

Potential vermögender Kunden

Entwicklung der Vermögensstruktur im deutschsprachigen
Raum und die Anforderungen an die Finanzberatung

Bachelorarbeit

zur Erlangung des Grades

Bachelor of Science

im Studiengang Informationsmanagement

vorgelegt von

Ulli Moskopp

Matrikelnummer: 207 200 781

Betreuer: *Dipl.-Math. (FH) Robert Eifler*

Erstgutachter: *Prof. Dr. Thomas Burkhardt*

Zweitgutachter: *Dipl.-Math. (FH) Robert Eifler*

Koblenz, im Mai 2011

Erklärung

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Mit der Einstellung der Arbeit in die Bibliothek bin ich einverstanden.

Ja Nein

Der Veröffentlichung dieser Arbeit im Internet stimme ich zu.

Ja Nein

Koblenz, den 31.05.2011

Ulli Moskopp

Abstract

– German –

Diese Bachelorarbeit beschäftigt sich mit dem Potential vermögender Kunden im Private-Banking Sektor und den in diesem Bereich angebotenen Finanzdienstleistungen. Hierzu wird unter anderem ein Vergleich des internationalen Potentials mit dem Potential im deutschsprachigen Raum, mit Hilfe von Zeitreihen, durchgeführt. Der Bezugszeitraum liegt zwischen den Jahren 2000 und 2009. In dieser Zeit kam es, gerade durch die Finanzkrise und deren Folgen, zu Kapitalumverteilungen. Die sich aus dieser Analyse ergebenden Veränderungen des Potentials werden daraufhin im Bezug auf die Umgestaltungsmöglichkeiten im Bereich der Finanzdienstleistungen in diesem Sektor angewandt. Hierbei steht das Erreichen eines hohen Servicegrades im Vordergrund, denn dies ist einer der Hauptgründe, warum eine Kunde bei einer Bank bleibt und diese nicht wechselt. Zudem werden neue Möglichkeiten im Banksektor erwähnt und auf die Auswirkungen unterschiedlicher Berater-Entlohnungsmodelle eingegangen.

– English –

This bachelor thesis deals with the potential of wealthy clients in the private banking sector, as well as with financial services offered in this domain. For this purpose a comparison of the international potential in the German-speaking world was conducted which was ascertained with the help of statistical series. The reference period for this comparison extends over the years from 2000 to 2009. Especially in this time period one was able to notice capital restructuring due to the finance crisis and its impacts. The results out of the analysis of the changing potential are then used to find possibilities of reorganizing offered financial services in the private banking sector. While doing so, the achievement of a high service level has the highest priority as this is the main reason for customers to remain with a certain bank. In addition to that this thesis also mentions new possibilities concerning the banking sector as well as consequences of different models of consultant payments.

Inhaltsverzeichnis

Abstract	I
Inhaltsverzeichnis	II
Abbildungsverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis	IV
1 Einleitung.....	1
1.1 Hintergrund und Themendarstellung.....	1
1.2 Ziel und Aufbau der Arbeit	2
2 Vermögensentwicklung und Lokalisierung	3
2.1 Einführung	3
2.2 Entwicklung und Verteilung weltweit	3
2.3 Einkommens- und Vermögensverteilung im deutschsprachigen Raum	7
3 Anlagegestaltung.....	11
3.1 Einführung	11
3.2 Sparquote	11
3.3 Diversifikation der Anlage	13
3.4 Onshore versus Offshore Wealth	18
4 Zwischenfazit.....	22
5 Möglichkeiten und Veränderungen im Private-Banking.....	23
5.1 Vertrauen bringt Wandel.....	23
5.2 Neue Strukturen und Banken	24
6 Finanzdienstleistungen und deren Ziele im Private-Banking.....	25
6.1 Finanz- und Beratungsdienstleistungen	25
6.2 Finanzdienstleistungen im Private-Banking	27
6.3 Beratungsleistungen im Private-Banking	30
6.4 Ziele der Finanz- und Beratungsdienstleistungen im Private-Banking.....	33
7 Verbesserung der Finanzdienstleistungen unter Berücksichtigung des veränderten Potentials.....	34
7.1 Einführung	34
7.2 Vorschläge für Dienstleistungsverbesserungen	35
8 Veränderungen bei Finanzdienstleistungen durch gesetzliche Restriktionen	37
9 Veränderungen bei der Beratung	39
9.1 Einführung	39
9.2 Standardisierung.....	39
9.3 Softwareeinsatz in der Beratung.....	41
9.4 Frauenanteil.....	42
10 Entlohnung der Berater	45
11 Fazit	48
Literaturverzeichnis.....	51

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Anzahl der HNWI und deren Gesamtvermögen	4
Abbildung 2: Anzahl Ultra HNWI von 1996 bis 2007	5
Abbildung 3: Globale Verteilung der HNWI Bevölkerung von 2000 bis 2009.....	6
Abbildung 4: World Wealth Pyramide - Darstellung des Weltvermögens nach Vermögensklassen	6
Abbildung 5: Millionäre - Vergleich und Entwicklung Deutschland, Österreich, Schweiz	7
Abbildung 6: Verteilung des individuellen Vermögens in der deutschen Bevölkerung	9
Abbildung 7: Unterschied der Vermögensverteilung zwischen Ost- und Westdeutschland...	10
Abbildung 8: Sparquote vom Bruttoeinkommen in Deutschland, Österreich und der Schweiz	12
Abbildung 9: Sparquote in % am durchschnittlichen Nettomonatseinkommen.....	13
Abbildung 10: Prozentuale Verteilung des HNWI-Vermögens in Anlagebereich weltweit	14
Abbildung 11: Anlagevermögensverteilung in Gruppen - Vergleich zwischen globalem Verhalten und dem Verhalten im deutschsprachigen Raum	16
Abbildung 12: Anlagehäufigkeit in % der Länder Deutschland, Österreich und Schweiz in bestimmte Anlageprodukte	17
Abbildung 13: Geografische Vermögensverteilung von Deutschland, Schweiz und Österreich	20
Abbildung 14: BIP-Veränderung ausgewählter Länder zwischen 2008 und 2010.....	21
Abbildung 15: Verteilung der Vermögensklassen auf Family-Office-Typ	29
Abbildung 16: Kategorisierung der Vermögensinhaber bei Family-Office-Kunden nach Risiko	36
Abbildung 17: Rückgang bzw. Wachstum der Erwerbstätigenzahlen nach Geschlecht und Ausbildungsabschluss in Deutschland im Zeitraum 1991 bis 2004.....	43
Abbildung 18: Interessenanteil der Frauen und Männer an bestimmten Produktgruppen ...	44

Abkürzungsverzeichnis

HNWI	High Net Worth Individuals
CAGR	Compound Annual Growth Rate
Abb.	Abbildung
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
u.a.	unter anderem
uvm.	und viele mehr
z.T.	zum Teil
WPHG	Wertpapierhandelsgesetz
WpDVerOV	Wertpapierdienstleistungs-Verhaltens- und Organisationsverordnung
MiFID	Markets in Financial Instruments Directive
KWG	Kreditwesengesetz

1 Einleitung

1.1 Hintergrund und Themendarstellung

Der erste Teil der vorliegenden Bachelorarbeit beschäftigt sich mit dem Potential vermöglicher Kunden im Private-Banking-Sektor und den in diesem Bereich angebotenen Finanzdienstleistungen. Die Betrachtungen beziehen sich überwiegend auf den deutschsprachigen Raum, das heißt auf die Länder Deutschland, Österreich und die Schweiz. Der Anteil reicher als auch armer Menschen steigt seit einiger Zeit immer weiter an, wohingegen die Mittelschicht mehr und mehr wegfällt. Somit ist auch das Gesamtvermögen wohlhabender Menschen weiter gestiegen, denn das Geld wird insgesamt nicht weniger, sondern verteilt sich lediglich anders.¹ Aus diesem Grund ändern sich auch die Möglichkeiten in verschiedenen Bereichen des Bankwesens. Hierdurch wird es interessant, sich die Veränderung des Potentials im Bereich Private-Banking anzusehen. Ein weiterer spannender Punkt bei dieser Analyse stellt die in 2007 entstandene Bankenkrise und ihre Auswirkungen auf die Finanzmärkte dar. Entstanden ist die Krise unter anderem durch Fehlspekulationen am amerikanischen Immobilienmarkt. Diese Krise zog Folgen in der gesamten Weltwirtschaft nach sich und ließ auch die Vermögen in den privaten Haushalten stark sinken. Mittlerweile ist jedoch ein gegenläufiger Trend zu erkennen. Die Vermögen scheinen wieder zu steigen. Aber welche Veränderungen ergeben sich? Wie ist das Potential insgesamt in diesem Bereich einzuschätzen und welche Trends oder Veränderung gab es in den letzten Jahren in diesem Segment. Das sind die Fragen mit dem sich der erste Teil dieser Arbeit auseinandersetzt.

Für das daraus resultierende Potential bzw. Kundenklientel aus dem Segment des Private-Banking sind folglich auch die hierfür angebotenen Finanzdienstleistungen zu begutachten, was im zweiten Teil aufgearbeitet wird. Der Begriff Finanzdienstleistung ist dabei sehr breit gefächert. Überweisung, Anlageberatung oder Kreditvergabe, wie sie auch im Retail-Banking² zu finden sind, sind hier nur Beispiele. In dieser Arbeit aber werden

¹ vgl. Lauterbach (2009), S. 123f

² Als Retail-Banking wird bei Banken das standardisierte Privatkundengeschäft bezeichnet. Der Begriff grenzt eine Zielgruppe neben den Firmenkunden und den Kunden des Privat-Banking ab. (vgl. Keck, Markus / Hahn, Marco (2006), S. 26)

Finanzdienstleistungen speziell aus dem Private-Banking, wie das Family Office³, betrachtet. Der Nutzen dieser wird analysiert und Verbesserungsvorschläge werden daraufhin erarbeitet. Ein Ausschöpfen dieser noch nicht genutzten Potentiale eröffnet gegebenenfalls neue Möglichkeiten auf Kundenbedürfnisse zu reagieren und zusätzlich die Effizienz in den betroffenen Bereichen von der Beratung bis zum Vertragsabschluss zu steigern. Mittlerweile weiß man, dass für einen großen Teil der Private-Banking Kunden der „wichtigste Faktor [...] für eine weitere Zusammenarbeit mit ihrer Bank die Servicequalität“⁴ ist. Eine der wichtigsten Faktoren diese Zufriedenheit auf einem konstant guten Level zu halten beziehungsweise weiter zu steigern ist, die angebotenen Finanzdienstleistungen zu analysieren und gegebenenfalls anzupassen.

1.2 Ziel und Aufbau der Arbeit

Die Arbeit wird sich im Folgenden zuerst mit der Vermögensentwicklung und der weltweiten Verteilung des Vermögens sehr vermögender Personen, der sogenannten HNWIs (High Net Worth Individuals) beschäftigen. Als Indikator dieser Gruppe wird in dieser Arbeit ein Volumen von einer Million US-Dollar (zurzeit 704.970,00 €⁵) sofort investierbarem Vermögen genommen. Allgemein werden aber auch Personen mit einem sofort investierbaren Vermögen von circa 300.000 € als reich bezeichnet und in dieser Arbeit betrachtet. Ab einem solchen Kapitalstamm ist die Beratung im Private-Banking meist möglich. Eine genaue Vermögensgrenze ist dabei nicht festzulegen, da diese von Bank zu Bank sehr unterschiedlich ist.

Weiterhin wird daraufhin die Anlagegestaltung besprochen und ein kurzes Zwischenfazit gezogen, in dem die wichtigsten Sachverhalte zusammengefasst werden. Im Weiteren werden dann Veränderungen und Verbesserungen von Finanzdienstleistungen sowie der Beratung im Finanzdienstleistungssektor in sehr unterschiedlichen Bereichen untersucht. Abschließend wird noch auf die Entlohnung des Beraters eingegangen und ein Fazit über die gesamte Arbeit gezogen.

³ „Idealtypisch gesehen ist ein Family Office eine Organisation, die alle finanziellen und nicht-finanziellen Aspekte des Vermögens einer bestimmten Familie organisiert und strategisch ausrichtet.“ (Erlebach, Wolfgang (2006), S. 101)

⁴ Hens/Bachmann (2008) S. 5

⁵ Interbankenkurs, Stand: 26.05.2011, 14:58 Uhr;

http://www.is-mdg.pbc.deutsche-bank.de/pbc/is-mdg/oic/mace1126.html?DATE=2011-05-26&ID_CURRENCY_FROM=USD&ID_CURRENCY_TO=EUR&VALUE=1000000

2 Vermögensentwicklung und Lokalisierung

2.1 Einführung

Im Folgenden muss zunächst die Entwicklung der Vermögen sehr reicher Personen weltweit kurz dargestellt und diese dann auf den deutschsprachigen Raum eingegrenzt werden. Sehr reiche Personen werden zumeist als sogenannten HNWI bezeichnet. Diese Definition benutzen unter anderem auch die „Boston Consulting Group“ in ihrem „Global Wealth Report“⁶ sowie „Merrill Lynch and Capgemini“ in ihrem „World Wealth Report“⁷. Daher werden im Folgenden viele Daten aus Berichten dieser Organisationen benutzt, da diese eine hohe Vergleichbarkeit bieten.

2.2 Entwicklung und Verteilung weltweit

Die Zahl der HNWI steigt weltweit stetig von 1996 mit 4,5 Millionen bis 2007 auf 10,1 Millionen an.⁸ Zum ersten Mal seit zwölf Jahren gab es 2008 einen Einbruch der Zahl der Superreichen, der der Finanzmarktkrise geschuldet war. Allerdings scheint dieser Einbruch im Jahr 2009 fast schon wieder vergessen, denn die Anzahl der HNWI ist von 8,6 Millionen (entspricht dem Niveau von den Jahren 2004/2005) innerhalb eines Jahres, mit zehn Millionen, fast wieder auf das Niveau des Jahres 2007 angestiegen.⁹ Somit befinden wir uns, nur die Anzahl der HNWI betrachtet, wieder auf einem sehr hohen Niveau. Trotz der über die Jahre steigenden Tendenz der Anzahl sehr reicher Menschen fallen die Steigerungsraten im Einzelnen zwischen den jeweiligen Jahren sehr unterschiedlich aus. Die kumulierte jährliche Steigerung über eine bestimmte Anzahl an Jahren lässt sich mit der sogenannten CAGR (Compound Annual Growth Rate) bestimmen.¹⁰ Zwischen 1996 und 2000 sind sehr hohe Raten zu erkennen. Die CAGR liegt in diesem Bereich bei 11,7 %. Danach sind die Steigerungen bis 2007 niedriger, die CAGR liegt bei 5,4 %. Erst 2008 erfolgt dann der Einbruch durch die Finanzkrise um 17,4 %, von 10,1 Millionen auf 8,6 Millionen. Das Vermögen von 2,4 Millionen Menschen weltweit fällt schlagartig unter die Grenze von einer Million US-Dollar.¹¹

⁶ vgl. The Boston Consulting Group (2010), S. 8

⁷ vgl. Capgemini & Merill Lynch (2010), S. 4

⁸ vgl. Capgemini & Merill Lynch (2006), S. 3

⁹ vgl. Capgemini & Merill Lynch (2010), S. 5

¹⁰ vgl. Gottschalg, Oliver (2006), S.201

¹¹ vgl. Capgemini & Merill Lynch (2006), S. 3 und vgl. Capgemini & Merill Lynch (2010), S. 5

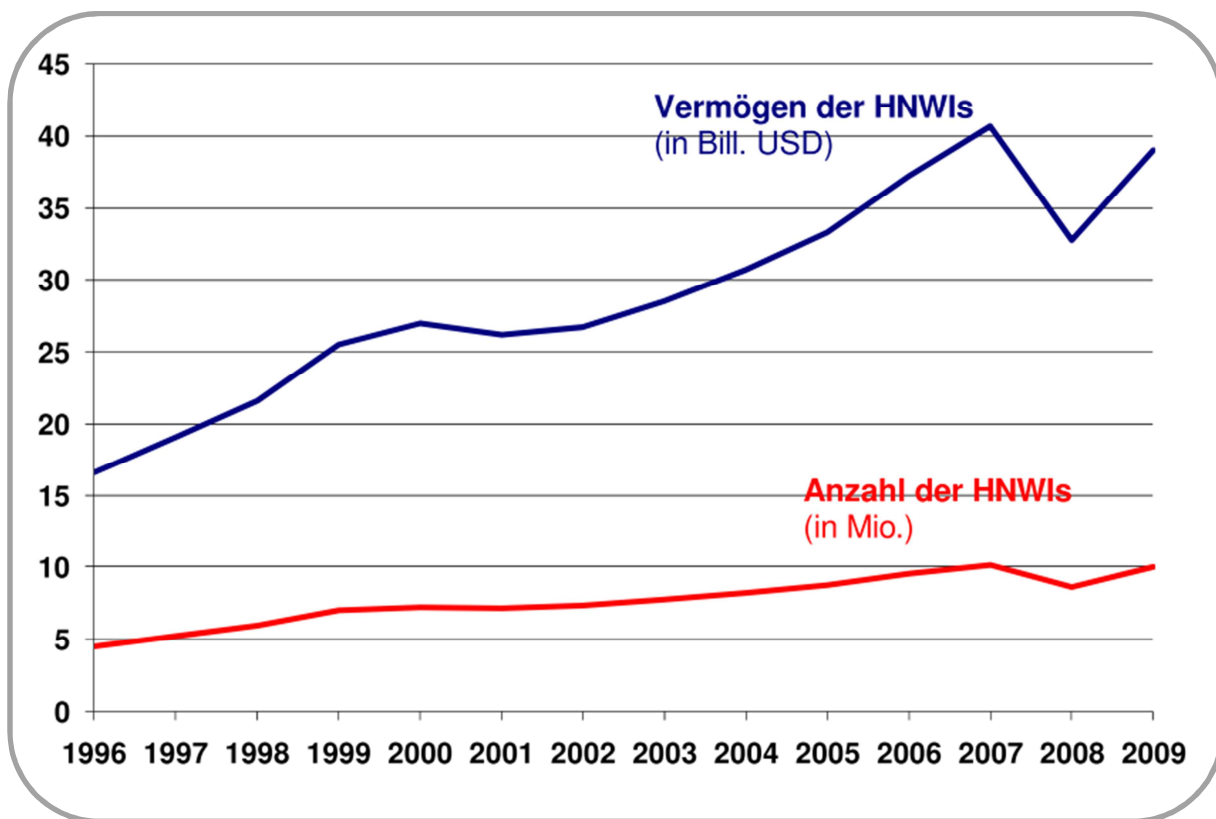


Abbildung 1: Entwicklung der Anzahl der HNWIs und deren Gesamtvermögen
(Quelle: Faust, Martin 2010, S. 2)

Als Vermögen wird hier das Gesamtvermögen „exklusive Hauptwohnsitz, Sammlerstücken, Verbrauchsgütern und langlebigen Gebrauchsgütern definiert“¹². Auch das Gesamtvermögen der HNWIs entwickelt sich ähnlich wie die Population der HNWIs. Seit 1996 bis zum Einbruch 2008 ist der Trend steigend¹³ (vgl. Abb. 1). Allerdings ist die Zuwachsrate des Vermögens der HNWIs höher als die Zuwachsrate der HNWI-Anzahl, das heißt die vermögenden Personen erwirtschaften immer mehr Geld. Auch hier ist das Gesamtvermögen fast wieder auf Vorkrisenniveau angestiegen. Es liegt 2009 nur noch 4,2 % unter dem Wert des Jahres 2007. Im Jahr 2009 wurde bereits für das Jahr 2013 prognostiziert, dass das Vermögen aller HNWIs, mit 48,5 Billionen US-Dollar, schon weit über dem Niveau von 2007 liegt. Hierzu gibt es aber noch keine erhobenen und ausgewerteten Daten.¹⁴ Die derzeitige Entwicklung lässt jedoch bereits vermuten, dass 2010 bereits das Niveau von 2007 übertroffen wird.

