

Zeit für den Ruhestand

Bevorstehender Ruhestand der Generation der „Baby-Boomer“ ist ein Segen für die Wirtschaft

Da die Nachkriegsgeneration der so genannten „Baby-Boomer“ nun vor dem Eintritt in das Rentenalter steht, wurde eine ganze Reihe von Produkten und Dienstleistungen mit Blick auf diese relativ vermögende und freizeitorientierte Verbrauchergruppe entwickelt. Die Angehörigen dieser Generation sind zwischen 1947-1949 geboren, als es unmittelbar nach dem Krieg einen großen Zuwachs bei den Geburten gab. Diese Menschen werden zwischen 2007-2009 sechzig Jahre alt werden und damit das in Japan übliche Alter für den Eintritt in den Ruhestand erreichen. Die große Zahl von Ruheständlern ist der Finanzwirtschaft nicht entgangen, die sich eifrig darum bemüht, den erwarteten Boom bei den Abfindungszahlungen für sich zu nutzen. Auch Produzenten hoffen auf Profite, indem sie Produkte für Kunden anbieten, die viel freie Zeit und Geld zur Verfügung haben.

In den Startlöchern



Am 1. Oktober 2004 gab es in Japan 6,79 Millionen Menschen im Alter zwischen 55-57 Jahren. Das waren laut Angaben des Ministeriums für Inneres und Kommunikation fast 50 % mehr als die 4,63 Millionen Menschen im Alter zwischen 58-60 Jahren. Die Summe der Abfindungszahlungen, die zwischen 2007-2009 jährlich zur Auszahlung gelangen wird, wird auf 35-60 Billionen Yen (ca. 318-545 Mrd. US-Dollar) geschätzt.

Für die Finanzinstitute bieten diese Summen ein großes Potential für die Ausweitung ihrer Geschäftsaktivitäten. Dies gilt insbesondere für Anlagebanken. Während bei den Aktivitäten der Großbanken und der anderen normalen Banken die arbeitende Bevölkerung im Mittelpunkt steht, z.B. mit dem Überweisen der Gehälter oder der Hypotheken, gewinnen die Anlagebanken ihre Kunden in der Regel erst dann, wenn diese ihre Abfindungen für den Ruhestand erhalten haben. Zudem haben die Anlagebanken ein Monopol bei der Vermittlung von Immobilien sowie bei erbschaftsbedingten Transaktionen inne, wie etwa das Verwalten von Nachlässen, also Geschäftsaktivitäten, die überwiegend von Kunden mittleren und höheren Alters in Anspruch genommen werden. Sumitomo Trust & Banking Co., eine der größten Anlagebanken Japans, hat - erstmals seit vierzehn Jahren wieder - im April eine TV-Werbekampagne gestartet, die sich an die Zielgruppe der Baby-Boomer richtet.

Auch Wertpapierbanken wollen sich ihren Anteil am Geschäft mit den Baby-Boomern sichern. Eines der gefragtesten Produkte für diese Kundengruppe sind so genannte „umfassende Konten“, die es möglich machen, alle Anlagen eines Investors mittels eines einzigen Kontos zu verwalten. Diese Art von Konto wird bereits seit längerem von institutionellen Anlegern genutzt, aber eine Gesetzesänderung vom April 2004 erleichterte es den Brokern, solche Konten auch Einzelpersonen anzubieten. Viele haben diese neue Möglichkeit bereits für sich entdeckt. Die Produkte auf diesem Markt sind zumeist auf Investitionen aus Abfindungszahlungen von zehn Mio. Yen (ca. 91.000 US-Dollar) an aufwärts zugeschnitten. Die hohen Anforderungen haben die Anleger aber keineswegs entmutigt. Die Mittel, die in diese Produkte investiert werden, nehmen rasch zu, zusätzlich beschleunigt durch die Aufhebung des „Payoff“-System im Frühjahr dieses Jahres, so dass der maximale Betrag der Einlagensicherung für den Fall der Zahlungsunfähigkeit einer Bank nun bei zehn Millionen Yen pro Kunde liegt. Auch informieren sich immer mehr Kunden über diese Produkte.

Freie Zeit

Ein weiterer Wirtschaftszweig, der von der großen Zahl von Ruheständlern der Generation der Baby-Boomer profitieren dürfte, ist die Tourismusbranche. Die Zahl der Passagiere von Kreuzfahrten, einer bei Ruheständlern beliebten Urlaubsvariante, stieg 2004 um 25 % auf insgesamt 73.000 (mindestens eine Übernachtung an Bord). Der Sprecher eines führenden Reisebüros meinte: „Viele unserer Kunden sind verheiratete Paare, die ihren Eintritt in den Ruhestand oder ihre Hochzeitsjubiläen feiern.“ Die Branche geht insgesamt davon aus, dass der beginnende Ruhestand der Baby-Boomer zu einer größeren Nachfrage führen wird.

Manche aus dieser Altersgruppe entwickeln nostalgische Gefühle beim Autofahren. Wie der Name vermuten lässt, ist der Roadster der Mazda Motor Corporation ein Zweisitzer, dessen Design an die sechziger Jahre erinnert, also die Zeit, in der die Baby-Boomer erwachsen wurden. Es wurden bereits über 700.000 Mazda Roadster verkauft, vor allem in den Vereinigten Staaten und Europa.

Für Baby Boomer, die früher einmal davon träumten, Rockstars zu werden, gibt es inzwischen die von der Yamaha Corporation entwickelte „Stille Gitarre“. Seit ihrer Einführung Ende 2001 wurden bereits über 24.000 Exemplare verkauft, eine erstaunliche Zahl, wenn man bedenkt, dass Yamaha ursprünglich von 2.000 verkauften Exemplaren ausgegangen war. Auch die Verlage stellen sich auf ein Lesepublikum ein, das viel Zeit zum Lesen hat. Der Verlag Shogakkan Inc. startete im Mai die erste Auflage von Rakuda, einem alle zwei Monate erscheinenden Magazin für Leser ab 50.

Auch wenn die Generation, die in den letzten Jahrzehnten einen großen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung Japans geleistet hat, nun in den Ruhestand geht, sieht es ganz so aus, als würde sie auch für die nächsten Jahre die Stütze der Wirtschaft des Landes sein: diesmal als Konsumenten und Anleger ihrer Abfindungszahlungen.

(Quelle: Web Japan)