.



Befragung von Eltern, Großeltern und Tanten / Onkeln

3. Untersuchungsdesign

Online-Befragung bei Eltern, Großeltern und (Paten-)Tanten / Onkeln

Untersuchungsdesign

Eltern mit Kindern im Alter zwischen 4 und 16 Jahren

Stichprobe: n=800
Bev-rep-Ansprache im Online-Panel

komplette Befragung wie im Untersuchungskonzept
vorgestellt inkl. Max-Diff zur Angebotsgestaltung

Repräsentativ-Gewichtung

Interviewdauer: 20 Minuten

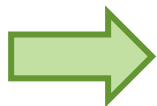
Personen mit Enkelkindern, Nichten, Neffen oder Patenkindern im Alter zwischen 4 und 16 Jahren

Stichprobe: n=200
Bev-rep-Ansprache im Online-Panel

Fragen rund um Zuzahlungen und Geldgeschenken,
inkl. Max-Diff zur Angebotsgestaltung

Repräsentativ-Gewichtung

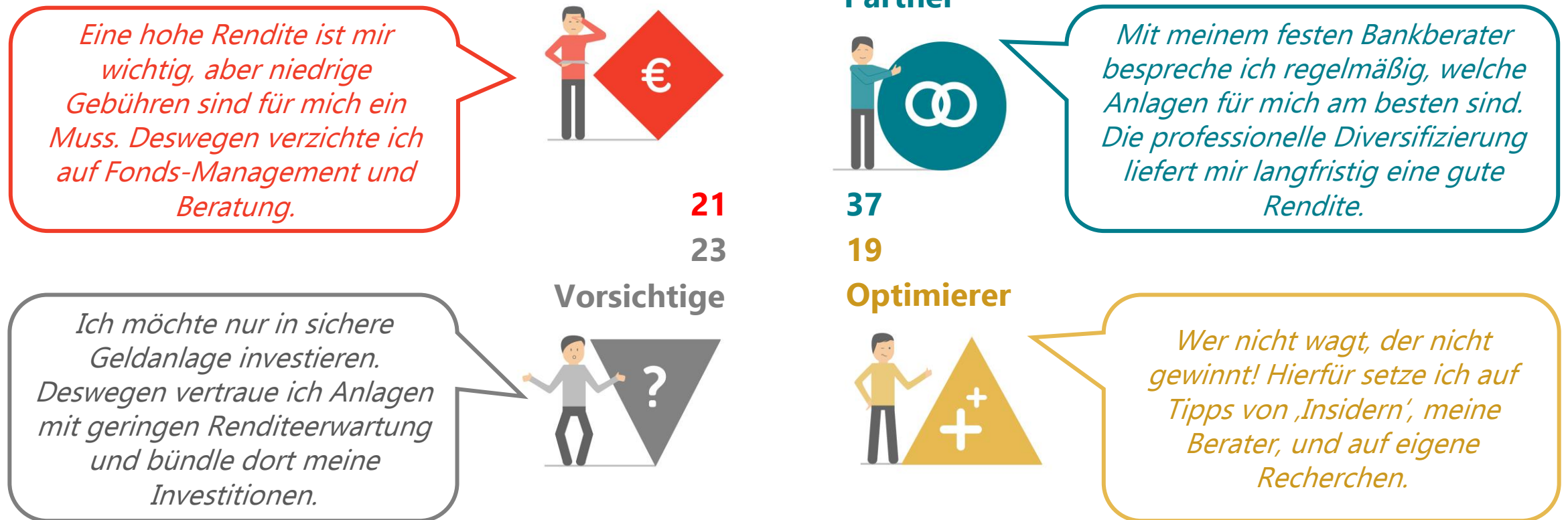
Interviewdauer: 15 Minuten



Erfassung und Analyse nach Soziodemographika, Anbindung an Banken, Sparkassen, Versicherer und Fondsgesellschaften, ggf. auch Bausparkassen und weiterer finanzmarktspezifischer Merkmale

Neben klassischen soziodemographischen Gruppen und Markennutzer werden auch die Select Typen als Analysegruppe erhoben

Untersuchungsdesign: Select Typen im Geldanlagemarkt





Flexible Teilnahmemöglichkeiten

4. Angebot und Kontakt

Bestellung des Berichtssatzes „Potenziale und Marktstrategien für die Frühstart-Rente“ - Bitte als Scan an info@siriuscampus.de