¹² Eraghi, Jasmin (2010), S. 1

¹³ vgl. Capgemini & Merrill Lynch (2006), S. 3 und vgl. Capgemini & Merrill Lynch (2010), S. 5

¹⁴ vgl. Capgemini & Merrill Lynch (2009), S. 6

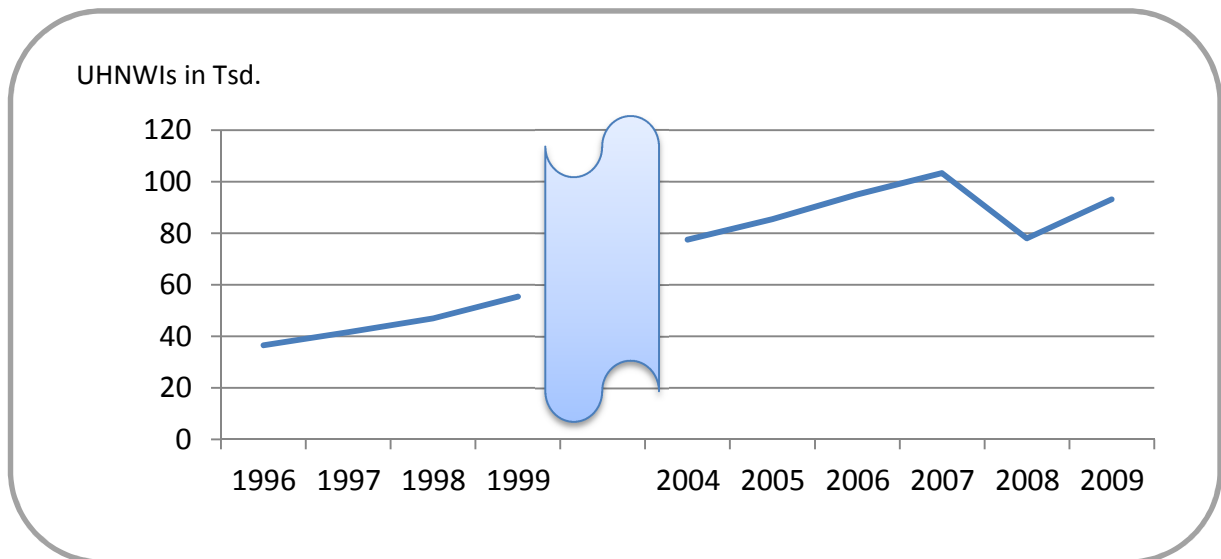


Abbildung 2: Anzahl Ultra HNWI's von 1996 bis 2007
 (Quelle: eigene Darstellung, Daten: Capgemini & Merrill Lynch, Wealthreports 2000 bis 2010)

Im Global Wealth Report 2010 der Boston Consulting Group wird des Weiteren beschrieben, dass die „Assets under Management“ (die von Instituten insgesamt zu verwaltenden Kundengelder) wieder bis auf weniger als 0,1 % auf dem Niveau von 2007 liegen.¹⁵ Die Anzahl der Ultra-HNWIs¹⁶ steigt seit 1996, mit Ausnahme des Zeitraums der Finanzkrise, immer weiter an (vgl. Abb. 2). Das Bemerkenswerte bei dieser Gruppe ist, dass sie nur einen sehr kleinen Teil der HNWI's (0,9%, Stand 2009) darstellt, jedoch mehr als ein Drittel, nämlich 35,5 %, des Gesamtvermögens der HNWI's besitzt.¹⁷

Auch an der sogenannten „Wealth-Pyramide“ der Credit Suisse (vgl. Abb. 3) lässt sich erkennen, wie klein der Anteil derer ist, die in die Zielgruppe des Private-Banking fallen. Nur der oberste Bereich fällt zu 100 % in den Private-Banking-Sektor. Der Bereich darunter, mit einem Mindestvermögen von 100.000 US-Dollar, nur bedingt. Würde man diese beiden Bereiche trotzdem zusammenfassen und die Personen abziehen, die an der unteren Grenze des zweiten Bereichs zu finden sind, würde man auf einen Anteil von noch nicht einmal 8 % der Weltbevölkerung kommen, die in die Zielgruppe des Private-Bankings fallen. Obwohl diese Gruppe sehr klein ist, ist sie trotzdem von enormer Bedeutung, da sie dreiviertel des weltweiten Gesamtvermögens innehat.¹⁸

¹⁵ vgl. The Boston Consulting Group (2010), S. 8

¹⁶ Personen mit einem Nettofinanzvermögen von mehr als 30 Mio. US-Dollar

¹⁷ vgl. Capgemini & Merrill Lynch (2010), S. 7

¹⁸ vgl. Credit Suisse Research Institute (2010), S. 14

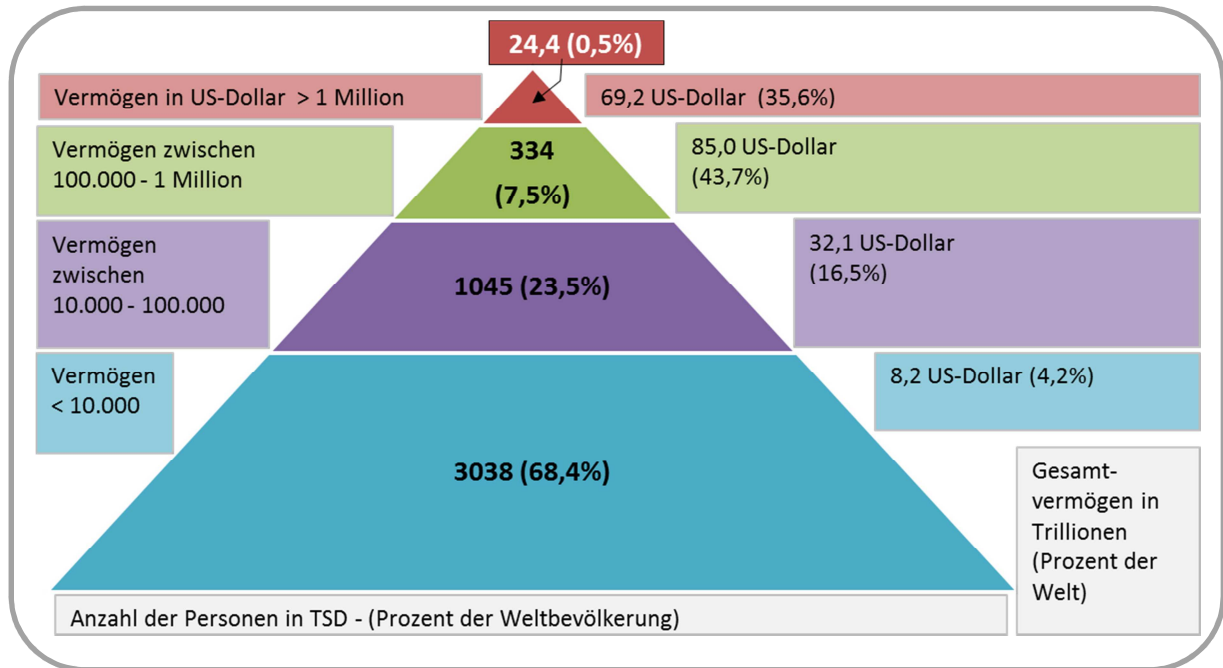


Abbildung 4: World Wealth Pyramide - Darstellung des Weltvermögens nach Vermögensklassen (Quelle: eigene Darstellung, in Anlehnung an: Credit Suisse Research Institute (2010), S. 5)

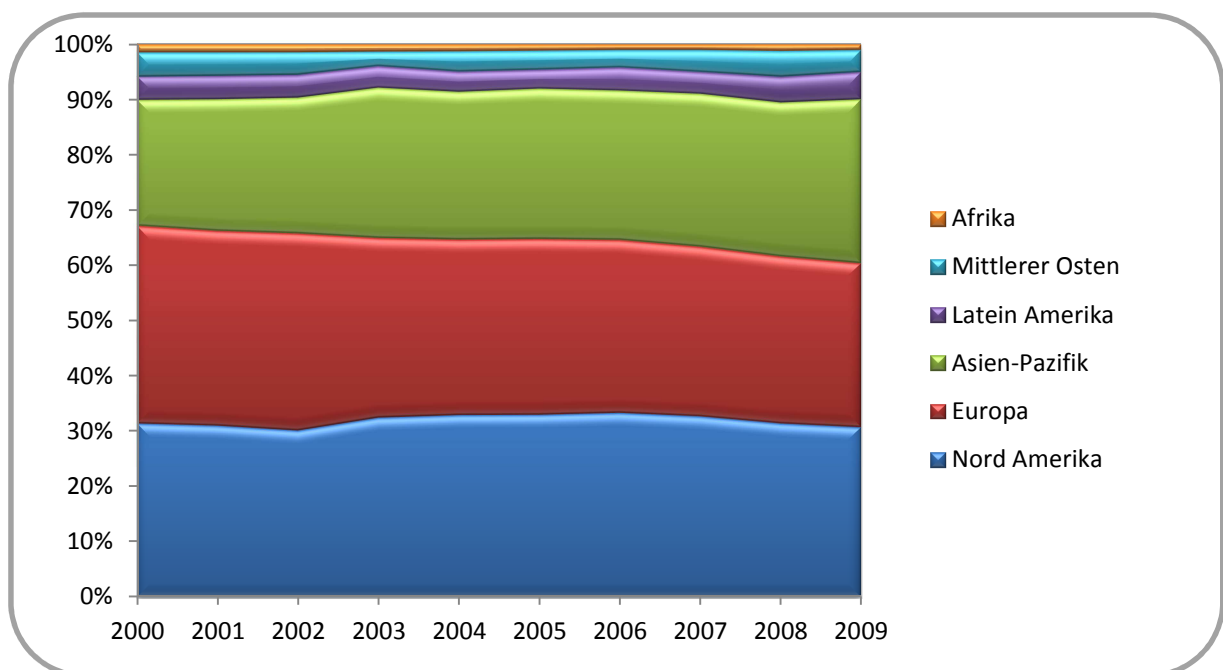


Abbildung 3: Globale Verteilung der HNWI Bevölkerung von 2000 bis 2009 (Quelle: eigene Darstellung, Daten: Capgemini & Merrill Lynch, Wealthreports 2000 bis 2010)

Die globale Verteilung des Vermögens ist nicht homogen. Es gibt schon seit mehr als zehn Jahren drei Regionen, die einen Großteil des weltweiten Vermögens durch die dort lebenden Menschen aufweisen (vgl. Abb. 4). Der Anteil dieser drei Regionen, Nord-Amerika, Europa

und der Asien-Pazifik-Raum, liegt über die Jahre immer bei circa 90 % des Gesamtvermögens der HNWI. 2009 haben alleine die Länder USA, Japan und Deutschland einen Bevölkerungsanteil der HNWI von 53,5 %, wobei Deutschland mit 861.000 auf dem dritten, Japan mit 1,65 Millionen auf dem zweiten und die USA mit 2,866 Millionen auf dem ersten Platz liegt. Diese Rangfolge ist schon seit Jahren stabil.¹⁹ Als nächstes deutschsprachiges Land folgt die Schweiz mit 222.000 HNWI auf Platz acht nach China, Großbritannien, Frankreich und Kanada.²⁰

2.3 Einkommens- und Vermögensverteilung im deutschsprachigen Raum

Wie in Abschnitt 2.2 bereits erwähnt, ist der Anteil der HNWI in Europa sehr hoch. Deutschland und die Schweiz haben mit einem Drittel der drei Billionen US-Dollar des Offshore-Vermögens²¹, welches seinen Ursprung in Europa hat, einen sehr großen Anteil daran. Österreich spielt hier mit nur 80.300 HNWI, trotz des zum europäischen Vergleich überdurchschnittlichen Wachstums im Jahr 2009 mit 14,5 %, eine kleinere Rolle.²² Die Liechtensteiner Investmentgesellschaft Valluga AG zeigt zusammen mit der österreichischen

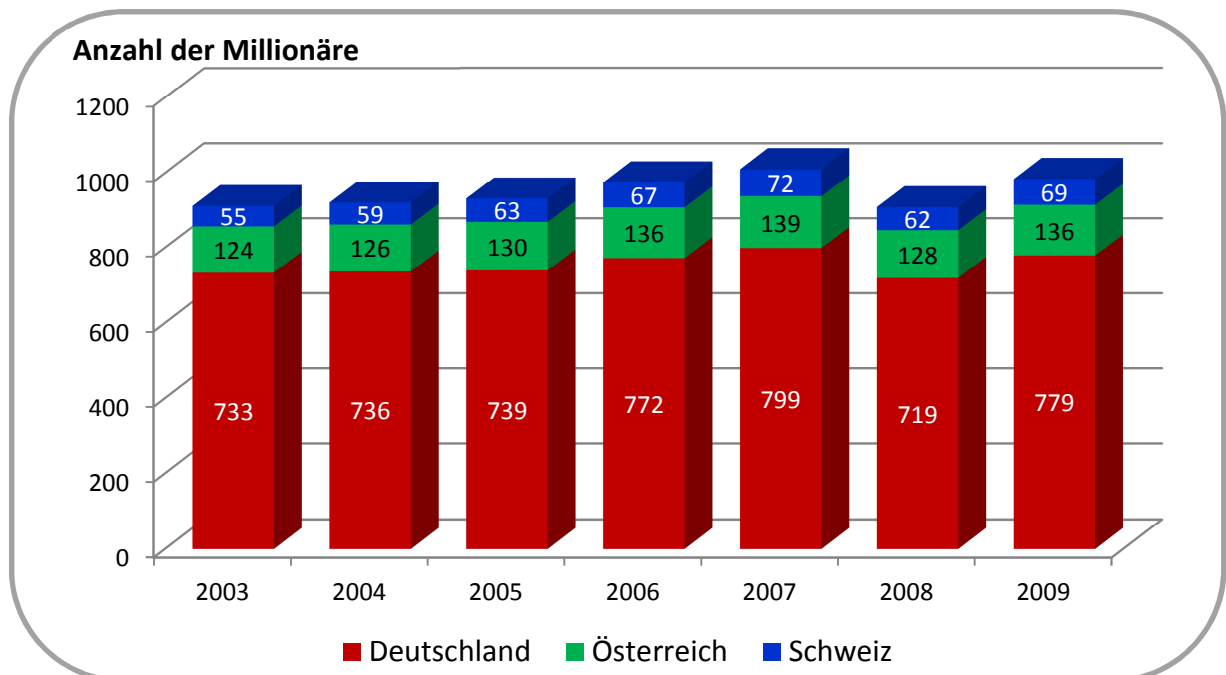


Abbildung 5: Millionäre - Vergleich und Entwicklung Deutschland, Österreich, Schweiz
(Quelle: eigene Darstellung, Daten: Valluga AG & Amadeus Consulting (2009), S. 6 + (2010), S. 8)

¹⁹ Dem Autor lagen Daten bis 2007 vor.

²⁰ vgl. Capgemini & Merrill Lynch (2010), S. 6

²¹ Eine Erläuterung zu Onshore- und Offshore-Vermögen ist in Abschnitt 3.4 dokumentiert.

²² vgl. Eraghi, Jasmin (2010), S. 1

Unternehmensberatung Amadeus Consulting in ihrem Vermögensreport von 2009 einen Vergleich und die Entwicklung der (in diesem Falle) Euro-Millionäre auf. Hier ist zu erkennen, dass die Möglichkeiten für das Private-Banking in Deutschland im Vergleich zu den anderen beiden deutschsprachigen Ländern wesentlich höher ist. 2009 gibt es in Deutschland fast vier Mal so viele Euro-Millionäre wie in der Schweiz und in Österreich zusammen (vgl. Abb. 5).

Allerdings sollte beachtet werden, dass nicht nur der Reichtum in unserer Region steigt, sondern auch die Armut. Die Bundesregierung Deutschland wies bereits 2004 darauf hin, dass die Ungleichverteilung von Einkommen und Vermögen weiter steigt. Der Durchschnittswert des realen Bruttoeinkommens aus unselbständiger Arbeit²³ fällt im Zeitraum von 2002 bis 2005 von 24.873 € stetig auf 23.684 € pro Arbeitnehmer pro Jahr ab.²⁴ Das ist ein Verlust von fast 1.200 € pro Arbeitnehmer (entspricht einem durchschnittlichen Verlust von 400 € pro Jahr pro Arbeitnehmer). Betrachtet man diese Einkommensverteilung der deutschen Bevölkerung in Dezilen, ist zu erkennen, dass der prozentuale Anteil am Bruttoeinkommen höher ist, je reicher die Bevölkerungsschicht der Arbeitnehmer ist. Die reichsten 10 % haben einen Anteil von fast 30 % am Bruttoeinkommen und die reichsten 25 % machen schon 50 % des Gesamteinkommens aus. Über die Jahre 2002 bis 2005 betrachtet, steigt dieser Anteil der reichsten 10 % von 27,7 % am Bruttoeinkommen im Jahr 2002 auf 28,4 % im Jahr 2005. Diese Beobachtung wird auch durch einen steigenden Gini-Koeffizienten²⁵ widerspiegelt. Dieser stieg bei den Bruttoeinkommen von 0,433 (2002) auf 0,453 (2005).²⁶ Diese Beobachtung zeigt einen Kreislauf auf, denn wenn die Reichen immer mehr Geld verdienen, dann gibt es für die Geringverdiener immer weniger Möglichkeiten aufzusteigen bzw. ihr Vermögen zu steigern. Der Anteil der Mittelschicht wird immer geringer, dafür steigen aber die Anteile in den reicheren Bevölkerungsgruppen. Somit ist davon auszugehen, dass es immer mehr reiche Leute gibt und somit unter anderem im Private-Banking mit mehr Kunden und somit mit mehr Erfolg zu rechnen ist.

²³ Quotient aus Gesamtbruttoeinkommen aus unselbstständiger Beschäftigung und Anzahl der Beschäftigten

²⁴ vgl. Bundesregierung Deutschland (2008), S. 12

²⁵ Der Gini-Koeffizient wird auf einer Skala von 0 bis 1 abgetragen. Hierbei steht die 0 für eine vollkommene Gleichverteilung in der Bevölkerung und die 1 dafür, dass nur eine Person in der Bevölkerung ein Einkommen nachweisen kann.

²⁶ vgl. Bundesregierung Deutschland (2008), S. 13-14

Das durchschnittliche individuelle Nettovermögen der Bundesbürger der Bundesrepublik Deutschland lag 2002 bei 80.055 €²⁷ und stieg bis 2007 auf 88.034 €²⁸ an. Dies scheint auf den ersten Blick ein sehr hoher Wert, denn mit diesem Kapitalstamm könnte sich fast jeder eine kleine Eigentumswohnung kaufen. Bei der Betrachtung dieses „Vermögens“ in Dezilen relativiert sich dies jedoch. Es ist zu erkennen, dass 2002 fast 60 % des Vermögens bei den reichsten 10 % der Bevölkerung liegen und 2007 bereits die 60 %-Marke überschritten wurde. Die unteren Personengruppen haben keinen bzw. nur einen sehr geringen Anteil am Gesamtvermögen. Das unterste Dezil ist sogar verschuldet und hat dadurch einen negativen Einfluss auf das Gesamtvermögen.

Kennwert	2002	2007	Veränderung 2002 bis 2007
Mittelwert	80.055 €	88.034 €	7.979 €
Ärmsten 10%	-1,2%	-1,6%	-0,4%
10%-20%	0,0%	0,0%	0,0%
20%-30%	0,0%	0,0%	0,0%
30%-40%	0,4%	0,4%	0,0%
40%-50%	1,3%	1,2%	-0,1%
50%-60%	2,8%	2,8%	0,0%
60%-70%	7,0%	6,0%	-1,0%
70%-80%	11,8%	11,1%	-0,7%
80%-90%	19,0%	19,0%	0,0%
Reichsten 10%	57,9%	61,1%	3,2%
90. Percentil im Ø	208.483 €	222.295 €	6,6%
95. Percentil im Ø	318.113 €	337.360 €	6,1%
99. Percentil im Ø	742.947 €	817.181 €	10,0%
Gini-Koeffizient	0,777	0,799	0,022

Abbildung 6: Verteilung des individuellen Vermögens in der deutschen Bevölkerung
(Quelle: eigene Darstellung, Daten: Grabka, Markus M. / Frick, Joachim R. (2009) S. 57 und S. 59)

Der Gini-Koeffizient der Vermögensverteilung liegt hier schon bei 0,777 im Jahr 2002. Bis zum Jahr 2007 steigt dieser um 0,022 auf 0,799 an. Dieser Anstieg verdeutlicht weiterhin den Fortschritt der Ungleichverteilung (vgl. Abb. 6).

²⁷ vgl. Grabka, Markus M. / Frick, Joachim R. (2009), S. 57

²⁸ vgl. Grabka, Markus M. / Frick, Joachim R. (2010), S. 5

Bei der Unterteilung des reichsten Dezils in die fünf reichsten Prozent und in das reichste Prozent sieht man, dass die Vermögenssteigerung bei den wohlhabendsten Menschen am größten ist. Dies weist wiederum darauf hin, dass das Potential im Private-Banking enorm ist und sich vermutlich auch weiter steigern wird. Dahingegen ist das Potential im Retail-Banking weiter zurückgegangen.

Des Weiteren ist in Abbildung 7 zu sehen, dass es auch 20 Jahre nach der deutschen Wiedervereinigung noch gravierende Unterschiede zwischen der Vermögensverteilung in Ost- und Westdeutschland gibt. Der Mittelwert der Vermögen ist 2007 in Westdeutschland mehr als dreimal so hoch wie in Ostdeutschland. Nicht ganz so gravierend, aber dennoch erheblich, sind die Vermögensunterschiede in den reichsten Vermögensschichten (90., 95. und 99. Perzentil). Außerdem gibt es in Ostdeutschland weiterhin einen allgemeinen Vermögensrückgang, das heißt, die Bürger dort haben durchschnittlich von Jahr zu Jahr immer weniger Kapital zur Verfügung. Das Kapital schrumpfte dort von 34.025 € im Jahr 2002 auf 30.723 € im Jahr 2007. Das ist ein Verlust von fast 3.500 € (bzw. 9,7 %) in fünf Jahren.²⁹

Kennwert	Ost-Deutschland		West-Deutschland	
	2002	2007	2002	2007
Mittelwert	34.029 €	30.723 €	90.724 €	101.208 €
90. Perzentil im Ø	102.475 €	208.483 €	235.620 €	250.714 €
95. Perzentil im Ø	149.618 €	318.113 €	350.620 €	382.923 €
99. Perzentil im Ø	293.903 €	742.947 €	805.752 €	913.814 €
Gini-Koeffizient	0,792	0,813	0,765	0,785

Abbildung 7: Unterschied der Vermögensverteilung zwischen Ost- und Westdeutschland
(Quelle: eigene Darstellung, Daten: Grabka, Markus M. / Frick, Joachim R. (2009) S. 57)

Belegt wird hierdurch, dass auch das Marktpotential, sowohl im Private-Banking als auch in allen anderen Bankbereichen, im Osten der Bundesrepublik deutlich geringer ist als im Westen. Anhand der deutlichen Entwicklung in den Jahren 2002 bis 2007 ist weiterhin zu erkennen, dass es dort auch vermutlich in nächster Zeit keinen hohen Bedarf an Private-Banking-Dienstleistungen geben wird.

Auffällig bei der Verteilung von Vermögen ist auch der geschlechtsspezifische Unterschied. Der größte Anteil Reicher ist zwar seit jeher bei den Männern zu finden, allerdings ist der

²⁹ vgl. Grabka, Markus M. / Frick, Joachim R. (2009), S. 57

Anteil vermögender Frauen seit Jahren am Steigen. Frauen haben im Jahr 2003 in Deutschland, Österreich und der Schweiz einen Anteil von 26,4 % am Gesamtvermögen, also von mehr als einem Viertel. Dieser Anteil ist bis 2009 auf fast ein Drittel (31,8 %) angestiegen. Bei den Millionären ist dieser Trend sehr ähnlich. Hier haben Frauen in Deutschland, Österreich und der Schweiz im Jahr 2009 schon einen Anteil von mehr als 40 %. 2003 lag dieser Anteil noch bei knapp über 35 %.³⁰ Auch diese Entwicklung ist für den Bereich des Private-Banking wichtig, denn der Umgang mit Männern und Frauen im Private-Banking kann durchaus unterschiedlich sein. Aber hierauf wird im Abschnitt 9.3 intensiver eingegangen. Global gesehen ist der Anteil reicher Frauen in Deutschland sehr hoch, nur in Nordamerika ist der Anteil von Frauen am Gesamtvermögen mit 33 % noch höher.³¹

3 Anlagegestaltung

3.1 Einführung

Die Anlagegestaltung vermögender Kunden unterscheidet sich erheblich von der der Normalverdienenden. Im Private-Banking gibt es zwar auch Sparkonten, Aktiendepots etc., jedoch werden dort zusätzlich weitere attraktivere Investitionsmöglichkeiten angeboten. Diese werden erst ab einem gewissen Geldvolumen interessant und beinhalten Möglichkeiten, bei denen wesentlich höhere Erträge erzielbar sind. Diese Optionen können aber auch sehr risikoreich sein. Im folgenden Kapitel wird zuerst auf die Sparquote und deren Tendenz von 1998 bis 2007, sowie Auswirkung dieser auf das Verhalten der Anleger, eingegangen. Danach werden kurz die Anlagemöglichkeiten bzw. die meist genutzten Anlagen vermögender Menschen angesprochen. Deren Entwicklung, speziell die der letzten Jahre unter Einwirkung der Finanzkrise, wird daraufhin dargelegt und analysiert. Dabei wird zum Schluss auch auf die Verteilung und Veränderung von On- und Offshore Wealth eingegangen.

3.2 Sparquote

Die Sparquote der privaten Haushalte gibt an, welcher Anteil des Einkommens gespart wird. In diesem Fall wird das Bruttoeinkommen als Referenzwert genommen. Eine langfristige Tendenz der Sparquote kann man anhand der Abbildung 8 nicht ausmachen. Jedoch ist zu

³⁰ vgl. Valluga AG & Amadeus Consulting (2010), S. 19ff

³¹ vgl. The Boston Consulting Group (2010), S. 31f

erkennen, dass der Trend der Sparquote im deutschsprachigen Raum eine steigende Tendenz vorweisen kann. In den Jahren 2006 und 2007 waren die Schweizer, vor den Deutschen und Österreichern, die größten Sparer. Im internationalen Vergleich sind diese drei Länder herausragend. In keinem anderen Land in Europa wurde 2007 so viel gespart wie in Deutschland, Österreich oder der Schweiz.³² Dieses angesparte Vermögen kommt dem Kapitalmarkt zu Gute. Mit diesem Geld können Banken arbeiten, wenn sie den Kunden davon überzeugen, dass sich die Investition in eine bestimmte Anlage lohnt. Durch diesen Trend bzw. durch Betrachtung dieser drei Länder lässt sich erkennen, dass das zur Verfügung stehende Kapital und das damit verbundene Potential größer wird. In Abbildung 9 ist in diesem Zusammenhang weiterhin zu erkennen, dass die Rücklagen von Einkommen bei besser verdienenden Personen wesentlich höher sind.

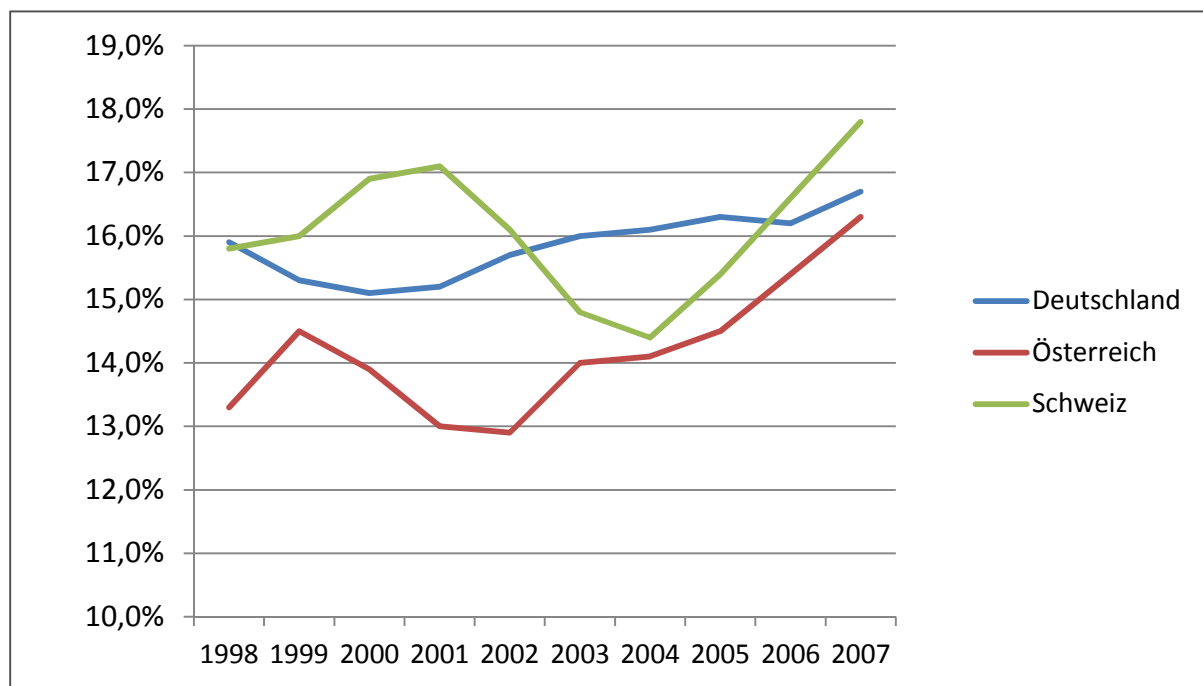


Abbildung 8: Sparquote vom Bruttoeinkommen in Deutschland, Österreich und der Schweiz
(Quelle: eigene Darstellung, Daten: European Union (2010), S. 107)

Dies ist nachvollziehbar, da die Möglichkeit des Sparens unter anderem hauptsächlich vom verfügbaren Einkommen sowie der grundsätzlichen wirtschaftlichen Position abhängt.³³ Die Abbildung 9 zeigt dies nur für Deutschland, jedoch ist in Österreich und der Schweiz das

³² vgl. European Union (2010), S. 107

³³ vgl. Österreichische Gesellschaft für Politikberatung und Politikentwicklung (2008), S. 63

gleiche zu erwarten.³⁴ Somit ist zu vermuten, dass die Personen mit einem monatlichen Nettoeinkommen über 18.600 € eine noch höhere Rücklagenquote haben. Dies zeigt wiederum, dass das Kapital, welches für den Private-Banking-Markt zur Verfügung steht, stark gestiegen ist und vermutlich auch noch steigen wird.

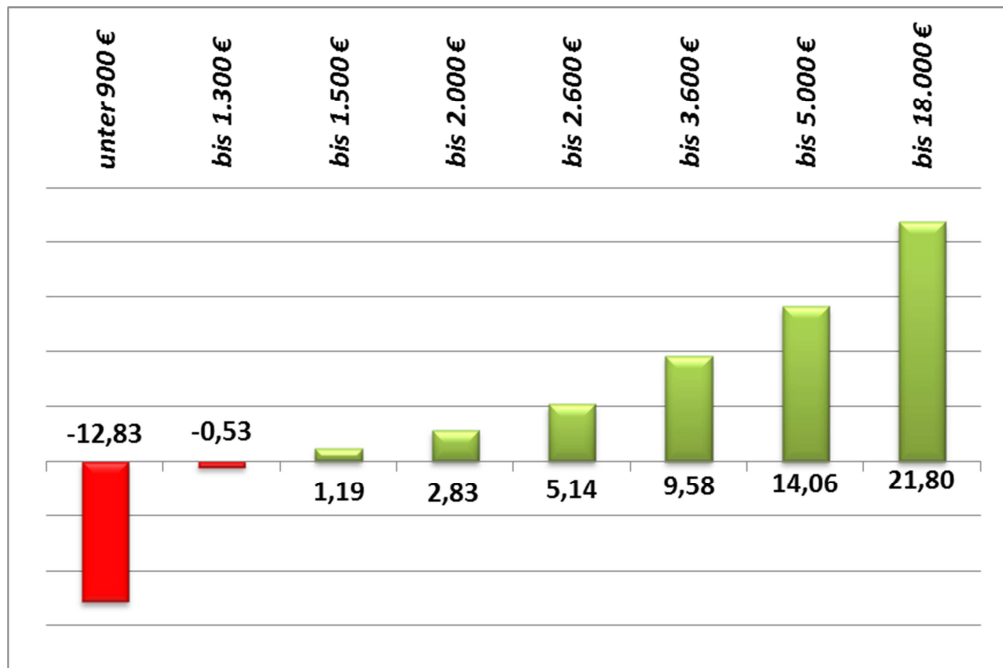


Abbildung 9: Sparquote in % am durchschnittlichen Nettomonatseinkommen
(Quelle: eigene Darstellung, Daten: Berechnungen auf Grundlage des Statistischen Bundesamtes (2004), S. 71)

3.3 Diversifikation der Anlage

Bei der Anlage von Geld sollten bestimmte Dinge beachtet werden. Das Ziel dabei ist, dass eine größtmögliche sichere Rendite am Ende der Periode ausgezahlt oder verrechnet wird. Allerdings sollte man einerseits nicht nur in ertragreiche, stark risikobehaftete Anlagen investieren, andererseits aber auch nicht das gesamte Geld auf dem Sparkonto zu sehr geringen Zinsen anlegen. Die erste Möglichkeit verspricht einseitig sehr hohe Erträge, kann aber auch noch stärkere Verluste nach sich ziehen. Die zweite Möglichkeit macht sichere Gewinne, welche aber im Vergleich zu möglichen Renditen in den spekulativen Geschäften verschwindend gering sind. Daher ist es notwendig, sein Kapital über verschiedene Anlagemöglichkeiten zu streuen. Das Ziel ist eine vernünftige Risikomischung. So ist dies auch im Private-Banking bei vermögenden Kunden üblich. In Kapitel 6 der Arbeit wird näher

³⁴ vgl. Trattig, Tanja (2010) S. 30

darauf eingegangen, welche Betreuungskonzepte und Anlagemöglichkeiten es speziell im Private-Banking gibt. Zunächst wird hier die Entwicklung der Anteile in verschiedenen Anlagebereichen erläutert.

Wie Abbildung 10 verdeutlicht, ist der Anteil des investierten Kapitals der HNWI in Aktien von 2004 bis 2007 kontinuierlich leicht gewachsen. 2008 ist hier jedoch ein Einbruch zu erkennen. Durch die Finanzkrise in diesem Zeitfenster haben die Anleger sich mit ihrem Kapital in sicherere Investitionen geflüchtet, damit die Gefahr eines weiteren Verlusts minimiert wurde. Ein Jahr danach erfreuten sich Aktien aber wieder steigender Beliebtheit. Der World Wealth Report besagt sogar, dass der Aktienanteil im Jahr 2011 mit geschätzten 35 % wieder über den Höhepunkt von 2007 hinauswachsen wird.³⁵

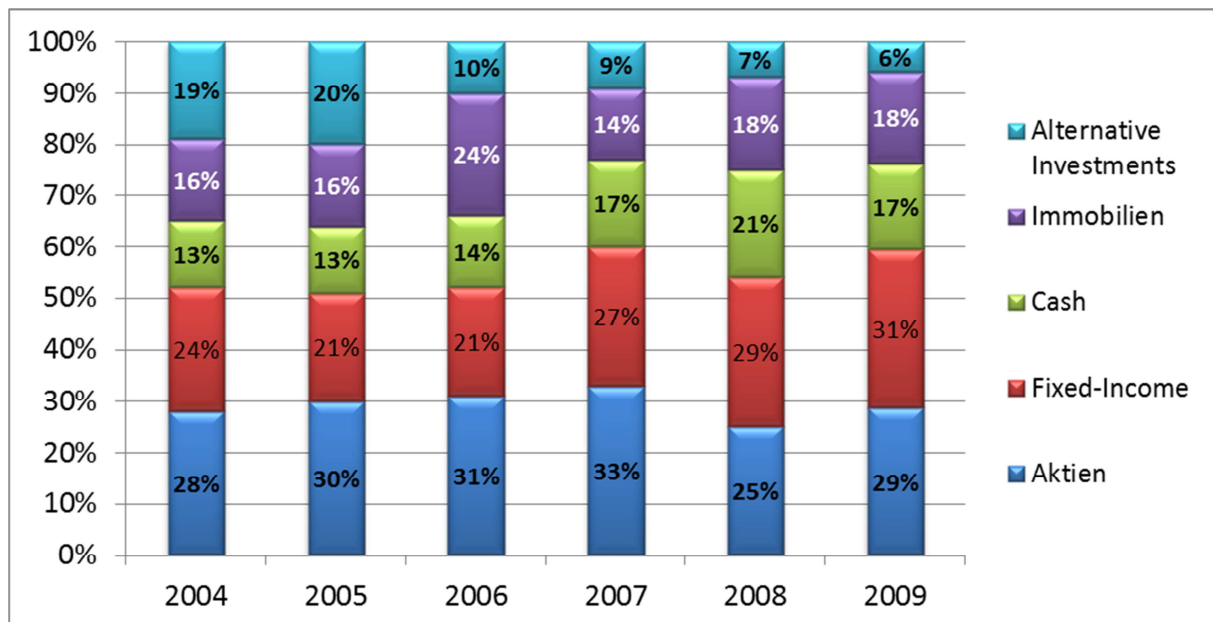


Abbildung 10: Prozentuale Verteilung des HNWI-Vermögens in Anlagebereich weltweit
Quelle: eigene Darstellung, Daten: Cap Gemini & Merrill Lynch (2010), S. 17 + (2007), S. 15

Der Anteil relativ sicherer „Fixed-Income Investments“³⁶ ist über die Jahre 2004 bis 2006 stabil geblieben. 2007 sagt der World Wealth Report sogar ein weiterhin stabiles Verhalten mit 23 % bis 2008 voraus.³⁷ Diese Investitionen sind aber im Jahr 2007 stark angestiegen und befanden sich im Jahr 2008 sogar bei 29 % (vgl. Abb. 10). Hier wurden unter anderem die hohen Gewinne aus dem Immobiliengeschäft wieder angelegt. Gründe für das gehäufte

³⁵ vgl. Capgemini & Merrill Lynch (2010), S. 17

³⁶ Investitionen, die eine feste Zahlungsfolge versprechen (außer Immobilien). Zum Beispiel Zinszahlung bei vergebenen Krediten

³⁷ vgl. Capgemini & Merrill Lynch (2008), S. 15

frühere Abbrechen des Immobiliengeschäfts, welches in Abbildung 10 dargestellt ist, können vielseitig sein. Hier wird von 2006 auf 2007 ein Rückgang der Immobilieninvestments von 10 % deutlich. Sinnvoller wäre es gewesen, weiter zu investieren, um noch höhere Gewinne abgreifen zu können. Es liegt die Vermutung nahe, dass einige Anleger nach dem Beginn der Immobilienkrise Anfang 2007 in den USA bereits ahnten welche Gefahren in diesem Bereich lauern und verschoben ihre Investitionen in einen eher sichereren Bereich. Seit 2007 bleibt der Anteil in „Fixed-Income Investments“ mit einem leichten Wachstum aber relativ stabil. Dies ist auch ein Zeichen dafür, dass die Anleger nach der Finanzkrise mehr nach sichereren Anlagemöglichkeiten suchen.

Die „Alternativen Investments“ (vgl. Abb. 10) beziehen sich auf hochspekulative Anlagen. Darunter werden zum Beispiel Hedge-Fonds, Risikokapital für neue StartUp-Unternehmen oder die Spekulation mit ausländischen Währungen geführt.³⁸ Beim Vergleich der alternativen Investmentanteile mit den Investments im Immobilienmarkt sieht man, dass beide Segmente in den Jahren 2004 und 2005 stabil waren. 2006 kam ein riesiger Einbruch bei dem der Anteil in alternative Anlagen um die Hälfte, von 20 % auf 10 %, zurückgegangen ist. Dies ist kein Zeichen, „that this investment class is falling out of favor. [...] this dip is a temporary tactical move by investors pursuing the higher performance currently yielded by real estate“³⁹. Somit waren die Erwartungen im Immobilienmarkt höher und daher wurde dort mehr investiert. Da nach 2007 jedoch schon die Finanzkrise begonnen hatte, ist so zu erklären, warum der Anteil an spekulativen Geschäften nicht so hoch ausgefallen ist wie 2007 noch erwartet⁴⁰, sondern bis 2009 auf 6 % weiter zurückgegangen ist. Auch hier ist wieder zu sehen, dass die Anleger zurzeit eher auf sicherere Investitionen setzen. Dieser Hang in Richtung Sicherheit ist auch an der Entwicklung des Bargeldanteils bzw. Sparkontenanteils zu sehen. Dieser blieb im Zeitraum von 2004 bis 2006 immer stabil zwischen 13 % und 14 % am Gesamtvermögen, stieg dann an und erreichte 2008 den Höhepunkt mit 21 % am Gesamtvermögen. Dies ist natürlich die drastischste Form der Vermögenssicherung. Sie verspricht aber auch, wie am Anfang schon erwähnt, keinen oder nur einen kleinen Zinsertrag. In dieser Zeit schien vielen Anlegern diese Option, um ihr Vermögen teilweise zu sichern, am sinnvollsten. Im weiteren Verlauf ist aber davon

³⁸ vgl. Capgemini & Merrill Lynch (2010), S. 17

³⁹ Capgemini & Merrill Lynch (2007), S. 16

⁴⁰ vgl. Capgemini & Merrill Lynch (2007), S. 16

auszugehen, dass der Anteil in diesem Bereich wieder auf das stabile Niveau der Vorjahre (ca. 13 %) zurückgehen wird.⁴¹

Auf den deutschsprachigen Raum lässt sich dieses allgemeine globale Verhalten nur ansatzweise übertragen, da das Anlageverhalten von Investoren stark länderspezifisch ist.⁴²

Durch unterschiedliche Kulturen, die Struktur der Werte und andere Ansichten zum Sparen sowie rechtliche und steuerliche Rahmenbedingungen kann die Anlagestrategie sehr unterschiedlich ausfallen. In Deutschland, Österreich und der Schweiz legen die Millionäre eher risikoreicher an. Dies lässt sich anhand der Werte des Vermögensreports der Valuga AG bestätigen. Seit 2007, also auch in Zeiten der Finanzkrise, liegen die risikoreicheren „Alternative Investments“ mit stabilen 11 % im deutschsprachigen Raum weit über dem internationalen Durchschnitt, der von 2007 bis 2009 stetig von 9 % auf 6 % abnahm. Auch der Aktienanteil liegt seit 2007 bei den Anlegern über dem internationalen Schnitt (vgl. Abb. 9). Dafür spielen in Deutschland, Österreich und der Schweiz risikoärmere Alternativen wie „Cash“⁴³, Immobilien oder „Fixed-Income Investments“ eine vergleichsweise geringe Rolle, obwohl der „Fixed-Income“-Anteil immer noch mehr als ein Viertel des Gesamtvermögens ausmacht (vgl. Abb. 11).

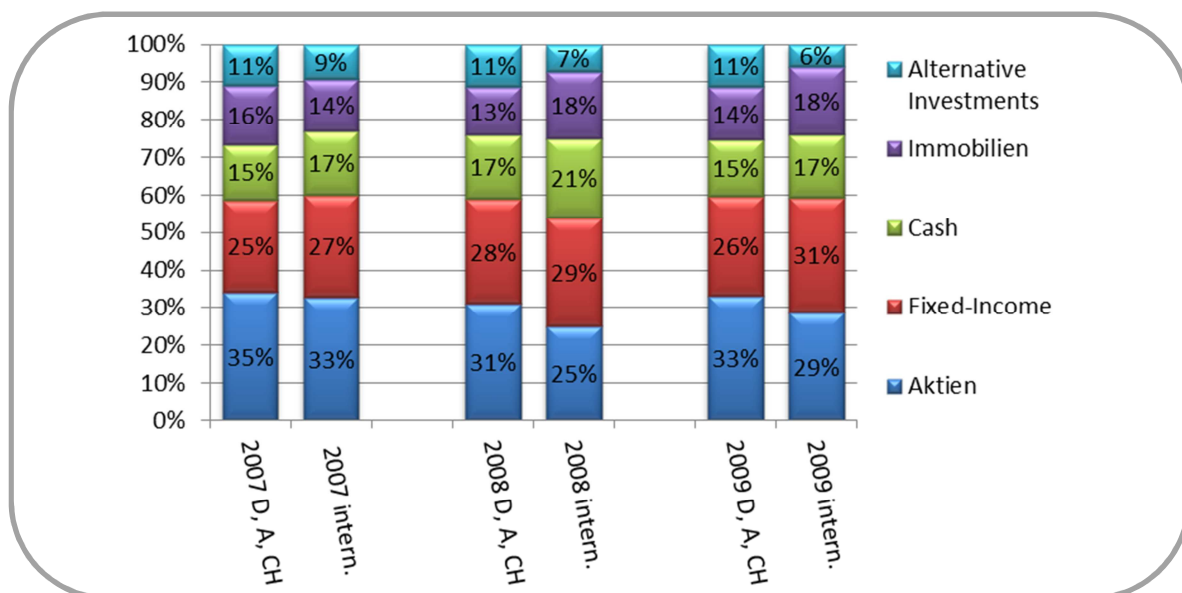


Abbildung 11: Anlagevermögensverteilung in Gruppen - Vergleich zwischen globalem Verhalten und dem Verhalten im deutschsprachigen Raum

(Quelle: eigene Darstellung, Daten: Cap Gemini & Merrill Lynch (2010), S. 17 und Valluga AG & Amadeus Consulting (2009), S. 17 + (2010), S. 14)

⁴¹ vgl. Capgemini & Merrill Lynch (2010), S. 17

⁴² vgl. EURO Fondsexpress (2007), S. 2

⁴³ Geldmittel mit sehr hoher Liquidität, wie zum Beispiel eine Bareinlage.