Mit dem Ankreuzen bestelle ich verbindlich die folgende Ergebnislieferung der oben genannten Untersuchung
Wählt die passende Variante aus

Focus

Bericht zur Elternbefragung mit Kindern
zwischen 4 und 16 Jahren
und Befragung von Großeltern / Tanten /
Onkeln (n=200)
+ Management Summary + Tabellenband

☐ 2.450 €

Focus Plus

kompletter Bericht, Tabellen und
Management-Summary wie links beschrieben

+ **Online-Ergebnisworkshop**

☐ 2.950 €

Advanced

kompletter Bericht, Tabellen und Management-
Summary wie links beschrieben
+ **individuelle Aufbereitung von bestimmten
Fragestellungen rund um Zielgruppen und
Produktgestaltung (2 PT)**
+ **individueller Online-Workshop**

☐ 4.450 €

 bitte ankreuzen ☐ Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf der folgenden Seite.

Bitte Rechnungsadresse angeben.

Name:	E-Mail:
Abteilung / Position:	Tel.:
Unternehmen:	PO#:
Straße, Nr.:	Datum:
PLZ Ort:	Unterschrift:

Alle Preise verstehen sich zzgl. der ges. MwSt.

Angebotsbedingungen für Mehrbezieher-Untersuchungen

Angebotsbedingungen

Bei zu wenigen Bestellungen behält sich Sirius Campus vor, die angebotene Leistung zu einem späteren Zeitpunkt durchzuführen.

Die Preise des Angebots beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörigen Bedingungen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang für den Auftraggeber.

Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen liegen und verbleiben unbefristet bei der Sirius Campus GmbH. Die Marke Select Typen ist als Wort- / Bildmarke beim Deutschen Patent- und Markenamt unter der Nummer 30 2020 011 740.2 eingetragen.

Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen für Gewährleistungen im Rahmen der projektbezogenen Leistungen für Beratung und Forschung. Die Sirius Campus GmbH haftet nicht für die Umsetzung von Handlungsempfehlungen durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.

Diese Marktuntersuchung sowie alle einzelnen Untersuchungsergebnisse sind Eigentum der Sirius Campus GmbH.

Den Beziehern ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Untersuchungsergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

- Einzelne Ergebnisse aus dem Bericht dürfen ohne Rücksprache mit Sirius Campus den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Marktuntersuchung weitergeleitet, sondern nur Auszüge oder Einzelergebnisse.
- Veröffentlichungen in der Presse sind nicht ohne Zustimmung durch Sirius Campus möglich.

Alle Investitionen (Preise) verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer. 60% des Auftrags werden mit der Bestellung in Rechnung gestellt, den Restbetrag zzgl. möglicher Reisekosten und Zusatzbestellungen mit Projektabschluss. Wenn nicht anders vermerkt werden Reisekosten Bahnfahrt 2. Klasse, Economy Flugreisen und PKW mit 0,40 € / km in vollem Umfang mit der Abschlussrechnung in Rechnung gestellt. Die Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Zustellung fällig. Abzüge oder Skonti werden nicht gewährt.

Bei mehreren Angeboten ist jeweils das Angebot mit dem jüngsten Datum gültig.

Das Angebot ist urheberrechtlich geschützt und darf nicht an Dritte weitergegeben werden.

Das Projektteam

Kontakt



Christoph Müller

Gründer & Geschäftsführer

Christoph.Mueller@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 246 644



Onat Murtezaoglu

Consultant

Onat.Murtezaoglu@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 246 641

Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

Über Sirius Campus

Wirksame Angebote entwickeln



Kunden entschieden machen



Aufmerksamkeitsstarke Ansprache gestalten



Kauf- und Preisbereitschaft steigern



Absatz und Ertrag steigern



www.siriuscampus.de und www.select-typen.de



sirius
campus

Die Gestaltung von Entscheidungsprozessen bietet ein überraschendes Wirkungspotenzial

Sirius Campus GmbH | Im Klapperhof 33c | 50670 Köln

info@siriuscampus.de | +49 221 42 330 200 | www.siriuscampus.de

Geschäftsführer: Christoph Müller & Dr. Oliver Gaedeke | Sitz der Gesellschaft: Köln | Handelsregister: HRB 94315 | Amtsgericht Köln