Die Universität Linz hat bei einer Studie in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit Teilnehmern ab ca. 500.000 € frei verfügbarem Vermögen Daten erhoben bei denen jedoch Unterschiede zu den Anlegern mit über einer Million verfügbaren Vermögen auffallen.⁴⁴ Der Vergleich fällt in diesem Fall etwas schwer, da hier unterschiedliche Definitionen für unterschiedliche Anlageklassen verwendet wurden. Anlageklassen wie Aktien oder „Cash“ lassen in diesem Fall aber keine großen Definitionsunterschiede zu, die Anlageklasse „Alternative Investments“ oder „Fixed-Income Investments“ jedoch schon. Trotzdem lassen sich starke Differenzen aber auch Gemeinsamkeiten erkennen. Der Investitionsanteil in Aktien ist im deutschsprachigen Raum mit 32 % dem globalen Verhalten angeglichen. Genauso sieht es mit dem Barvermögen aus, hier ist der Anteil mit 29 % nur geringfügig kleiner als der durchschnittliche weltweite Anteil. Einen großen Unterschied gibt es jedoch bei alternativen Investments. Hier wird von deutschsprachigen Anlegern (Deutsche, Österreicher und Schweizer) sehr viel mehr von ihrem Gesamtvermögen investiert, als

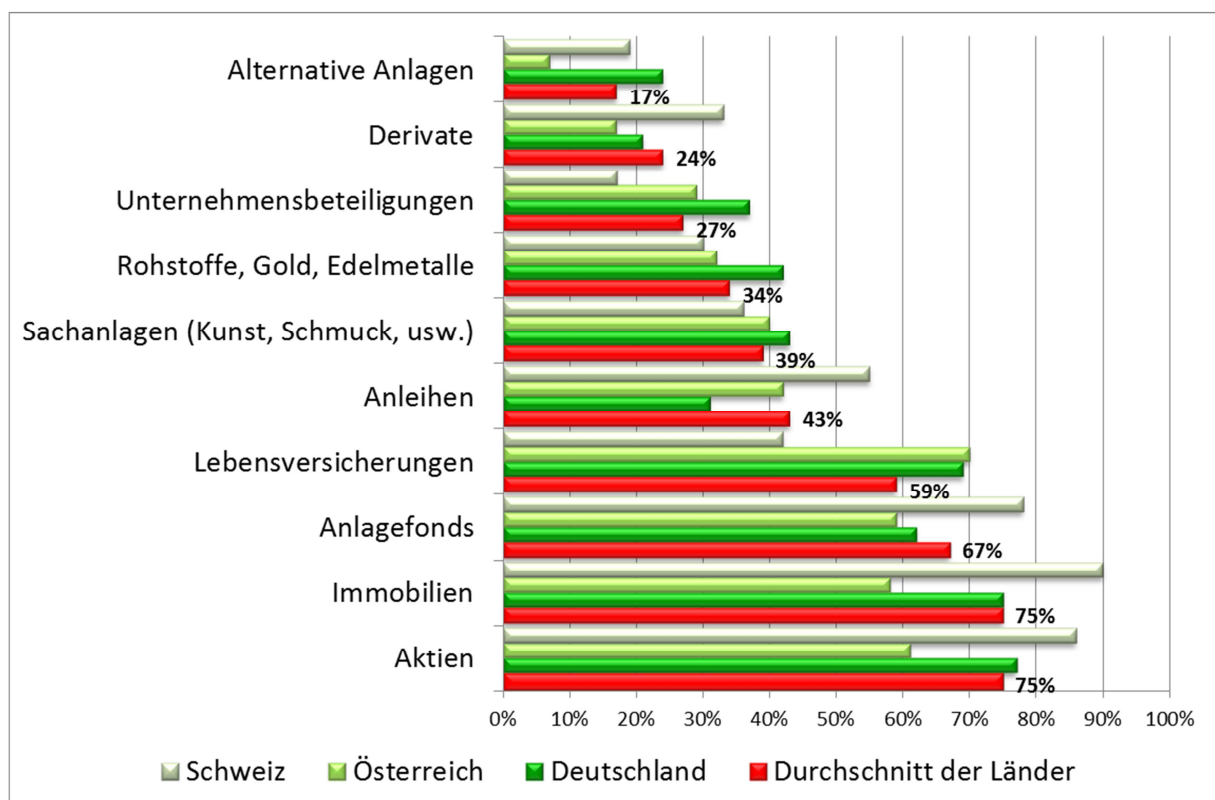


Abbildung 12: Anlagenhäufigkeit in % der Länder Deutschland, Österreich und Schweiz in bestimmte Anlageprodukte

(Quelle: eigene Darstellung, Daten: Cocca, Teodoro D. (2010), S. 10f)

⁴⁴ vgl. Cocca, Teodoro D. (2010), S. 4

weltweit üblich. In diesem Bereich werden 23 %⁴⁵ des Gesamtvermögens investiert, was fast das Vierfache des globalen Durchschnittswertes ausmacht. Wie bereits beschrieben, ist die Vergleichbarkeit der Werte hier nicht zu garantieren, jedoch lässt sich eine grobe Tendenz und eine globale Einordnung vornehmen.⁴⁶

In Abbildung 12 lässt sich weiterhin erkennen, dass in Deutschland, Österreich und der Schweiz am häufigsten in Aktien und Immobilien investiert wird. Laut einer Umfrage der Valuga AG unter Anlagemanagern ist ein Immobilieninvestment die zurzeit am meisten nachgefragteste Anlageoption.⁴⁷ Diese Häufigkeit hat allerdings nichts mit der prozentualen Verteilung des Anlagevermögens zu tun. Interessant wird diese Häufigkeitsverteilung jedoch erst, wenn man sich die jeweils darüber dargestellte Häufigkeitsverteilung der unterschiedlichen Länder anschaut. Hierbei sind deutliche Abweichungen zwischen den einzelnen Regionen zu erkennen. In Immobilien, Aktien und Anlagefonds wird in der Schweiz wesentlich häufiger investiert als in Deutschland oder Österreich. Hingegen wird in Deutschland und in Österreich häufiger in Versicherungen investiert. Dies dürfte hauptsächlich an den steuerlichen Vergünstigungen bei Lebensversicherungen in diesen Ländern liegen.⁴⁸ Ein Indiz für den Sinn des Unternehmertums bei Private-Banking-Kunden ist hier auch bei den Deutschen und den Österreichern zu finden. Sie investieren etwa doppelt so oft in Unternehmensbeteiligungen wie Vermögende in der Schweiz.

Die Studie von Prof. Dr. Teodoro D. Cocca (2010) zeigt außerdem, dass „Kunden von Privatbanken [...] verglichen mit Großbankenkunden weniger häufig Derivate oder Alternative Anlagen“ besitzen und dagegen „Rohstoffe/Gold oder Edelmetalle [...] bei Privatbankenkunden häufiger anzutreffen“⁴⁹ sind. Damit würden die Kunden von Großbanken mehr Risiko zeigen als die Kunden von Privatbanken, die auf Rohstoffe und Edelmetalle setzen.

3.4 Onshore versus Offshore Wealth

Die Verteilung des Vermögens findet keineswegs nur auf dem heimischen Kontinent oder Land statt. Eine weltweite Verteilung bietet auch wieder mehr Sicherheit, da beispielsweise

⁴⁵ Dies ist ein, zur besseren Vergleichbarkeit, errechneter Wert aus Addition der Anteile von Derivaten, Rohstoffen und „Alternativen Anlagen“ aus dem Report der LGT welche im World Wealth Report 2010 von Cap Gemini zu „Alternative Investments“ zusammengefasst wurde.

⁴⁶ vgl. Cocca, Teodoro D. (2010), S. 13f

⁴⁷ vgl. Valuga AG S.16

⁴⁸ vgl. Cocca, Teodoro D. (2010), S. 10

⁴⁹ Cocca, Teodoro D. (2010), S. 11

durch politische Instabilität oder ähnliches in einem Land nicht das gesamte Vermögen gefährdet wird. Des Weiteren können so gezielt, vermutlich gewinnbringende, Investitionsalternativen gewählt werden, um die individuelle und optimale Vermögensverteilung zu erreichen.

Hierbei wird hauptsächlich in Onshore- und Offshore-Vermögen unterschieden. Hinter dem Begriff Onshore-Vermögen verbirgt sich das Vermögen, welches der Kunde im Heimatland anlegt. Offshore-Vermögen bedeutet hingegen, dass der Kunde sein Geld im Ausland anlegt. Gründe, sein Vermögen in anderen Ländern anzulegen und verwalten zu lassen sind nicht zuletzt auch Steuervergünstigungen.⁵⁰

Weltweit wird jedoch der größte Teil des Vermögens weiterhin im Heimatmarkt angelegt.⁵¹ Dies ist auch im deutschsprachigen Raum zu beobachten. Trends lassen sich bei der langfristigen Beobachtung erkennen. So ist man bis 2008 noch davon ausgegangen, dass die Investitionen in den heimischen Markt weiter wachsen.⁵² Zum jetzigen Zeitpunkt sind die Entwicklungen jedoch eher gegenläufig zu sehen. Im Jahr 2008 hatte die Rückführung des Geldes in die Heimatregion ihren Höhepunkt erreicht. Danach erfolgte wieder eine verstärkte Offshore-Anlagestrategie. Dieser Trend wird von Capgemini und Merrill Lynch noch bis mindestens 2011 prognostiziert. Die Anleger sind auf der Suche nach mehr Stabilität und höheren Dividenden in anderen Ländern.⁵³

Klassische Offshore-Anlageregionen wie die USA, die Schweiz u. a. werden eher unattraktiv, da die Regulierungen auf dem Finanzmarkt immer stärker und umfangreicher werden.⁵⁴ Auch in Deutschland und der Schweiz ist dies der Fall, hier geht es oft auch darum den Anleger vor „Bankberatern und Finanzvermittlern“⁵⁵ zu schützen, die nur den Vertragsabschluss als Ziel sehen, um so ihre Provision zu steigern. So werden immer mehr Gesetze und Richtlinien geschaffen, die Finanztransaktionen übersichtlicher machen und regeln sollen. Sie sorgen aber auch für mehr Bürokratie und Schwierigkeiten. Der Nutzen dieser Gesetze und Richtlinien ist stark umstritten.⁵⁶ Hierauf wird im Kapitel 8 näher eingegangen.

⁵⁰ vgl. Cocca, Teodoro D. (2010), S. 10

⁵¹ vgl. The Boston Consulting Group (2010), S. 10 und Capgemini & Merrill Lynch (2010), S. 19

⁵² vgl. Nigsch, Marco (2010), S. 39f und Capgemini & Merrill Lynch (2008), S. 16

⁵³ vgl. Capgemini & Merrill Lynch (2010), S. 18f

⁵⁴ vgl. The Boston Consulting Group (2010), S. 9-11

⁵⁵ Euro (2010), S. 46

⁵⁶ vgl. Euro (2010), S. 49-58

Europäische Anleger investieren die meisten Offshore-Gelder (0,98 Billionen US-Dollar) in der Schweiz. Alleine hiermit dürfte die Grundlage für das größte Offshore-Zentrum mit zwei Billionen US-Dollar weltweit gelegt sein, welches das Private-Banking Potential dort stark vergrößert. Deutschland und Österreich haben dazu im Vergleich eine verschwindend geringe Summe an Offshore Gelder zur Verwaltung.⁵⁷

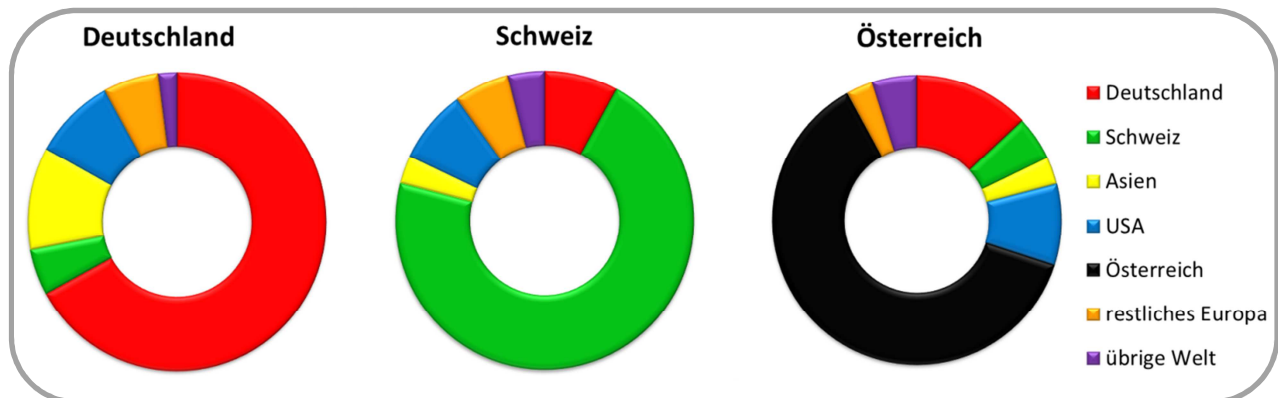


Abbildung 13: Geografische Vermögensverteilung von Deutschland, Schweiz und Österreich
(Quelle: eigene Darstellung, in Anlehnung: Cocca, Teodoro D. (2010), S. 15)

Es gibt immer mehr außergewöhnliche Länder, in denen es sich, durch unterschiedliche Anreize, lohnt, Geld anzulegen. Die bürokratische Hürden und Regelungen sind in Schwellenländern weitaus geringer. Länder wie China, Indien, Südafrika, Brasilien, Argentinien und viele mehr, die Länder des „Emerging Markets“⁵⁸ sind für Anleger durch ein hohes Kapitalmarktwachstum und dadurch überdurchschnittliche Gewinne sehr interessant. Jedoch gibt es hier ein erhöhtes Risikopotential, zum Beispiel durch Währungsschwankungen, politische Instabilität, asymmetrische Informationsverteilung etc. Hierdurch ist das Ausfallrisiko einer Anlage dort sehr hoch. Dadurch wird die Renditeschwankung bzw. Renditevolatilität verstärkt, was der Anleger in den letzten zwei Jahren für eine mögliche hohe Rendite immer öfter in Kauf nahm.⁵⁹ Durch eine wesentlich jüngere und dadurch arbeitsfähigere Bevölkerungsstruktur sind in diesen Ländern wesentlich höherer BIP Wachstumsraten möglich. In Indien ist der Großteil der Bevölkerung unter 40 Jahren alt. Die deutsche Bevölkerung verhält sich entgegengesetzt, hier ist der größte Teil

⁵⁷ vgl. The Boston Consulting Group (2010), S. 10

⁵⁸ Der Begriff „Emerging Markets“ beschreibt in unserem Sinne die Märkte der Ländern, welche sich gerade in einem Transformationsprozess befinden. Sie durchlaufen eine starke politische und wirtschaftliche Veränderung. Zu diesen wachsenden Märkten gehören u.a. Länder der Regionen Südostasien, Lateinamerika, Afrika und des Mittleren Osten. vgl. Herrmann, Frank (2005), S.13

⁵⁹ vgl. Herrmann, Frank (2005), S. 1

der Bevölkerung über 40 Jahre alt. Auch durch diesen demografischen Wandel sind in diesen Ländern weitaus höhere Wirtschaftswachstumsraten möglich als im deutschsprachigen Raum.⁶⁰ (vgl. Abb. 14) Zusätzlich wächst durch die Ausgaben für soziale Versorgungsdienste und -mittel die Schuldenlast in Industrienationen wie Deutschland. Dagegen wächst der Reichtum in anderen Ländern, wie Indien oder China immer weiter.⁶¹ Die Anlagen in den eben bereits genannten Ländern, China, Indien, Südafrika, Brasilien, Argentinien und anderen sind zwar zurzeit noch klein, bieten aber für die Zukunft ausreichend Potential. Zum einen ist daher eine Ausrichtung auf diese Märkte für Private-Banking-Anbieter sinnvoll. Zum anderen wurde, durch starke Regulierungen, Kapital aus dem Offshore-Markt zurückgeführt. Durch diese Rückführung ist eine strategische Konzentration des Private-Banking auf den Onshore-Markt empfehlenswert. Mittlerweile versuchen Offshore-Banken sich auf dem Onshore-Markt anderer Länder zu behaupten, um diese Geldrückflüsse für sich zu gewinnen.⁶²

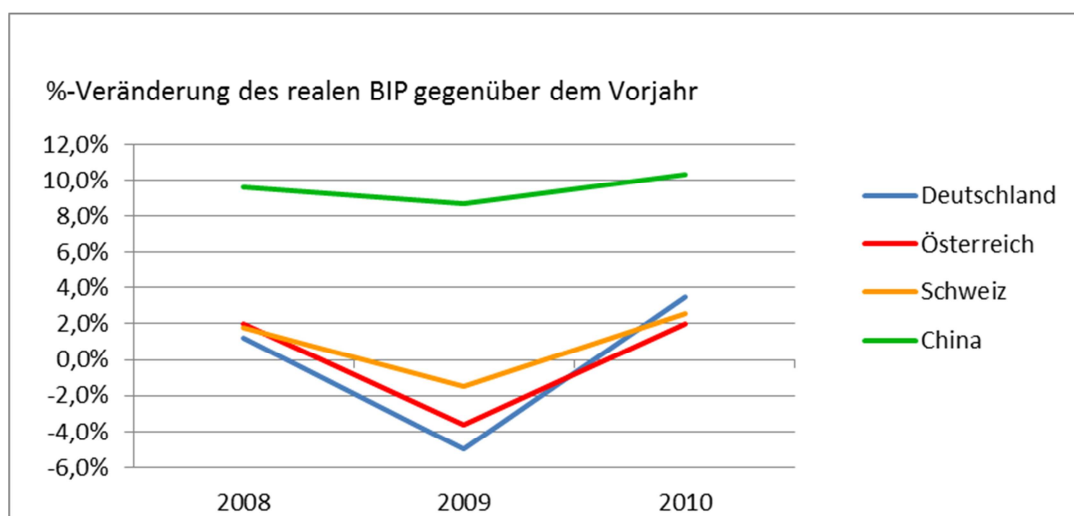


Abbildung 14: BIP-Veränderung ausgewählter Länder zwischen 2008 und 2010
 (Quelle: eigene Darstellung, Daten: International Monetary Fund (2010), S. 49 und S. 54 + (2011), S. 67 und S. 73)

In Deutschland, Österreich und der Schweiz wird im Jahr 2010 bei Personen mit einem Vermögen ab ca. 500.000 € das meiste Geld (etwa 2/3) onshore angelegt (vgl. Abb. 13). Obwohl dieses Verhalten, auf Grund der geringen Streuung, ein hohes Risiko trägt, neigt der Anleger oft dazu. Dieses Verhalten wird durch den sogenannten „Home Bias“⁶³ erklärt.

⁶⁰ vgl. Abb. 14

⁶¹ vgl. Georg, Robert L. (2008), S. 257

⁶² The Boston Consulting Group (2010), S. 9-11

⁶³ Huchzermeier, Dennis (2009), S. 6

Dieser entsteht unter anderem dadurch, dass der Anleger meint in seinem Heimatmarkt besser informiert zu sein oder ihn optimistischer einschätzt, als es wirklich ist.⁶⁴ Eine Verstärkung dieses „Home Bias“ war während der Finanzkrise zu erkennen.⁶⁵

Die Deutschen legen viel (10 %) in Asien und den USA an. In der übrigen Welt, worunter auch die „Emerging Markets“ fallen, eher weniger. Österreich legt im Vergleich sehr viel in Deutschland (13 %) und den USA (9 %) an. Aber auch die übrige Welt hat mit 5 % einen recht hohen Anteil an den Offshore-Anlagen der Österreicher und ist mit der Schweiz gleich auf. Die Schweizer haben erhebliche Gelder in Deutschland und den USA (jeweils 8 %). Die übrige Welt macht hier nur 4 % aus (vgl. Abb. 13). Hier zeigt sich insgesamt eine eher konservative und sicherheitsbedachte Anlagestrategie der Schweizer, die rein geografisch keine großen Risikofaktoren zulässt. Das heißt, die Schweizer investieren ungern in Länder, welche politische oder ökonomische Instabilitäten aufweisen.

4 Zwischenfazit

Bei der bisherigen Betrachtung lassen sich einige langfristige Trends im Bereich des Private-Banking und der Verteilung der Vermögen erkennen, wobei hier einzelne Ausnahmen durch die Finanzkrise in den letzten Jahren zu machen sind. Der Einbruch zu dieser Zeit ist aber mittlerweile fast schon wieder in allen Bereichen ausgeglichen. In einigen Bereichen, wie zum Beispiel das Volumen des weltweiten HNWI-Vermögens, wird das Vorkrisenniveau bald schon weit übertroffen. Es lässt sich festhalten, dass die Anzahl wohlhabender Menschen und deren Vermögen seit über zehn Jahren weltweit und auch im deutschsprachigen Raum steigt. Somit wird auch im Private-Banking-Markt weiterhin das Potential steigen. Dieses steigende Potential zeichnet sich unter anderem dadurch aus, dass ein Großteil des Vermögens in Deutschland auf die reichsten 20 % der Bevölkerung fällt. Diese Ungleichverteilung führt dazu, dass immer weniger Menschen die Möglichkeit haben, finanziell für eine gute Ausbildung ihrer Nachkommen zu sorgen. Somit sinkt die Chance für weniger reiche Gesellschaftsgruppen einen gut bezahlten Job zu bekommen, um auch in diesen Gesellschaftsschichten Vermögen aufzubauen.⁶⁶

⁶⁴ vgl. Huchzermeier, Dennis (2009), S. 8-12

⁶⁵ vgl. Capgemini & Merrill Lynch (2010), S. 19

⁶⁶ vgl. Toppe, Sabine (2009), S. 9ff

Durch eine hohe Sparquote und somit weniger direktem Konsum in Deutschland, Österreich und der Schweiz steigert sich das zur Verfügung stehende Vermögen weiterhin. Diese Beobachtung trifft auf alle Bereiche der Bank zu, jedoch auch speziell auf das Private-Banking. Hier befindet sich, wie eben schon erläutert, der größte Anteil des Vermögens.

Bei der Anlageverteilung lässt sich grob zusammenfassen, dass die Risikoaversion, die in der Krise stark gestiegen ist, wieder nachgelassen hat. In Deutschland, Österreich und der Schweiz ist der Trend, im Gegensatz zum weltweiten Vergleich, jedoch eher die Anlage in etwas sichere Investmentbereiche. Auf dieses Verhalten müssen sich Anbieter von Private-Banking-Dienstleistungen einstellen und ihre Beratungen darauf abstimmen. Große Anlagen in die „Emerging Markets“ sind nicht zu beobachten, vermutlich werden diese jedoch auch in Zukunft immer populärer und eine wichtige Rolle spielen. Die Renditen dort können sehr hoch sein. Man sollte jedoch nicht vernachlässigen, dass politische Instabilitäten, wie wir sie gerade jetzt im Frühjahr 2011 in Nordafrika (z.B. Ägypten, Libyen, etc.) sehen, zu sehr hohen Ausfällen führen können. Diese sogenannte „Facebook-Revolution“⁶⁷, kann die Stabilität der ganzen nordafrikanischen Region gefährden. Aktienkurse stürzen ab und Unternehmen müssen zumindest zeitweise aus Sicherheitsgründen ihre Tätigkeit unterbrechen.⁶⁸

5 Möglichkeiten und Veränderungen im Private-Banking

5.1 Vertrauen bringt Wandel

Wie in der Einleitung schon angesprochen ist Vertrauen im Private-Banking ein wichtiger Bestandteil des Fundaments auf dem die Beziehungen zwischen Kunde und Berater bzw. Kunde und Bank beruht.⁶⁹ Dieses Fundament weist durch das „Erdbeben“ Finanzkrise erhebliche Risse auf. Diese müssen nun zu kitten versucht werden, um sich als Bank weiterhin in diesem profitablen Geschäftsfeld behaupten zu können. Erhebliche Verluste, die Kunden in dieser Zeit hinnehmen mussten, machen nun nach der Krise eine Umverteilung

⁶⁷ Diese Revolution wurde nach dem sozialen Internetnetzwerk Facebook (Web 2.0) benannt, da hierüber, von den Protestlern, initiale organisatorische Dinge besprochen werden konnten. Aufständische Gruppen konnten über das unzensurierte Netzwerk motiviert und anfangs formiert werden. Allerdings sollte dem Medium Internet nicht zu viel Bedeutung zugemessen werden, da dies, wie auch Telefonleitungen, innerhalb kürzester Zeit abgeschaltet werden mussten und die Organisation danach weiterhin erfolgte. vgl. Sutter, John D. (2011) und vgl. Hong, Caroline K. (2011), S. 1

⁶⁸ vgl. Focus Money Online (2011)

⁶⁹ vgl. Hens/Bachmann (2008) S. 5

der Kunden auf andere Banken möglich. Einige Anleger könnten das Vertrauen in ihre Bank nun gänzlich verloren haben und werden sich demzufolge nach Alternativen umsehen.

5.2 Neue Strukturen und Banken

Durch große finanzielle Einbußen vieler Kunden während der Finanzkrise kam es im Private-Banking zu einem erheblichen, wie eben schon angesprochenen, Vertrauensverlust auf Seite der Kunden. Diese Verluste des Kunden beziehen sich auf den jeweiligen Berater, auf die Banken und Finanzdienstleister und sogar auf das gesamte Finanzsystem.⁷⁰ Neben den Vertrauensverlusten durch die Krise kam es zu einem weiteren Vertrauensbruch. Dadurch dass an vielen Banken keine ausreichende Beratungsleistung mehr geboten wurde, sondern nur noch ein reiner Produktverkauf stattfand, verloren Kunden das Vertrauen. Die Produktaufklärung wurde oft mit fingierten Argumenten durchgeführt um eine möglichst hohe Prämie abzurechnen.⁷¹ Im Gegensatz zur Anzahl der HNWI's und des globalen Vermögens, wie bereits in den Kapiteln 2 und 3 beschrieben, ist das Kundenvertrauen und die Leistung der Berater im Private-Banking noch weit unter dem Niveau von vor der Krise.⁷² Aus diesem Grund sind Banken mit verschiedenen Maßnahmen bestrebt, das Vertrauen der Kunden zurück zu gewinnen. Die Credit Suisse versucht unter anderem Risiken in ihren Anlagen zu verkleinern und die Kapitalbasis zu vergrößern. Zusätzlich versuchen sie aber auch mehr Vertrauen durch Aktionen in anderen Geschäftsfeldern zu gewinnen. Sie engagiert sich zum Beispiel verstärkt in der Personalentwicklung und bringen sich stark in den Umweltschutz ein.⁷³ Sie versuchen dem Kunden zu vermitteln, dass sie sich auf seine Bedürfnisse einstellen und ihm größtmögliche Transparenz vermitteln. So sollen beispielsweise Gebühren offen gelegt und mehr Informationen zu den Anlageprodukten im Einzelnen veröffentlicht werden.⁷⁴

Durch das geschwunden Vertrauen zu den bisher etablierten Instituten ergaben sich jedoch Möglichkeiten für viele neue Banken. Viele dieser Neugründungen wollen unter anderem im Privatkundengeschäft Fuß fassen. Die Gründer dieser neuen Unternehmen sind mitunter ehemalige Mitarbeiter von Großbanken wie der Schweizer UBS AG.⁷⁵ Sie versuchen das

⁷⁰ vgl. The Boston Consulting Group (2010), S. 8

⁷¹ vgl. Hage, Simon / Hetzer, Jonas (2009), S. 112-117

⁷² vgl. The Boston Consulting Group (2010), S. 8

⁷³ vgl. Credit Suisse (2010), S. 2-10

⁷⁴ vgl. Jucca, Lisa / Rhodes, Jason (2009)

⁷⁵ vgl. Baumann, Claude (2010), S. 50

erschütterte Vertrauen der Kunden von Grund auf neu zu gewinnen. Pierre Pâris und Olivier Bertrand, welche vormals bei der UBS AG arbeiteten, gründeten beispielsweise Ende 2008 mitten in der Finanzkrise die „Banque Pâris Bertrand Sturdza“, die sich auf wohlhabende Privatkunden und Family Offices⁷⁶ spezialisierte. Sie soll sich durch die Eigenschaften „keinen Interessenskonflikte, dafür Transparenz, Glaubwürdigkeit. Kurz: Anstand.“⁷⁷ auszeichnen. Also all das, was Kunden, die sich von ihren bisherigen Beratern „betrogen“ fühlten, suchen. Die Bank fand auf Anhieb einige vermögende Kunden, die ihr Kapital dort anlegen wollen. Gerade nachdem sich gezeigt hatte, dass auch große Geldinstitute keine hundertprozentige Sicherheit des angelegten Vermögens gewährleisten können.⁷⁸

Ein weiterer Trend, der sich in den letzten Jahren gezeigt hat, ist der des Single Family Office. So stellt sich jeder Vermögende seinen eigenen Geldverwalter ein, der sich um die Anlage und Verwaltung des Vermögens nur dieser Person kümmert. Diese Form eignet sich allerdings erst ab ca. 500 Millionen Euro Vermögen. So ist es für die vermögenden Personen möglich, Gehalt und Honorare der Verwalter mitzubestimmen und dies auch erfolgsabhängig zu gestalten. Damit geht man dem Vertrauensproblem in eine Großbank aus dem Weg.⁷⁹

Nach Erhebungen des German Wealth Monitors, bei dem 1000 Personen aus den obersten drei Prozent des Einkommens befragt wurden, scheint sich das Vertrauen der Kunden in die Banken wieder zu erholen. Im ersten Halbjahr 2008 gaben noch 70 % an, dass sie das Vertrauen in bestimmte Banken verloren haben. Im zweiten Halbjahr 2008 waren es nur noch 60 % und 2009 nur noch 58 %, die angaben das Vertrauen verloren zu haben.⁸⁰ Somit ist ersichtlich, dass auch das Vertrauen zu den traditionsreichen Banken, wie die „Merck Finck & Co oHG“ oder die „Credit Suisse AG“, wieder zurückkehrt und sich der Markt in dieser Sparte des Private-Banking erholt.

6 Finanzdienstleistungen und deren Ziele im Private-Banking

6.1 Finanz- und Beratungsdienstleistungen

Der Begriff Finanzdienstleistung ist keinesfalls eindeutig. Er besitzt keine feste Definition und wird oft auch durch andere Begriffe wie „Bankdienstleistung“, „Bankprodukt“ oder

⁷⁶ Ausführlich in Kapitel 6.2 erklärt

⁷⁷ Döhle, Patricia / Hage, Simon (2009), S. 114

⁷⁸ vgl. Döhle, Patricia / Hage, Simon (2009), S. 114-116

⁷⁹ vgl. Busse, Eva (2009)

⁸⁰ vgl. Deutsche Presse (2009)

ähnliches beschrieben.⁸¹ Finanzdienstleistungen werden unter anderem als „Gesamtheit aller von Kreditinstituten sowie von banknahen und bankfremden Konkurrenten (Versicherungen, Bausparkassen, etc.) angebotenen Leistungen, z. T. unter Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechniken“⁸² beschrieben. Im Kreditwesengesetz (KWG) werden die Finanzdienstleistungen weiterhin in bestimmte Produktgruppen aufgegliedert und genauer definiert.⁸³ Diese Arbeit wird sich diesbezüglich an der oben genannten Definition orientieren. Eine nähere Definition ist hier nicht nötig.

Wichtiger ist die Unterscheidung von originären und derivativen Finanzdienstleistungen. Die originären Finanzdienstleistungen sind Dienstleistungen, „die zur Erfüllung einer oder mehrerer finanzwirtschaftlicher Funktionen beitragen oder deren Erfüllung ganz übernehmen“⁸⁴. Im Kontext des privaten Bankwesens ist darunter die Verwaltung und Buchung von Kapitalflüssen, sowie der Aufbau von Vermögen durch Sparkonten oder ähnliches zu verstehen. Die derivativen Finanzdienstleistungen beschreiben Dienstleistungen im Bankwesen, welche eine individuelle Beratungsleistung beinhalten. Dieser Bereich der Finanzdienstleistungen deckt einen wesentlich größeren Teil der Dienstleistungen eines Finanzunternehmens ab wie der Teil der originären Finanzdienstleistungen.⁸⁵ Speziell im Bereich des Private-Banking macht diese Sparte einen größeren Anteil der Dienstleistungen aus, da der vermögende Kunde meistens beraten werden möchte, wie, wo und unter welchen Konditionen er das Kapital anlegen kann. Denn der Banker hat einen weitaus besseren Überblick über Anlageoptionen und der Kunde kann von diesem Wissen profitieren. Aus diesem Grund werden in den folgenden Kapiteln auch vermehrt derivative Beratungsdienstleistungen beschrieben und analysiert.

Dienstleistungen allgemein haben einige wichtige Eigenschaften, die auch auf Finanzdienstleistungen zutreffen. Sie zeichnen sich zum einen dadurch aus, dass ein externer Faktor (Kunde) einbezogen werden muss. Zum anderen kann eine Dienstleistung nicht transportiert werden. Die Immaterialität und somit auch die Intangibilität, also die Nicht-Fassbarkeit, der Dienstleistung sind weitere wichtige Kennzeichen. Das bedeutet, dass die Dienstleistung im Voraus nicht betrachtet oder angefasst werden kann, wie dies bei Sachleistungen üblich ist. Außerdem unterliegt die Dienstleistung dem „Uno-Actu-Prinzip“.

⁸¹ Vgl. Schwencke, Moritz (2008), S. 28

⁸² Gabler Verlag (2011a)

⁸³ KWG §1 Absatz 1a

⁸⁴ Swoboda, Uwe C. (1997), S. 59

⁸⁵ Klaus, Kerstin (2007), S. 40

Dieses Prinzip besagt, dass die Dienstleistung zur gleichen Zeit, zu der sie produziert wird, auch konsumiert wird. Die beiden zuletzt genannten Eigenschaften bergen für den Kunden ein erhebliches Risiko beim Konsum, denn er kann vor der Inanspruchnahme nicht beurteilen, ob das Preis-Leistungs-Verhältnis angemessen ist. Beim Kauf einer Sachleistung, zum Beispiel eines Blumentopfs, könnte er sich im Voraus von der Qualität überzeugen, und daraus seine Kaufentscheidung ableiten. Bei einige Dienstleistungen, wie der Arztbesuch oder vielmehr die Diagnose des Arztes ist noch nicht einmal direkt nach erfolgter Leistung die Qualität festzustellen.⁸⁶ Dies führt natürlich auch bei Finanzdienstleistungen zu Problemen, da sich der Kunde im Voraus nie sicher sein kann, ob, und wenn ja welchen, Nutzen er wirklich aus der Beratung ziehen kann. Dies lässt sich meist erst nach einem bestimmten Prozess und einer gewissen Zeitspanne, zum Beispiel einer Aktienanlage über 10 Jahre, anhand der Rendite der Anlage feststellen.

6.2 Finanzdienstleistungen im Private-Banking

Beim Vergleich der Angebote verschiedener Private-Banking-Anbieter fällt allgemein auf, dass die einzelnen Dienstleistungen nicht bankenübergreifend gleich sind. Jede Bank bietet ihre eigenen "speziellen" Dienstleistungen an, welche sie auch individuell benennen, und welche zu ihren Strategien und Konzepten passen.⁸⁷ Grundsätzlich lässt sich allerdings festhalten, dass im Private-Banking fast immer eine umfassende Beratung aller finanziellen Bereiche durchgeführt wird. Diese geht von der Kreditvergabe und dem Immobilienmanagement über individuelle Investmentprodukte und das Family Office bis hin zum Financial Planning und dem Erbschaftsmanagement.⁸⁸ Nicht immer werden diese Dienstleistungen direkt von der Bank erbracht. So erbringt die Deutsche Bank die Financial Planning Dienstleistung zum Beispiel durch das Tochterunternehmen Deutsche Bank Trust AG.⁸⁹ Diese Dienstleistungen können mit einer sehr unterschiedlichen Beratungsleistung erbracht werden. Auf diese individuell auf den Kunden im Private-Banking abgestimmte Beratungsleistung wird im Abschnitt 6.3 näher eingegangen.

Einige der Dienstleistungen werden folgend beschrieben und am Beispiel des Private Wealth Managements der Deutschen Bank AG verdeutlicht.

⁸⁶ vgl. Bruhn, Manfred (2008), S. 20ff

⁸⁷ Vergleich der Internetpräsenz der Deutschen Bank – Private Banking (vgl. Deutsche Bank (2011)), der Merck Fink und Co. (vgl. Merck Finck (2011)), der LGT-Bank – Private Kunden (vgl. LGT Bank (2011))

⁸⁸ vgl. Schmohl, Sabine (2007), S. 13

⁸⁹ vgl. Hochberger, Bernd (2003), S. 19

- Anlageberatung

Bei der Anlageberatung wird zwischen Beratung und Verwaltung unterschieden. Auf diesen Unterschied wird im nächsten Abschnitt weiter eingegangen. Hier ist nur zu sagen, dass dies die Hauptgeschäftstätigkeit in der Privatkundenberatung darstellt. In diesem Bereich werden Anlageoptionen diskutiert und Entscheidungen zu Anlage getroffen bzw. durchgeführt.⁹⁰

Als „Beratungs- und Vermögenverwaltungsmandate“ wird diese Dienstleistung bei der Deutschen Bank beschrieben. Sie wirbt mit dem Schutz des Kundenkapitals und der Erstellung eines Anlageportfolios mit dem Know-How der Deutschen Bank.⁹¹

- Financial Planning

Das Financial Planning hat es sich zur Hauptaufgabe gemacht sich mit der Lebenssituation und der sowohl privaten als auch beruflichen Lebensplanung des Kunden zu beschäftigen. Die finanzielle Situation des Kunden soll optimiert werden. Hierbei wird über Erbschaft oder Unternehmensnachfolge genauso beraten, wie über Versicherungen. Bei den Versicherungen handelt es sich meist um Lebensversicherungen, Berufsunfähigkeitsversicherungen oder Altersvorsorgeprodukte.⁹²

Die Deutsche Bank beschreibt diese Dienstleistungssparte mit dem Begriff „Vermögensplanung“ und teilt sie in die Bereiche „Ruhestand und Rente“ und „Nachfolgeplanung“ ein. Beim Ersten soll die Planung des Ruhestandes besprochen werden. Die Bank möchte mit dem Kunden zusammen eine Strategie entwickeln, um den gewohnten Lebensstandard auch im Rentner-Dasein zu halten. Bei Zweitem geht es unter anderem um die Unternehmensplanung, die Immobilienberatung als auch die finanzielle Absicherung der Angehörigen.⁹³

- Family Office

Es gibt grundsätzlich zwei Typen von Family-Offices. Zum einen sind das Single-Family-Offices, bei denen sich ein Berater nur um die Belange, Wünsche und das Vermögensmanagement einer Familie kümmert. Zum anderen sind dies Multi-Family-Offices, bei denen sich ein Berater um die Belange, Wünsche und die Vermögenssicherung mehrerer Familien kümmert. Welcher Typ genutzt wird, hängt

⁹⁰ vgl. Howald, Bettina (2007), S. 26f

⁹¹ Deutsche Bank PWM (2011a)

⁹² vgl. Howald, Bettina (2007), S. 28

⁹³ vgl. Deutsche Bank PWM (2011b)

hauptsächlich vom Vermögensvolumen ab (vgl. Abb. 15). Hier ist zu erkennen, dass ein Single-Family-Office meist erst bei Personen mit einem Gesamtvermögen ab 1.000 Millionen € in Anspruch genommen wird. Dagegen leisten sich die meisten Personen schon ab 300 Millionen € ein Multi-Family-Office.

Bei beiden Typen wird ein sehr umfangreiches aber auch individuelles Leistungsspektrum abgedeckt.⁹⁴ Es umfasst eine ganzheitliche und nachhaltige Betrachtung der Lebenssituation des Kunden und der drauf zugeschnittenen Produkte. Zum einen ist es vorstellbar, dass bei Kunden mit Familie auf die Versicherung der Kinder eingegangen wird. Zum anderen können aber auch, bei Kunden ohne Familie, vermehrt hochspekulative Finanzgeschäfte gelenkt werden.

Oft wird diese Leistung bankunabhängig von einem externen Unternehmen in sehr unterschiedlichen Gesellschaftsformen angeboten.⁹⁵ Die Deutsche Bank hat diese Dienstleistung jedoch mit in ihr Angebotsspektrum aufgenommen. Sie wirbt mit einer „ganzheitliche[n] Sichtweise auf das Vermögen, um die strategischen, finanziellen, steuerlichen und rechtlichen Auswirkungen mit den familieninternen Anforderungen in Einklang zu bringen“⁹⁶.

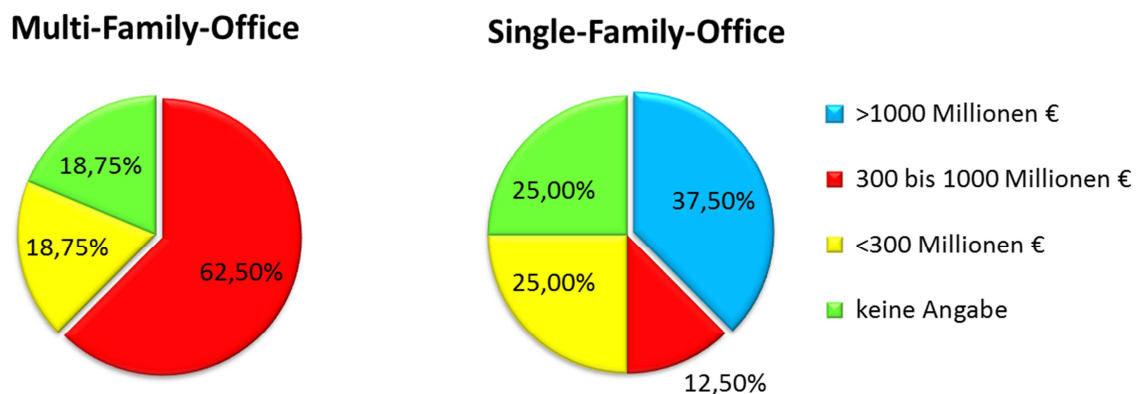


Abbildung 15: Verteilung der Vermögensklassen auf Family-Office-Typ
(herausgestellt: Vermögenklasse mit höchstem Anteil)
(Quelle: eigene Darstellung, in Anlehnung: Anliker, Markus et al. (2009), S. 13)

- **Erweiterte Dienstleistungen**

Bei erweiterten Dienstleistungen geht es meist um die Beratung beim Erwerb von Prestigeobjekten, die zum einen als Symbol für ein gewisses Interesse oder eine

⁹⁴ vgl. Anliker, Markus et al. (2009), S. 10-13

⁹⁵ Anliker, Markus et al. (2009), S. 7 und S. 14

⁹⁶ Deutsche Bank PWM (2011c)

gewisse gesellschaftliche Stellung genutzt werden. Zum anderen können diese auch gesellschaftliche Belange sein, wie die Gründung einer Stiftung.⁹⁷

Die Deutsche Bank unterstützt auch hierbei mit dem Dienstleistungsbereich „Philanthropie & Kunstberatung“. Hier werden auf der einen Seite Dienstleistungen angeboten, die von der Recherche von Objekten über die Beratung und Bewertung bis hin zur Verwaltung der Kunstobjekte gehen. Auf der anderen Seite wird auch im Bereich Philanthropie bei der Stiftungsgründung geholfen.⁹⁸

6.3 Beratungsleistungen im Private-Banking

Bereichsübergreifend können zwei grundsätzlich verschiedene Beratungsdienste unterschieden werden. Zum einen ist dies die Vermögensberatung und zum anderen die Vermögensverwaltung. Bei der Vermögensberatung werden vom Berater in der Regel nur Vorschläge unterbreitet, wie die Anlage umgestaltet werden könnte und welche Transaktionen empfehlenswert wären. Die Transaktion selbst nimmt dann entweder der Kunde selbst vor oder aber gibt anschließend an die Beratung den Auftrag an das Institut weiter, diese Transaktion für ihn vorzunehmen. Bei der Vermögensverwaltung wird der Vermögensmanager „aufgrund eines schriftlichen Verwaltungsmandates“⁹⁹ bei den Transaktionen selbst tätig. In diesem Vertrag werden unter anderem die Ziele des Kunden, die Risikoneigung und die gewünschte Vermögensverteilung festgeschrieben. So bekommt der Vermögensverwalter bestimmte Kriterien an die Hand, nach denen er das Kundenvermögen selbständig, also ohne bei jeder Transaktion die Zustimmung des jeweiligen Vermögenden einholen zu müssen, verwalten kann.¹⁰⁰ Bei der Vermögensverwaltung gibt der Kunde die Anlageentscheidungen aus der Hand, muss sich aber im Gegenzug nicht mehr mit den finanziellen Entscheidungen belasten.

Diese zwei unterschiedlichen Beratungsdienstleistungen werden von den Banken in weitere Kategorien untergliedert. Die Capital Bank, mit Sitz in Österreich, bietet im Bereich Beratung und Verwaltung vier unterschiedliche Modelle an, die alle einen individuellen Slogan tragen. Hiermit soll für die Kunden der Nutzen des Angebots verdeutlicht werden. Diese vier Modelle werden nachfolgend kurz beschrieben

⁹⁷ vgl. Howald, Bettina (2007), S. 28

⁹⁸ vgl. Deutsche Bank PWM (2011d)

⁹⁹ Münch, Jürgen (2006), S. 12

¹⁰⁰ vgl. Münch, Jürgen (2006), S. 12

- „BERATERVERTRAG „Aktiv und Komplet““

Bei diesem Modell ist der Kunde selbst für seine Vermögens- und Kapitalentscheidungen verantwortlich. Die Bank leistet lediglich eine unterstützende Funktion, in dem sie verschiedene Alternativen darlegt.¹⁰¹ Die Capital Bank benutzt bei diesem Angebot den Slogan „*Sehen Sie uns doch als Ihren Copiloten*“¹⁰² und verdeutlicht hiermit ihre unterstützende Funktion. Ein eigenmächtiger Eingriff der Bank in die Geschäfte wird vorerst ausgeschlossen. Dieses Angebot fällt somit in die Kategorie der reinen Beratung. Allerdings soll eine langfristige Kundenbindung erfolgen, bei der ein gutes Vertrauensverhältnis gefordert wird, welches in dieser Phase aufgebaut werden kann, d. h. der Kunde soll animiert werden in ein anderes, langfristiges Beratungsmodell zu wechseln.

- „PORTFOLIOVERWALTUNG“

Die Portfolioverwaltung hingegen fällt in den Bereich der Vermögensverwaltung. Der Kunde soll sich entspannen und nach seinen Vorgaben die Entwicklung seines Kapitals betrachten. Alle Anlageentscheidungen werden, nach den Präferenzen des Kunden, vom Berater getroffen.¹⁰³ Hier wird der Slogan „*Sehen sie uns doch als ihren Chauffeur*“¹⁰⁴ benutzt, bei welchem der Komfort in den Vordergrund rückt. Für diese Übertragung der Verantwortung ist ein hohes Vertrauen zum Berater erforderlich.

- „EINMALBERATUNG“

In diesem Fall wird nur eine einmalige Beratung durchgeführt. Die Bank übernimmt keine Folgeverpflichtungen. Alle nachfolgenden Entscheidungen übernimmt der Kunde.¹⁰⁵ Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Einmalberatung nicht mehrfach in Anspruch genommen werden kann. Durch diese kann wiederum eine langfristige Beziehung entstehen.

Im Slogan „*Sehen sie uns doch als ihren Taxilenker*“¹⁰⁶ wird die Beratung als einmalige Taxifahrt beschrieben, bei der man mit Hilfe des Taxis von A nach B kommt. Die Vertrauensbasis zum Berater ist im ersten Moment nicht wichtig, jedoch kann hier der Grundstein für eine weitere Beratungsbeziehung gelegt werden.

¹⁰¹ vgl. Capital Bank (2011)

¹⁰² Capital Bank (2011)

¹⁰³ vgl. Capital Bank (2011)

¹⁰⁴ Capital Bank (2011)

¹⁰⁵ vgl. Capital Bank (2011)

¹⁰⁶ Capital Bank (2011)

- „BROKERAGE“

Beim Brokerage erfolgt keine Beratung. Hierbei wird nur durch die Infrastruktur der Bank ein Wertpapierdepot zur Verfügung gestellt. Alle Kauf- und Verkaufsentscheidungen muss der Kunde treffen.¹⁰⁷ Hierbei wirkt der Slogan „Sehen sie uns doch als ihr Serviceteam“¹⁰⁸ etwas undeutlich, da Service per Definition für einen gewissen Komfort steht. In diesem Falle aber nur die Bedeutung hat, dass etwas und zwar ein Wertpapierdepot und alle damit in Verbindung stehenden Funktionalitäten zur Verfügung gestellt wird.

Ein wichtiges Merkmal der Beratungsleistung im Private-Banking ist das Reporting, welches gerade in den langfristigen Beratungsverhältnissen eine große Rolle spielt. Denn die periodische Darlegung der Anlageentwicklung stellt den Erfolg oder auch Misserfolg des Beraters im Umgang mit dem Kundenkapital dar. Der vermögende Kunde hat beim Reporting die Möglichkeit, die Leistung des Beraters zu überprüfen.¹⁰⁹ Diese Leistung stellt ein objektives Qualitätskriterium dar. Jedoch ist es hierbei möglich, durch den Detailgrad des Reportings, bestimmte Anlageklassen zusammenzufassen und dadurch beispielsweise Verluste im Bereich der alternativen Investments durch hohe Gewinne in einem Aktienfond auszugleichen. Dadurch würde eine, aus Kundensicht, positivere Gesamtdarstellung ermöglicht, um als Berater besser da zu stehen. Eine genaue betriebswirtschaftliche Zerlegung mit Aufgliederung aller Bestandteile wird meist nicht vorgenommen. Dies könnte jedoch genutzt werden, um sich von anderen Private-Banking-Dienstleistern abzugrenzen.¹¹⁰ Auch wenn das nicht immer zum Vorteil des Beraters ist, führt es zu mehr Transparenz in der Dienstleistung.

Es bleibt noch zu sagen, dass die Beratung in den umfassenderen Dienstleistungen im Private-Banking allgemein weit über die des Retail-Bankings hinausgeht. Der Berater steht nicht nur in der Bank, am Telefon oder per Mail zu Verfügung, sondern besucht den Kunden auch zu Hause.¹¹¹ Des Weiteren werden die Kontakte und Beziehungen auch über das Beratungsgespräch hinaus gepflegt. So ist ein Treffen nach der Beratung auf dem Golfplatz ebenso möglich, wie der gemeinsame Besuch einer Kunstaustellung. Hierbei findet ein

¹⁰⁷ Capital Bank (2011)

¹⁰⁸ Capital Bank (2011)

¹⁰⁹ vgl. Girner, Gerhard K. (2005), S. 134

¹¹⁰ vgl. Buhl, Hans U. et al. (2000), S. 1

¹¹¹ vgl. Hochberger, Bernd (2003), S. 20

beidseitiger Informationsaustausch statt - sowohl auf geschäftlicher als auch auf privater Ebene.¹¹²

Sogenannte Customer-Care-Events, bei denen der Kunde „zu Fußballspielen der Nationalmannschaft, Golf-Turniere[n], Pferderennen, klassische[n] Konzerte[n]“¹¹³ oder ähnlichem eingeladen wird, dienen als Belohnung für die Treue und erleichtern auch den menschlichen Zugang zum Kunden, um die Beratungsbeziehung weiter auszubauen.¹¹⁴

6.4 Ziele der Finanz- und Beratungsdienstleistungen im Private-Banking

Das Ziel des Kunden im Private-Banking ist eine kundenindividuelle Anlagelösung mit der von ihm gewünschten und bevorzugten Beratungsintensität sowie Beratungsleistung. Des Weiteren wünscht er sich unter anderem hochqualitative Produkte und Dienstleistungen, sowie verhältnismäßige Gebühren, um eine raschen Vermögenssteigerung zu erreichen.¹¹⁵

Diese Wünsche werden aber oft nur teilweise von den Banken erfüllt. Denn die Banken als Wirtschafts- und Dienstleistungsunternehmen haben andere, von den Kundenbedürfnissen abweichende, Ziele. Es wird versucht, durch die intensive Betreuung und auch durch die, im vorherigen Abschnitt bereits erwähnten, Customer-Care-Events eine intensive Kundenbindung aufzubauen, wodurch auch eine soziale Bindung entsteht. Das Wohlbefinden, welches der Kunde mitunter spürt, soll die Beziehung zwischen Kunde und Bank nachhaltig stabilisieren. Damit der Kunde davon abgehalten wird die Geschäftsbeziehung, auch bei wirtschaftlichen Misserfolgen, mit der Bank zu schnell zu lösen. Weiterhin versuchen sie durch „individuelle [...] Finanzdienstleistungslösungen Marktaustrittsbarrieren“¹¹⁶ aufzubauen, wodurch ein schneller Wechsel zum Konkurrenten erschwert wird. Die Qualität der Beratung lässt jedoch immer weiter nach, da oft nicht mehr ausreichend auf die Bedürfnisse des Kunden eingegangen wird. Viel mehr wird direkt versucht, die Produktleistungen, die komplett angeboten werden können, zu verkaufen.¹¹⁷ Somit geht die individuelle Lösungssuche und das daraus folgende kundenspezifische Leistungspaket verloren. Das Institut schmälert somit selbst die Austrittsbarrieren. Kunden können dadurch, dass das Produkt nicht individuell auf sie abgestimmt wurde, sondern ein mehr oder weniger

¹¹² vgl. Uzzi, Brian (1999), S. 488

¹¹³ Fuhrer, Daniel (2009), S. 42

¹¹⁴ vgl. Fuhrer, Daniel (2009), S. 42

¹¹⁵ vgl. Howald, Bettina (2007), S. 142

¹¹⁶ Buhl, Hans U. / Kundisch, Dennis / Steck, Werner (2001), S. 3

¹¹⁷ vgl. Buhl, Hans U. / Kundisch, Dennis / Steck, Werner (2001), S. 3f

7 Verbesserung der Finanzdienstleistungen unter Berücksichtigung des veränderten Potentials

standardisiertes Produkt verkauft wurde, schneller von einem zum anderen Anbieter wechseln.

Bei der Beratung soll unter anderem durch den intensiven Kundenkontakt und den im vorherigen Kapitel beschriebenen Informationsaustausch zwischen Kunde und Berater, die Risikoneigung des Kunden bestimmt werden. Die Risikoneigung hat nämlich unmittelbaren Einfluss auf die in Aussicht stehenden Gewinne der Bank. Denn je risikofreudiger ein Kunde ist, desto höher sind in der Regel die Gebühren, die er bezahlen muss. Zusätzlich investiert ein risikofreudiger Kunde insgesamt mehr Kapital und wählt Produkte mit höheren Gewinnspannen. Angenommen die Beratungskosten für einen risikofreudigen Anleger sind gleich hoch, wie die eines risikoaversen Kunden, steigt der Wert des Kunden für die Bank. Dies bedeutet jedoch im Umkehrschluss nicht, dass sich eine Bank nur auf Kunden konzentrieren sollte, die dem Risiko zugeneigt sind. Diese Kunden sind nämlich auch eher mit der Leistung der Bank oder des Beraters unzufrieden, da die risikoreicheren Anlagen auch öfter oder zu größeren Verlusten führen können als die risikoarmen Produkte. Daher ist eine Abwanderung des risikofreudigen Kundenstammes wahrscheinlicher. Das führt dazu, dass risikofreudige Anleger auf kurze Sicht einen höheren Wert haben, risikoaverse Kunden die Einnahmen jedoch langfristig stabilisieren.¹¹⁸

7 Verbesserung der Finanzdienstleistungen unter Berücksichtigung des veränderten Potentials

7.1 Einführung

Finanzdienstleistungen haben in vielseitiger Hinsicht ein hohes Verbesserungspotential, zum Beispiel der Berater selbst durch dessen Qualifikation und Motivation oder die Dienstleistungen als solche, bei welchen Veränderungen vorgenommen werden können. Die Performance des Beraters kann sich zum einen durch Fortbildungen erhöhen. Zum anderen lässt sich diese aber auch durch die Steigerung der Motivation erhöhen. Dies kann durch extrinsische¹¹⁹ Einflüsse, wie eine Gehaltserhöhung¹¹⁹ oder durch intrinsische¹²⁰ Parameter,

¹¹⁸ vgl. Howald, Bettina (2007), S. 161f

¹¹⁹ Ausdruck der Motivationstheorie (von außen wirkende Einflüsse auf die Motivation)

¹²⁰ Ausdruck der Motivationstheorie (von innen wirkende Einflüsse auf die Motivation)

7 Verbesserung der Finanzdienstleistungen unter Berücksichtigung des veränderten Potentials

zum Beispiel durch hohe Entscheidungsbefugnisse erfolgen.¹²¹ Das folgende Kapitel wird sich hierbei jedoch weitestgehend auf die Beschreibung einiger Modifikationen bei den in Abschnitt 6.2. bereits aufgeführten Dienstleistungen beschränken.

7.2 Vorschläge für Dienstleistungsverbesserungen

Im Allgemeinen lässt sich sagen, dass die weitere Konzentration der Finanzdienstleister auf den Private-Banking-Bereich Sinn macht. Denn angesichts des gestiegenen und vermutlich weiterhin steigenden Potentials, welches bereits in Kapitel 2 beschrieben wurde, sind dort weiterhin hohe Gewinne möglich.

Allerdings sollten beispielsweise auf Grund der gestiegenen Rolle der Emerging-Markets, diese auch eine größere Rolle bei der **Anlageberatung** spielen. Das heißt, dass die Anlageberater drauf hinweisen, dass es auch lukrative Anlagemöglichkeiten in diesem Bereich gibt. Hierbei ist jedoch auch bei der Beratung darauf zu achten, dass sowohl die guten Seiten, wie die hohen Gewinne als auch die schlechten Seiten, wie der hohe Risikofaktor dargelegt werden (vgl. Abschnitt 3.4). Denn im deutschsprachigen Raum ist das Anlageverhalten, wie in Abschnitt 3.3 bereits dargestellt und in Abbildung 11 bereits gesehen, risikoreicher als der weltweite Durchschnitt. Global betrachtet gibt es insgesamt jedoch eine gestiegene Risikoaversion der Anleger. Aus diesem Grund muss auch deutlich auf die Risiken der Anlageprodukte aufmerksam gemacht werden. Zusätzlich sollte man sich im deutschsprachigen Raum auf Immobilienvermarktung konzentrieren, denn dies ist, wie die Aktieninvestition, zurzeit der häufigste Anlagewunsch des Kunden.¹²²

Auch bei der Dienstleistung des **Financial Planning** könnten wegen der gesunkenen Risikoneigung, wie in Abschnitt 3.3 beschrieben, Änderungen vorgenommen werden. So sollte in diesem Bereich großer Wert auf Versicherungsprodukte gelegt werden, sodass der Anleger auch über die Absicherung seiner Familie oder des sonstigen sozialen Umfelds beraten werden kann. Denn mit Versicherungen können viele finanzielle Risiken in der Lebensplanung des Kunden minimiert werden und die Bank könnte dem Kunden helfen sich sicher zu fühlen. Die Sicherheit ist nämlich eine der Hauptkriterien nach denen Kunden ihre Privatbank auswählen.¹²³

¹²¹ vgl. Kaufmann, Hans R. (2004), S. 25

¹²² vgl. Cocca, Teodoro D. (2010), S. 10

¹²³ vgl. Howald, Bettina (2007), S. 174

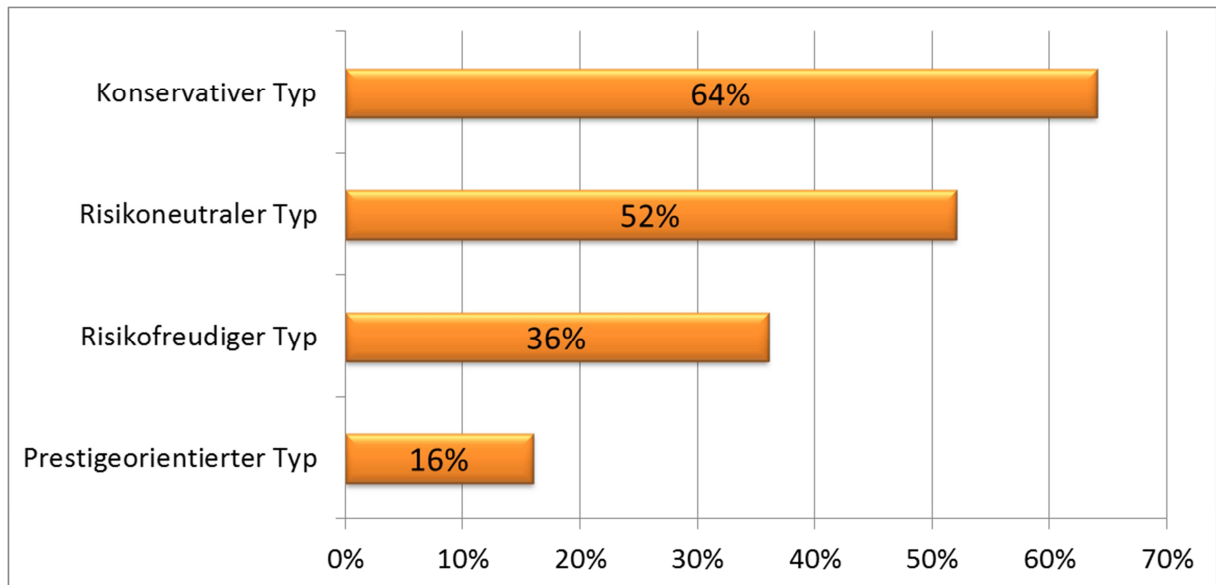


Abbildung 16: Kategorisierung der Vermögensinhaber bei Family-Office-Kunden nach Risiko (Quelle: eigene Darstellung, in Anlehnung: Anliker, Markus et al. (2009), S. 19)

Im Bereich der **Single-Family-Offices** gibt es durch den weiteren Zuwachs von Ultra-HNWIs und dem damit verbundenen hohen Kapital, wie in Abschnitt 2.2 beschrieben, auch weiterhin Steigerungspotential. Allerdings ist dies nicht so hoch, wie in anderen Bereichen des Private-Banking, da die Anzahl dieser Personen sehr klein ist. Die **Multiple-Family-Offices** haben dagegen höheres Wachstumspotential, denn die Berater in diesem Bereich, betreuen Kunden mit einem Gesamtvermögen, welches weit unter dem Gesamtvermögen der Kunden im Single-Family-Office liegt. Daher ist das Wachstum dieses Kundenstamms eher wahrscheinlich. Ein spezieller Ratschlag, außer sich im Allgemeinen viel Zeit für den Kunden zu nehmen, ist hier nicht zu nennen, da die Bedürfnisse in diesem Bereich sehr individuell sind. Dies zeigt sich durch vier verschiedene Risikotypen, die Anliker et al. (2009) in einer Studie, bei der „Family Offices [unter anderem] nach ihrer Einschätzung der Risikoeinstellung ihrer Klienten befragt“¹²⁴ wurden, definiert. Der konservative Anleger ist hier zwar sehr häufig anzutreffen, der risikoneutrale, der risikofreudige und der prestigeorientierte Anleger liegen jedoch immer maximal 15 % darunter (vgl. Abb. 16).¹²⁵ Da die potentiellen Kunden des Family-Office nicht mit Sicherheit einer bestimmten Risikogruppe zuzuordnen sind, macht ein näheres Eingehen auf die unterschiedlichen Risikogruppen keinen Sinn. Erschwerend kommt hinzu, dass sich in der Literatur keine oder

¹²⁴ Anliker, Markus et al. (2009), S. 18

¹²⁵ vgl. Anliker, Markus et al. (2009), S. 18f

nur wenige wissenschaftlich untermauerte Erkenntnisse zu dieser Sparte oder zum Vorgehen im Family-Office-Bereich finden lassen. Dies liegt wahrscheinlich an der hohen Vertraulichkeit, welche die Berater den Familien bei ihrer Arbeit entgegen bringen müssen,¹²⁶ sodass diese ihre Daten auch nicht für wissenschaftliche Zwecke preisgeben.

8 Veränderungen bei Finanzdienstleistungen durch gesetzliche Restriktionen

Nach der Krise auf den Finanzmärkten sind einige gesetzliche Regelungen auf den Weg gebracht worden. Diese sollen zum einen den Anleger schützen und zum anderen die Geschäfte auf den Finanzmärkten sicherer, übersichtlicher und durchschaubarer machen. Auf einige wichtige Veränderungen wird im Folgenden eingegangen.

Beispielsweise ist, durch eine Änderung des Wertpapierhandelsgesetz¹²⁷ (WpHG), ein Protokoll der Beratung des Kunden bei Wertpapiergeschäften Pflicht geworden. Dieses Protokoll muss dem Kunden, nachdem es vom Berater unterschrieben wurde, direkt nach der Beratung ausgehändigt werden. Bei einer Beratung per Telefon oder ähnlichem kann davon nur bedingt Abstand genommen werden. Hierbei muss dem Kunden im Anschluss das Protokoll auf dem Postweg überbracht werden.¹²⁸ Dies soll einen nachhaltigen Schutz des Anlegers darstellen, denn hiermit kann gegebenenfalls auch vor Gericht bewiesen werden, über welche Aspekte in der Beratung gesprochen wurden und über welche nicht. Andererseits ist dies natürlich auch ein Nachweis bzw. eine Absicherung für den Berater. Der Kunde kann somit nicht einfach behaupten, er wäre über bestimmte Dinge nicht aufgeklärt worden. Der Inhalt des Dokuments wird klar durch § 14 Abs. 6 Nr. 2 der Wertpapierdienstleistungs- Verhaltens- und Organisationsverordnung (WpDVerOV) geregelt. Darin muss beispielsweise die Dauer des Gesprächs, der Beratungsanlass und die erfolgten Empfehlungen niedergeschrieben sein.¹²⁹ Sollte ein Dokument bestimmte Dinge nicht beinhalten, liegt die Last, die Richtigkeit zu beweisen, nicht beim Kunden, sondern beim Dienstleister.¹³⁰ Durch diese Änderungen wird der Kunde beim Beweis der Falschberatung stark unterstützt. Leider zeigt sich aber in der Praxis, dass dieses Protokoll so gut wie keine

¹²⁶ vgl. Anliker, Markus et al. (2009), S. 7

¹²⁷ Änderungen in § 34 Abs. 2a WpHG

¹²⁸ vgl. § 34 WpHG

¹²⁹ vgl. Hilgers, Hans-Anton (2009), S. 1f

¹³⁰ vgl. Bundesrat (2009), S. 3

Anwendung findet. Viele Mängel im Umgang mit dieser Richtlinie stellte zumindest die Welt am Sonntag in einem Praxistest fest. Hierbei fiel beispielsweise auf, dass einige Banken ihre Protokolle mit nicht sehr aussagekräftigen Textbausteinen befüllen oder auch gar keine Protokolle ausgeben bzw. nur auf Nachfrage des Kunden. Schwierig wird es hierbei auch, wenn der Berater das Protokoll auf das Produkt, welches er verkaufen will, abstimmt und nicht auf eine objektive Beratung.¹³¹ Wichtige Details könnte der Berater weglassen, da der Kunde dies vermutlich meist auf Grund von mangelndem Fachwissen nicht merkt.

Eine weitere Entlastung des Anlegers schafft der Gesetzgeber dadurch, dass er die Verjährungsfrist bei einer Falschberatung verändert. Bis zum 5. August 2009 trat bei einem solchen Fall noch § 37a des WPHG in Kraft, in dem geregelt war, dass die Frist „in drei Jahren von dem Zeitpunkt an, in dem der Anspruch entstanden ist“¹³² endet. Dies wurde dahingehend geändert, dass sie zwar, nach wie vor, bei drei Jahren bleibt, jedoch beginnt diese Frist erst, wenn der Fehler aufgefallen ist. So entfällt der § 37a des WPHG ab dem 5. August 2009 und wird durch den § 195 des Bürgerlichen Gesetzbuchs ersetzt.¹³³ Somit hat der Kunde noch drei Jahre Zeit gegen die Falschberatung vorzugehen, nachdem der Mangel aufgefallen ist. Vorher wäre der Anspruch, wenn der Fehler erst nach mehr als drei Jahren aufgefallen wäre, verjährt.

Die Finanzmarktrichtlinie der EU, auch MiFID (Markets in Financial Instruments Directive) genannt, hat sich zum Ziel gesetzt, „europaweit harmonisierte Regeln für den Wettbewerb zu schaffen, sowie den Anlegerschutz, die Effizienz und Integrität des europäischen Finanzmarkts zu verbessern“¹³⁴. So hat auch sie einen erheblichen Beitrag zur Transparenz in diesem Bereich beigesteuert. Denn hier wurde beispielsweise eine EU-Richtlinie aufgenommen, in der festgelegt wird, dass der Berater den Anleger über Provisionen die der Berater erhält, informieren muss.¹³⁵ Dies ist demzufolge auch im deutschen WPHG in § 31d zu finden. Diese Transparenz kann jedoch auch zu Misstrauen führen, da der Kunde dadurch versteht, dass ihm das Produkt nicht nur verkauft wird, weil es am besten zu seinen Ansprüchen passt, sondern, dass dem Berater für den Vertragsabschluss mit ihm ein bestimmter Geld- oder anderer Wert ausgezahlt wird. Dies kann das nötige Vertrauen

¹³¹ vgl. Höfling, M / Seibel, K. (2010), S. 2f

¹³² WpHG in der Fassung von vor dem 05.08.2009

¹³³ vgl. Capek, Sebastian (2010), S. 60-64

¹³⁴ Zingel, Frank (2008), S. 5

¹³⁵ vgl. Brockmeier, Matthias et al. (2007), S.83f

schmälern oder sogar Misstrauen schaffen, wenn der Anleger denkt, der Berater würde seinen persönlichen Vorteil in den Mittelpunkt der Beratung stellen.

Auch bei der Kreditvermittlung wurden neue Bedingungen geschaffen. Die österreichische Regierung beispielsweise verschaffte dem Endkunden zum 11. Juni 2010 einen erheblich besseren Schutz. Durch ein standardisiertes Informationsblatt und erhöhte Aufklärungspflichten bei bestimmten Krediten soll der Verbraucher besser informiert werden. Zusätzlich wird dem Kreditnehmer ein 14-tägiges Rücktrittsrecht gewährt und die Bank wird verpflichtet die Zahlungsfähigkeit des Kunden ausführlich zu prüfen.¹³⁶ Alleine durch das Rücktrittsrecht verschafft man dem Kunden Zeit, sich die unterschriebenen Verträge noch einmal genauer anzuschauen und gegebenenfalls festzustellen, dass er einen Fehler gemacht hat oder unter Umständen sogar in irgendeiner Weise betrogen wurde.

9 Veränderungen bei der Beratung

9.1 Einführung

Die Beratung im Private-Banking ist, wie in Abschnitt 6.3 bereits beschrieben, sehr unterschiedlich, jedoch gibt es einige Dinge, die sich bereits verändert haben. Hierbei werden im Folgenden die Standardisierung der Beratungsleistung besprochen und die Veränderungen durch den gestiegenen Frauenanteil bei vermögenden Privatkunden betrachtet. Bei der Betrachtung der Vor- und Nachteile der Standardisierung wird unter anderem auf den Softwareeinsatz eingegangen.

9.2 Standardisierung

Die Beratung im Private-Banking sollte, um die Bedürfnisse des einzelnen Kunden zu erfassen und abdecken zu können, sehr individuell erfolgen. Dies ist aber durch den Druck, dem Banken ihre Mitarbeiter aussetzen, nicht immer möglich. Die Mitarbeiter sind angehalten, Arbeitsschritte und damit auch Beratungen rational abzuwickeln. Dadurch kommt es zwangsläufig zur Standardisierung. Zeitweise wird sogar „von einer <<McDonaldisierung>> des internationalen Private Banking“¹³⁷ gesprochen. Wie bei einer international agierenden Schnellimbisskette, soll der Kunde überall auf der Welt, den guten

¹³⁶ vgl. Frasl, Erwin J. (2010)

¹³⁷ Fehr, Christoph (2007), S. 53

und unverwechselbaren Service seiner Bank vorfinden, den er gewohnt ist.¹³⁸ Hierbei könnte es schwierig werden, eine genauso gute Lösung zu bieten, wie dies bei einer sehr individuellen Beratung der Fall wäre.

Bei der Standardisierung der Beratung kommt es als erstes darauf an, dass bestimmte Kundengruppen voneinander abgegrenzt werden. Hierbei werden Kriterien wie Alter, Geschlecht oder Einkommen zu Grunde gelegt. Zusätzlich werden auch noch Daten zur Einstellung und zur Wertorientierung des Kunden, sowie andere menschlich-emotionale Faktoren des Kunden, mit in die Segmentierung einbezogen. Diese Kriterien werden erhoben, da die zuerst genannten Kriterien nur zu einer ungenauen Gruppeneinteilung führen.¹³⁹ Beispielsweise kann die Risikoneigung des Kunden und die damit dargestellte Abdeckung der Produktparte (risikoreiche bis risikoarme Anlagen) in der beraten werden soll, mit der Differenzierung nach Alter oder Geschlecht nicht erreicht werden. Ohne diese Daten kann nur eine Standardberatung auf den bisher ermittelten Daten durchgeführt werden, welche kein optimales Beratungsergebnis bringt.

Zusätzlich zu einer standardisierten Beratung kann eine Standardisierung der Finanzprodukte durchgeführt werden. Hierbei können Einsparungen, zum Beispiel bei der Schulung von Personal, vorgenommen werden.¹⁴⁰ Somit muss nämlich nur noch auf verschiedene Produkte geschult werden und der Berater muss nicht wissen, wie er bestimmte Faktoren, beispielsweise bei einer Finanzierung, kalkulieren muss. Wichtige Kennzahlen, zum Beispiel den Zins, gibt ihm das Produkt vor.

So kann sowohl die Beratung als auch das Produkt standardisiert werden. Bei beiden Varianten kann es jedoch zu Schwierigkeiten kommen. Die Standardisierung der Beratung führt dazu, dass zum einen der Vergleich, welcher vom Kunden vorgenommen werden kann, erleichtert wird.¹⁴¹ Dadurch kann der Kunde schneller feststellen, ob er gut beraten ist oder ob er besser zu einer anderen Bank wechselt. Ein großer Anteil der Austrittsbarriere geht somit verloren. Zum anderen wird für viele finanzielle Entscheidungen eine sehr hohe Zahl kundenspezifischer Angaben benötigt, die bei einer standardisierten Beratung unter Umständen nicht berücksichtigt werden.¹⁴² Gerade im Private-Banking können diese Details

¹³⁸ vgl. Fehr, Christoph (2007), S.53

¹³⁹ vgl. Walther, Ursula (2004), S.24

¹⁴⁰ vgl. Roemer, Mark / Will, Andreas (1995), S.3

¹⁴¹ vgl. Walther, Ursula (2004), S. 23

¹⁴² vgl. Walther, Ursula (2004), S. 23

von enormer Bedeutung, für die korrekte Ermittlung der Kundensituation und die daraus folgende Anlageentscheidung, sein.

Die Produktstandardisierung im Retail-Banking ist sehr einfach zu vollziehen, da hier nur einige Produkte zur Verfügung stehen, die für den Massenmarkt geeignet sind. Jedoch könnte bei der Produktstandardisierung im Private-Banking eine sehr hohe Anzahl an unterschiedlichen standardisierten Produkten und deren Kombination entstehen, da die Wünsche von Kunde zu Kunde sehr unterschiedlich sind. Demzufolge müsste es auch sehr viele unterschiedliche Produkte geben, die auf den einzelnen Kunden passen.¹⁴³ Breitgefächerte Produkte, für den Großteil der Bevölkerung, wie sie im Retail-Banking zu finden sind, sind hier nicht sinnvoll. Durch die Vielzahl an Produkten kann der Berater schnell die Übersicht verlieren. Hierbei könnte der Einsatz von Software helfen, die dem Berater, auf Grund vom bestimmten Kriterien, eine Vorauswahl aufzeigt. Hierauf wird im nächsten Abschnitt eingegangen.

9.3 Softwareeinsatz in der Beratung

Durch den Einsatz von Software ist es möglich, den Berater in bestimmten Situationen zu unterstützen. Denn mit Hilfe von Software und einer geeigneten Datenbank kann, wie im vorherigen Abschnitt erwähnt, eine auf den Kunden abgestimmte Produktvorauswahl getroffen werden. Diese Vorauswahl basiert auf bestimmten Annahmen und Daten, die in der Software programmiert wurden. Jegliche Variablen, die zur Abwägung bestimmter Produkte benötigt werden, werden von der Software vorgegeben und sind immer wieder die Gleichen. Dieser hohe Standardisierungsgrad hat einen hohen Einfluss auf die Beratung¹⁴⁴ und wird folgend genauer dargelegt.

Zum einen kann durch die Leistungsfähigkeit einer guten Software auf einen riesigen Datenbestand zurückgegriffen werden, den der Berater nie im Kopf haben könnte. Der Berater wird hier unterstützt und kann sich daher mehr auf den Service und die Kommunikation mit dem Kunden konzentrieren. Das fachliche Wissen des Beraters ist nicht mehr so essenziell für die Kundenberatung. Jedoch werden, durch das fehlende sachliche Wissen des Beraters, die Zusammenhänge und die Abhängigkeiten, die zwischen verschiedenen Produkten bestehen, nicht mehr wahrgenommen. Somit kann es zu

¹⁴³ vgl. Dizili, Elisabeth (2009), S. 3 und S. 6f

¹⁴⁴ vgl. Walther, Ursula (2004), S. 25

Beratungsfehlern kommen.¹⁴⁵ Beispielsweise könnten Versicherungsprodukte durch Softwarefehler an den falschen Kundenkreis gelangen, wenn der Berater den genauen Nutzen nicht kennt. Denn selbstverständlich treten Softwarefehler in allen Bereichen, welche auf Computertechnologie zurückgreifen, auf.¹⁴⁶ Somit natürlich auch in der softwaregestützten Bankberatung. Des Weiteren könnten auch Probleme bei mangelnder Pflege auftreten, wenn die Software nicht auf dem aktuellsten Stand gehalten wird. Hierbei könnte es vorkommen, dass neue gesetzliche Rahmenbedingungen nicht korrekt eingepflegt werden. Durch ein fehlendes oder fehlerhaftes Update kann es zu fehlerhaften Produktabschlüssen kommen.

Ein Vorteil liegt darin, dass durch die große Datenmenge und die vorgegebene Struktur der Beratung „anspruchsvolle, wissenschaftlich untermauerte Verfahren gemäß dem aktuellen Stand des Wissens in der individuellen Beratung nutzbar“¹⁴⁷ gemacht werden.

Die Qualität des Beratungsergebnisses hängt, wenn die Software sehr oft eingesetzt wird, auch sehr stark von der Qualität des Softwareprodukts ab. Hinzu kommt, dass durch den verstärkten Einsatz von Software, der Kunde den hohen Grad an Standardisierung sehr schnell erkennen kann.¹⁴⁸ Dies ist für den Bereich des Private-Banking nicht sehr von Vorteil, da die Kunden eher individuelle Beratungen suchen, in denen auf ihre speziellen Bedürfnisse eingegangen wird.¹⁴⁹

9.4 Frauenanteil

Der Frauenanteil vermögender Personen ist, wie in Abschnitt 2.3 bereits beschrieben, erheblich gestiegen. Dadurch, dass die traditionelle Rollenverteilung, in der der Mann die Versorger-Rolle in der Familie einnimmt, immer weiter zurückgeht und die Frauen im Durchschnitt ein gestiegenes Bildungsniveau erreichen, wird den Frauen eine größere Rolle auf dem Arbeitsmarkt eingeräumt. Aus diesem Grund haben Frauen die Möglichkeit mehr eigenes Vermögen zu erwirtschaften. Unterstützt wird diese Entwicklung durch die gesellschaftlichen und politischen Gleichstellungsbemühungen.¹⁵⁰ In Abbildung 17 ist der Zuwachs bzw. die Abnahme bestimmter Gruppen auf dem Arbeitsmarkt zu erkennen. Hier ist

¹⁴⁵ vgl. Walther, Ursula (2004), S. 25

¹⁴⁶ vgl. Huckle, Thomas (1999)

¹⁴⁷ Walther, Ursula (2004), S. 26

¹⁴⁸ vgl. Walther, Ursula (2004), S. 25f

¹⁴⁹ vgl. Kapitel 6

¹⁵⁰ vgl. Häusler, Christian (2006), S. 9f

zu erkennen, dass gerade der Frauenanteil mit hohem Bildungsniveau auf dem Arbeitsmarkt, also meist auch mit hohem Einkommen, von 1991 bis 2004, im Vergleich zu den Männern, sehr viel stärker zugenommen hat. Somit ist auch eine steigende Anzahl von Frauen in der Vermögensberatung zu erwarten.¹⁵¹ Denn durch die Anwendung geschlechtsunspezifischer Beratungsmodelle und Anlageprodukte kommt es zu „starken Performanceverlusten“¹⁵². Das Problem besteht jedoch darin, dass sich das Marketing der Banken, nicht nur im Private-Banking, in den letzten Jahren zu wenig mit der Zielgruppe „Frau“ und dem Unterschied der Geschlechter beschäftigt hat.¹⁵³ Daraus resultieren natürlich Missstände, die auch zu Veränderungen im Private-Banking führen müssen.

Frauen legen ihr Geld in der Regel sicher an. Sie sind nicht bereit ein hohes Risiko

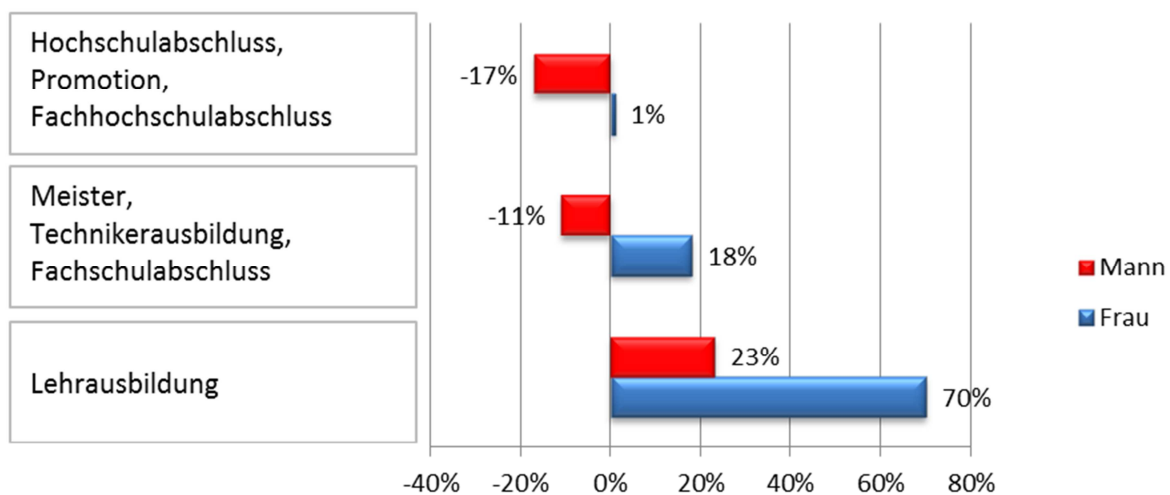


Abbildung 17: Rückgang bzw. Wachstum der Erwerbstätigenzahlen nach Geschlecht und Ausbildungsabschluss in Deutschland im Zeitraum 1991 bis 2004

(Quelle: eigene Darstellung, in Anlehnung: Häusler, Christian (2006), S. 23)

einzugehen. Sie verfolgen „eine eher langfristige und wertorientierte Vermögensstrategie“¹⁵⁴. Hierdurch ist es für den Berater vermutlich einfacher, eine langfristige Bindung zu einer Frau zu festigen, als zu einem Mann. Die Erträge bleiben jedoch auch auf Seiten der Bank, durch tendenziell risikoaverse Produkte, gering. Sehr risikoreiche Produkte, wie Optionsscheine, sollten aber, auf Grund der nur sehr geringen Risikoneigung der Frauen, gar nicht in Erwägung gezogen werden.¹⁵⁵

¹⁵¹ vgl. Häusler, Christian (2006), S. 10-12

¹⁵² Häusler, Christian (2006), S. 7

¹⁵³ vgl. Prediger, Petra / Ogrzal, Anja (2009), S. 136

¹⁵⁴ Häusler, Christian (2006), S. 7

¹⁵⁵ vgl. Gaab, Achim (2009), S. 23

Des Weiteren sollte bei der Investitionsberatung vermögender Frauen im Private-Banking eher auf nachhaltige Produkte eingegangen werden. Es sollten ressourcenschonende Bereiche, wie Wind- oder Wasserenergie, im Vordergrund stehen. „Neben der Rendite ist es für Frauen auch wichtig einen Nutzen für die Allgemeinheit zu stiften.“¹⁵⁶ Hierbei kann das Private-Banking bei der Gründung von Stiftungen oder ähnlichem, wie in Abschnitt 6.2 bereits beschrieben, helfen.

Bei der Beratung von Frauen müssten auch veränderte Produkte angeboten werden. Die Richtlinien und Vorgaben vieler Altersvorsorgeprodukte beispielsweise, können von vielen Frauen nicht eingehalten werden, da diese zum Beispiel nach der Geburt eines Kindes, die Erwerbstätigkeit unterbrechen.¹⁵⁷ Hier sollte es für Frauen flexiblere Verträge geben, in denen Zahlungspausen über einen gewissen Zeitraum eingelegt werden können.

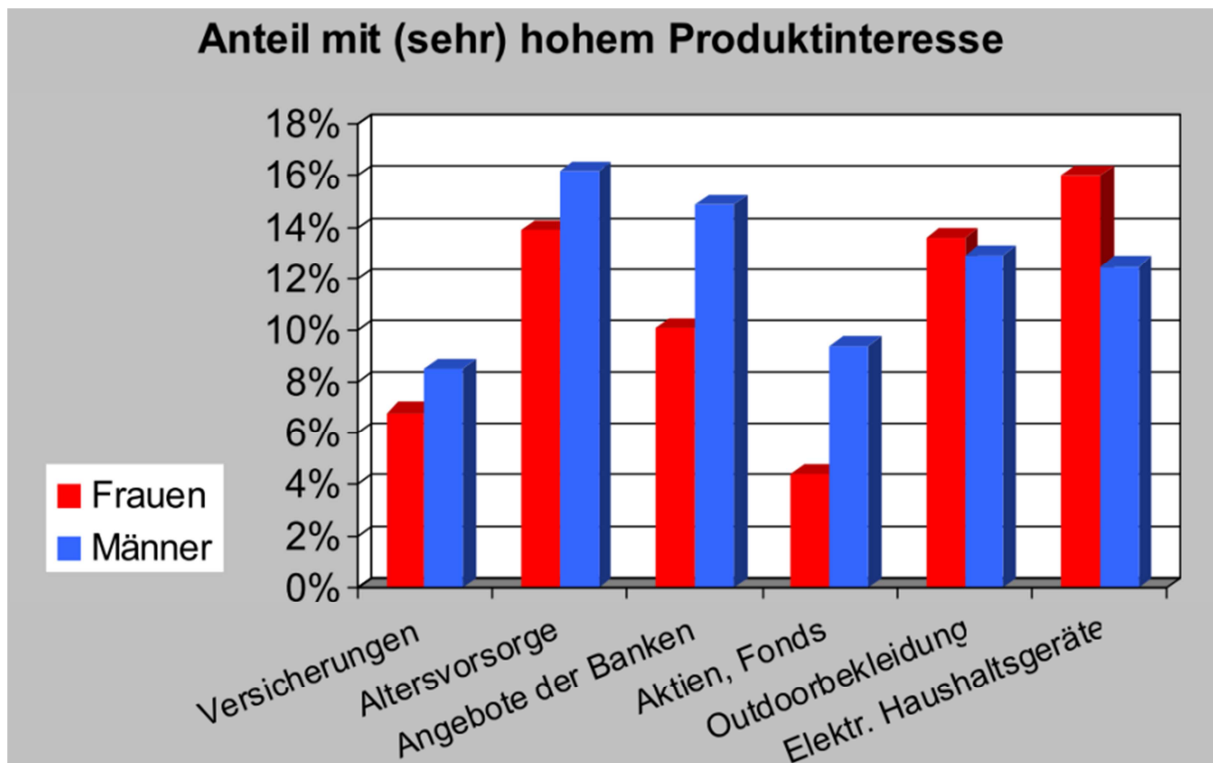


Abbildung 18: Interessenanteil der Frauen und Männer an bestimmten Produktgruppen
(Quelle: Steden, Philip / Sharma, Manon R. (2006), S. 23)

Es ist jedoch zu beachten, dass Frauen im Allgemeinen einer optisch-feminin erscheinenden Produktpräsentation kein Gewicht beimessen. So animiert es ein Frau nicht mehr ein gewisses Produkt zu kaufen, wenn seine Aufmachung typisch weiblich gestaltet ist. Sie legen

¹⁵⁶ Gaab, Achim (2009), S. 22

¹⁵⁷ vgl. Gaab, Achim (2009), S. 23

10 Entlohnung der Beraters

mehr Wert auf ein Anlageprodukt, welches auf sie zugeschnitten ist, als auf jegliche Verzerrungen.¹⁵⁸ Auch dies verdeutlicht, wie wichtig es ist, die Produkte an die Bedürfnisse einer Frau anzupassen, um das Produkt erfolgreich verkaufen und somit einen zusätzlichen Kundenkreis erschließen zu können.

Um eine erfolgreiche Beratung bei Frauen zu gewährleisten ist es wichtig auch diese Kundengruppe, genauso wie die der Männer, Wert zu schätzen.¹⁵⁹ Dies war in der Vergangenheit nicht immer der Fall, denn „Manche Frauen empfinden bei finanziellen Ratschlägen einen unterschwelligen Sexismus“¹⁶⁰. Frauen müssen genauso oder sogar noch besser beraten werden wie Männer, denn bei Frauen ist das Interesse an Finanzprodukten nicht so ausgeprägt wie bei Männern. Im Speziellen gilt das im Bereich „Aktien & Fonds“. Hier ist der Anteil der interessierten Frauen nur halb so groß wie der der interessierten Männer. (vgl. Abb. 18). Durch eine bessere oder erweiterte Produktberatung durch den Berater muss versucht werden, Frauen die Vorteile des Produkts darzulegen. Bei Aktienfonds wäre es möglich, mit verschiedenen, auf sie zugeschnittenen, Risikoklassen und gesteigertem Ertrag zu werben. Mit dem Wissen dieser Vorteile der Produkte ist eine Frau wahrscheinlich eher bereit, in dieses Produkt, welches im ersten Moment bei ihr kein Interesse geweckt hat, zu investieren.

10 Entlohnung der Beraters

Die Vergütung der Bankberatung erfolgt in sehr unterschiedlichen Modellen. Im Allgemeinen gilt jedoch auch hier der Grundsatz: Es erfolgt nur dann eine dauerhafte Beratungsdienstleistung, wenn der Nutzen für die Bank die Kosten übersteigt.¹⁶¹ Das heißt, dass die Bank auf lange Sicht mehr Kapital erwirtschaften kann, als sie investieren muss und damit betriebswirtschaftliche Gewinne erzielt. Die verschiedenen Entlohnungsmodelle werden im Folgenden näher erklärt.

- Provision

Bei der Vergütung der Finanzberatung auf Provisionsbasis erhält der Berater bei einem erfolgreichen Vertragsabschluss eine gewisse Summe vom Produkthanbieter.

¹⁵⁸ vgl. Gaab, Achim (2009), S. 22

¹⁵⁹ vgl. Gaab, Achim (2009), S. 23

¹⁶⁰ Gaab, Achim (2009), S. 23

¹⁶¹ vgl. Walther, Ursula (2004), S. 16

Dieser Betrag richtet sich meist nach dem gesamten Anlagekapital oder den fortlaufenden Raten, die der Kunde bezahlt.¹⁶²

- Honorar

Bei der Honorarberatung gibt es weiterhin „neben der pauschalierten Vergütung die zeitabhängige, die erfolgsabhängige und die volumenabhängige Vergütung“¹⁶³. Bei der pauschalen Entlohnung wird das gesamte Honorar des Beraters durch einen im Voraus feststehenden Pauschalbetrag abgegolten. Dieser Betrag enthält bereits die Kosten für die Bank und ersetzt Provisionen jeglicher Art.¹⁶⁴

- Weitere indirekte Modelle

Des Weiteren können Beratungen auch aus erhofften Cross-Selling-Effekten¹⁶⁵, langfristigen Kundenbeziehungen oder der Imagepflege der Bank erfolgen. Für einige Banken ist das Cross-Selling sehr wichtig geworden und trägt in hohem Maße zum Unternehmenserfolg bei.¹⁶⁶ Der Berater bekommt also meist keinen direkten Ertrag aus der Beratung, hilft jedoch das Image der Bank zu verbessern, um weitere Kunden auf die Bank oder sich aufmerksam zu machen. Auf lange Sicht kann er so mehr Produkte mit hohen Provisionen an den Kunden verkaufen.¹⁶⁷

Jedes dieser Modelle hat Vor- und Nachteile. Sie können getrennt voneinander oder zusammen auftreten. Im Private-Banking besteht jedoch ein großes Konfliktpotential zwischen der Honorar- und der Provisionsvergütung. Denn bei der Provisionsvergütung wird der Berater eher das Produkt verkaufen wollen, bei welchem er die höhere Provision erhält.¹⁶⁸ Zusätzlich muss er mit den erfolgten Abschlüssen auch noch die Beratungen abdecken, bei denen er keine Verträge abgeschlossen bzw. Provisionen erhalten hat. Weiterhin ist es für den Berater schwierig, da er anhand der Anzahl der Produktabschlüsse und deren Höhe auch unternehmensintern gemessen wird.¹⁶⁹ Der Berater muss, als logische Konsequenz daraus, das Ziel verfolgen, möglichst viele Verträge abzuschließen. Dadurch ist es möglich, dass der Kunde, aus Profitgier des Beraters und/oder Druck aus dem

¹⁶² vgl. Herold, Manuel (2004), S. 3

¹⁶³ Walther, Ursula (2004), S. 16

¹⁶⁴ vgl. Herold, Manuel (2004), S. 3f

¹⁶⁵ Cross-Selling bedeutet, dass dem vorhandenen Kundenstamm möglichst viele Produkte verkauft werden. Dieser Effekt kann beispielsweise durch Folgerabatte bei weiteren Vertragsabschlüssen oder ähnliches verstärkt werden. vgl.: Gabler Verlag (2011b)

¹⁶⁶ vgl. Schäfer, Heiko (2002), S. 2

¹⁶⁷ vgl. Walther, Ursula (2004), S. 16

¹⁶⁸ vgl. Bostelmann, Peter (2007), S. 15

¹⁶⁹ vgl. Heinneccius, Jens (2003), S. 120

Unternehmen, eine schlechtere Beratung erhält, da der Berater nicht mehr genug Zeit hat, um sich eingehend um die individuellen Bedürfnisse des Kunden zu kümmern.

Bei der Honorarberatung wird er eher das leistungsstärkere Produkt verkaufen, denn durch das feste Honorar wird das Einkommen des Beraters gesichert. Der Nachteil des Kunden liegt hier bei den hohen Kosten, die er dem Berater als Honorar zu entrichten hat. Durch das gezahlte Geld wird jedoch beim Kunden das Gefühl entwickelt, dass er eine glaubwürdige und neutrale Beratung, zu den von ihm gewünschten Produkten verschiedener Anbieter, erhält. Eine Garantie dafür gibt es jedoch nicht.¹⁷⁰ Eine weitere Hürde für den Berater oder die Bank ist es, den Kunden davon zu überzeugen, einen bestimmten Betrag zu entrichten, für welchen er subjektiv keine direkte Leistung erhält. Hierzu muss eine ausführliche Erklärung der Bank zu diesem Beratungsmodell geleistet werden, damit der Kunde die Vorteile erkennt. Somit kann er sich überhaupt darauf einlassen und Vertrauen aufbauen. Eine weitere Schattenseite bei zeitbasierter Honorarberatung ist, dass der Berater das Gespräch unter Vorwänden in die Länge ziehen kann, um so am Ende mehr Geld zu bekommen.¹⁷¹ Genauso könnte der Berater bei der Pauschale nur eine oberflächliche und schnelle Beratung durchführen, um für weniger Zeit das gleiche Geld zu bekommen.¹⁷² Bei der erfolgsbasierten Vergütung ist wiederum die Messung oder Definition von Erfolg ein Problem, wodurch keine feste Zahlung definiert werden kann.¹⁷³ Genauer gesagt gibt es bei allen Formen der Beratungsentlohnung im Private-Banking bestimmte Probleme und Schwierigkeiten. Es kann nicht genau definiert werden, welches Modell das Beste ist. Vielmehr hängt es an der Psychologie und dem Verständnis der Modelle des Kunden, welches Beratungsmodell er bevorzugt und mit welchem er sich am besten beraten fühlt. Eine weitere Option wäre zum Beispiel eine Mischform der Honorarberatung und Provisionsberatung, um einen geringen Pauschalbetrag mit verringerten Provisionsbeträgen zu kombinieren. Aber auch hier treten die Nachteile beider Seiten in vermindertem Maße auf.

¹⁷⁰ vgl. Heinneccius, Jens (2003), S. 119-121

¹⁷¹ vgl. Walther, Ursula (2004), S. 17

¹⁷² vgl. Walther, Ursula (2004), S. 17

¹⁷³ vgl. Walther, Ursula (2004), S. 17

11 Fazit

Im ersten Teil dieser Arbeit, in der es um die Vermögens- und Anlageentwicklung geht, gibt es, wie bereits im Zwischenfazit erwähnt, einige interessante Entwicklungen und Beobachtungen. Am wichtigsten ist hierbei, dass bei der Anlagegestaltung, auf Grund der Finanzmarktkrise, eine globale risikoaverse Tendenz zu sehen ist und, dass die Anzahl und das Gesamtvermögen reicher Personen weiterhin steigend ist. Sowohl die Anzahl, als auch das Gesamtvermögen der HNWIs, ist zwar von 2007 bis 2008 extrem gesunken, jedoch ist der stark steigende Trend wieder zu erkennen. Betrachtet man nur die Anzahl und das Gesamtvermögen der HNWIs, kann man bereits im Jahr 2009 von einer weitestgehenden Wiederherstellung des Vorkrisenniveaus sprechen.

Eine Schwierigkeit im ersten Teil bestand darin, an genügend und aussagekräftiges Datenmaterial zu gelangen. Da die Definition der Vermögensgrenze reicher Personen oder der Inhalt von Anlagebereichen in der Literatur sehr unterschiedliche gewählt wird, konnte das Datenmaterial nicht immer im vollen Umfang analysiert werden. Es gibt lediglich einige Organisationen, die über die Jahre immer wieder vergleichbare Daten erheben. Es ist jedoch notwendig, fortlaufend Daten zu erheben, um die Kundenentwicklung im Private-Banking in vollem Umfang beobachten zu können. Weiterhin wäre es wünschenswert, wenn das Datenmaterial nicht nur kontinuierlicher, sondern auch differenzierter erhoben würde. Hier könnte zum Beispiel genau beobachtet werden, welche Kundengruppe, in welchem Land, zu welchem Zeitpunkt, in welche Produkte investiert.

Nach der Analyse des Potentials im ersten Teil ist es sinnvoll, sich im zweiten Teil der Arbeit mit den Verbesserungen und Veränderungen auf den Finanzmarkt, gerade nach der Krise, zu beschäftigen. Hierzu wurden Finanz- und Beratungsdienstleistungen ausführlich betrachtet, um Potentiale aufzuzeigen, wie dort mehr Gewinne erwirtschaftet werden können.

Bei der Betrachtung wird deutlich, dass bereits Änderungen stattgefunden haben, welche aber nicht immer unbedingt beachtet werden. So findet man beim Vergleich der Beratungs- und Dienstleistungsangebote verschiedener Banken zum Beispiel nie eine Beratung mit speziellen Produkten für Frauen. Der Private-Banking-Bereich der Hamburger Sparkasse bestreitet sogar, dass Frauen spezielle Produkte benötigen.¹⁷⁴

¹⁷⁴ vgl. Hamburger Sparkasse (2010)

Des Weiteren wurde festgestellt, dass Standardisierung gerade im Private-Banking nicht nur Vorteile mit sich bringt. Es kann effizienter gearbeitet werden, jedoch fehlt gerade bei Softwarelösungen das umfassende Wissen eines gut ausgebildeten Beraters. Dadurch kann es zu Falschberatungen kommen. Die Software kann aber auch helfen, sich einen Überblick über eine Vielzahl von Informationen zu verschaffen. Daher sollte der Einsatz von Software nicht kategorisch ausgeschlossen werden, sondern lediglich minimiert werden. Weiterhin muss Wert darauf gelegt werden, nur sehr gut programmierte und immer aktuelle Software zu verwenden.

Eine offene Frage bleibt weiterhin, warum Banken sich, wie in Abschnitt 6.4 beschrieben, selber Austrittsbarrieren für ihre Kunden verkleinern und wie dieser Mischstand behoben werden kann. Denn ohne diese wird eine langfristige Bindung, die für eine gute, umfangreiche und nachhaltige Beratung notwendig ist, nur sehr schwer aufzubauen sein.

Außerdem ist festzuhalten, dass es immer mehr gesetzliche Hürden gibt und vermutlich auch weiterhin geben wird. Hierdurch erhöht sich auf der einen Seite der bürokratische Aufwand, auf der anderen Seite wird der Kunde jedoch geschützt. Hierbei sollten allerdings in Zukunft Kontrollen eingeführt werden, da sich viele Banken nicht an die neue Regeln, wie das Beratungsprotokoll, halten.

Auf Grund der durch die Finanzmarktkrise veränderten Bedingungen, wie die Angst vor einer neuen Krise, haben sich für viele Produkte Veränderungen ergeben. So sollten die Anlageprodukte risikoärmer strukturiert oder dargestellt werden. Meiner Meinung nach werden bei der lediglich veränderten Darstellung der Produkte die Kunden irregeführt.

Weiterhin ist davon auszugehen, dass in Zukunft durch die weitere Verschiebung des Kapitals in die reicheren Gesellschaftsschichten immer mehr Single-Family-Offices gebraucht werden, um den Anforderungen dieser sehr reichen Personen gerecht zu werden.

Gerade durch die Möglichkeiten, die für neue Banken in der Finanzkrise entstanden, kommt es zu mehr Wettbewerb in der Finanzbranche. Durch diesen erhöhten Wettbewerbsdruck der Banken wird es noch wichtiger, Kunden im eigenen Institut zu halten und die Beratungsqualität zu erhöhen. Dies wirkt sich wiederum sehr positiv auf die Zufriedenheit der Kunden aus und animiert diese, auch weiterhin zu investieren, was wiederum vorteilhaft für die Bank ist.

Schlussendlich bleibt noch zu sagen, dass weitere spannende lang- und kurzfristige Veränderungen in diesem Bereich, vielleicht durch weitere Krisen, demografische Entwicklungen oder andere interne und externe Faktoren, zu erwarten sind.

Literaturverzeichnis

Printmedien

Bostelmann, Peter (2007), Beratungskonzepte im Privatkundengeschäft der Banken – Finanzberater als Vorbild?, Norderstedt: GRIN Verlag, 2007

Brockmeier, Matthias et al. (2007), Das neue Finanzmarkttrichtlinien- und Umsetzungsgesetz (MiFiD): Die neuen Vorschriften für die Anlageberatung, München: Rudolf Haufe Verlag, 2007

Bruhn, Manfred (2008), Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Grundlagen, Konzepte, Methoden, 7. Auflage, Berlin Heidelberg: Springer-Verlag, 2008

Buhl, Hans U. et al. (2000), Performance Attribution im Private Banking, in: Die Bank, 40, 5, 2000, S. 318-323

Buhl, Hans U. / Kundisch, Dennis / Steck, Werner (2001), Sophistication Banking als erfolgreiche Strategie im Informationszeitalter, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 72, Ergänzungsheft 2, 2002, S. 1-12

Bundesrat (2009), Stellungnahme der Bundesrates – Drucksache 180/09, Köln: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft

Capek, Sebastian (2010), Der Anlegerschutz in Deutschland: Welche Rechte haben geschädigte Anleger von Lehman Brothers Zertifikaten?, Hamburg: Diplomica Verlag, 2010

Cocca, Teodoro D. (2010), LGT Private Banking Report 2010: Eine Untersuchung des Anlageverhaltens von vermögenden Privatpersonen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, Schaan: BVD Druck+Verlag

Dizili, Elisabeth (2009), Kreditvergabe im Private Banking im Vergleich zum Retail Banking, Norderstedt: GRIN, 2009

Erlebach, Wolfgang (2001), Das Family Office, in: Peter Gatti, Dr. Alfred Junker und Helmut Schreyer (Hrsg.): Der Privatbankier heute, Persönlicher Berater und Vermögensverwalter, Festschrift für Professor Dr. Jörg-E. Cramer zum 60. Geburtstag, S. 98-121, Frankfurt am Main: Verlag Fritz Knapp, 2001

Fehr, Christoph (2007), Das Gleichgewicht halten, in: Handelszeitung, Nr. 6, S. 53

Fuhrer, Daniel (2009), Nachhaltige Inszenierung in der Bankenwelt, Norderstedt: GRIN Verlag, 2009

Gaab, Achim (2009), Gendermarketing – Potenziale und Chancen im Private Banking unter besonderer Berücksichtigung der Zielgruppe Frauen, Norderstedt: GRIN Verlag, 2009

Georg, Robert L. (2008), Asien und die Emerging Markets: verbesserte Anlageperformance in den Märkten der Entwicklungsländer, in Bierbaum, Detlef (Hrsg.): So investiert die Welt: Globale Trends in der Vermögensanlage, S. 257-268, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, 2008

Girner, Gerhard K. (2005), Private Banking bei der Deutschen Apotheker- und Ärztebank, in: Spreiter, Michael (Hrsg.): Private Banking: Kundenbindung und Ertragssteigerung in der Praxis, S. 123-139, Wiesbaden: Wissenschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, 2005

Gottschalg, Oliver (2006), Performance-Messung und Benchmarking von Private Equity-Investments, in: Busack, Michael (Hrsg.): Handbuch alternative Investments, S. 189-213 Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, 2006

Häusler, Christian (2006), Gender Aspekte in der Vermögensberatung, Norderstedt: GRIN Verlag, 2006

Heinneccius, Jens (2003), Financial Planning im Private Banking, in: Krauss, Peter J. (Hrsg.): Neue Kunden mit Financial Planning – Strategien für die erfolgreiche Finanz- und Vermögensberatung, S. 95-131, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, 2003

Hens, Thorsten / Bachmann, Kremena (2008), Behavioural Finance for Private Banking, Chichester, West Sussex, England: John Wiley & Sons

Herold, Manuel (2004), Finanzberatung gegen Provision oder Honorar – Eine Analyse aus Kundensicht mit Hilfe des Principal-Agent-Ansatzes, Norderstedt: GRIN Verlag, 2004

Herrmann, Frank (2005), Integration und Volatilität bei Emerging Markets, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag, 2005

Hochberger, Bernd (2003); Financial Planning: Eine Finanzdienstleistung für private Haushalte des Retail-Segmentes, Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 2003

Howald, Bettina (2007), Kundenwert in Private Banking, Bern Stuttgart Wien: Haupt Verlag, 2007

Huchzermeier, Dennis (2009), Home Bias bei privaten und institutionellen Investoren: Eine empirische Studie, 2. Auflage, Hamburg: Druck Diplomica Verlag, 2009

Kaufmann, Hans R. (2004), Profilveränderung des Private Bankers: Zunehmende Bedeutung des Customer-Relationship-Marketing, in: Menichetti, Marco J. / Schädler, Philip (Hrsg.): Private Banking im Qualitätswettbewerb um den Kunden, S. 17-31, Heidelberg: Physica-Verlag

Keck, Markus / Hahn, Oliver (2006), Integration der Vertriebswege: Herausforderung im dynamischen Retail-Banking, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, 2006

Klaus, Kerstin (2007), Banken und Erlebnisorientierung: Verhaltensauswirkungen aus umweltpsychologischer Perspektive, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag, 2007

Lauterbach, Wolfgang (2009), Vermögensforschung und Sozialer Wandel. Anmerkung zu einer Soziologie des „Reichtums und Vermögens“ in Druyen, Thomas / Lauterbach, Wolfgang / Grundmann, Matthias (Hrsg.): Reichtum und Vermögen: Zur gesellschaftlichen Bedeutung der Reichtums- und Vermögensforschung, S. 119-134, 1. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009

Münch, Jürgen (2006), Businessplan für einen Vermögensverwalter als Tochtergesellschaft einer Bank, Norderstedt: GRIN Verlag, 2006

Nigsch, Marco (2010), Das Wealth-Management-Team in der Kundenbetreuung: Eine Analyse am Beispiel einer Schweizer Großbank, Wiesbaden: Gabler Verlag, 2010

Prediger, Petra / Ogrzal, Anja (2009), Von rosaroten Geldautomaten und Ertragschancen für Sparkassen: eine erfolgreiche Workshopreihe, in: Muthers, Helmut (Hrsg.): Wettlauf um die Frauen - Der Bankkunde der Zukunft ist weiblich, S. 135-146, Wiesbaden: GWV Fachverlage, 2009

Roemer, Mark / Will, Andreas (1995), Ganzheitliche Systemunterstützung in der Finanzberatung: Kundenindividuell, Integriert und Dezentral, in: Geldinstitute, 26, 7/8, 1995, S. 10-14

Schäfer, Heiko (2002), Die Erschließung von Kundenpotentialen durch Cross-Selling: Erfolgsfaktoren für ein produktübergreifendes Beziehungsmanagement, 1. Auflage (Nachdruck 2005), Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 2002

Schmohl, Sabine (2007), Der Vertrieb von Financial Planning-Dienstleistungen im Private Banking einer Bank, Norderstedt: GRIN Verlag, 2007

Schwencke, Moritz (2008), Die Akzeptanz von Firmenkundenportalen: Eine empirische Studie der Einflussfaktoren, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, 2008

Swoboda, Uwe C. (1997), Privatkundengeschäft der Kreditinstitute: Marketingstrategien und Managementprozesse, 2. Auflage, Frankfurt am Main: Bank-Akademie-Verlag, 1997

Toppe, Sabine (2009), Kinder – Armut – Bildung, in Lange, Dirk / Retz, Mike (Hrsg.): Armut und gesellschaftliche Ausgrenzung im „Aufschwung“: Tagungsband des 2. wissenschaftlich-politischen Symposiums der Arbeitslosenselbsthilfe Oldenburg (ALSO) an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, Oldenburg: BIS-Verlag, 2009

Uzzi, Brian (1999), Embeddedness in the Making of Financial Capital: How Social Relations and Networks Benefit Firms Seeking Financing, in: American Sociological Review, Vol. 64, No. 4 (Aug., 1999), pp. 481-505

Walther, Ursula (2004): Qualitätsdimensionen in der Finanzberatung; in: Banken, Finanzierung und Unternehmensführung - Festschrift für Karl Lohmann zum 65. Geburtstag, S. 441-469

Zingel, Frank (2008), MiFID – Der europäische Gedanke zur Finanzanlage, in: von Böhlen, Andreas / Kann, Jens (Hrsg.): Mifid-kompodium: Praktischer Leitfaden Für Finanzdienstleister, S. 3-13, Berlin Heidelberg: Springer Verlag, 2008

PDF-Dokumente

Anliker, Markus et al. (2009), Mythos Family Office, München Zürich, 2009

Literaturverzeichnis

Bundesregierung Deutschland (2008), Lebenslagen in Deutschland: Der 3. Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung

Capgemini & Merrill Lynch (2000), World Wealth Report 2000

Capgemini & Merrill Lynch (2003), World Wealth Report 2003

Capgemini & Merrill Lynch (2005), World Wealth Report 2005

Capgemini & Merrill Lynch (2006), World Wealth Report 10th Anniversary – 1997-2006

Capgemini & Merrill Lynch (2007), World Wealth Report 2007

Capgemini & Merrill Lynch (2008), World Wealth Report 2008

Capgemini & Merrill Lynch (2009), World Wealth Report 2009

Capgemini & Merrill Lynch (2010), World Wealth Report 2010

Credit Suisse Research Institute (2010), Global Wealth Report, Zürich, Schweiz

Credit Suisse (2010): Unternehmerische Verantwortung Bericht 2009

Eraghi, Jasmin (2010), Presseinformation zum World Wealth Report 2010 der Capgemini Consulting Österreich AG

European Union (2010), Europe in figures: Eurostat yearbook 2010, Belgien, 2010

Faust, Martin (2010), Vortrag im Rahmen der Fachkonferenz am 1. Dezember 2010 in der Frankfurt School of Finance & Management: Private Banking und Wealth Management nach der Finanzkrise - Herausforderungen und Zukunftsperspektiven

Grabka, Markus M. / Frick, Joachim R. (2009), Gestiegene Vermögensungleichheit in Deutschland, in: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (Hrsg.): Wochenbericht des DIW Berlin Nr. 4/2009, Berlin, 2009

Grabka, Markus M. / Frick, Joachim R. (2010), Alterssicherungsvermögen dämpft Ungleichheit – aber große Vermögenskonzentration bleibt bestehen, in: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (Hrsg.): Wochenbericht des DIW Berlin Nr. 3/2010, Berlin, 2010

Hilgers, Hans-Anton (2009), Deutscher Bundestag, Wissenschaftliche Dienste: Protokollierung der Anlageberatung (Nr. 70/09)

Höfling, M / Seibel, K. (2010), Welt am Sonntag - Praxistest: So schlampfen die Banken beim Beratungsprotokoll

Hong, Caroline K. (2011): The Networks of Transnational American Studies, in: Journal of Transnational American Studies, Vol. 3, No.1 (2011), S. 1-5

International Monetary Fund (2010), WORLD ECONOMIC OUTLOOK April 2010 – Rebalancing Growth

International Monetary Fund (2011), WORLD ECONOMIC OUTLOOK April 2011 – Tensions from the Two-Speed Recovery - Unemployment, Commodities, and Capital Flows

Österreichische Gesellschaft für Politikberatung und Politikentwicklung (2008), 2. Armuts- und Reichtumsbericht für Österreich, Wien, 2008

Statistisches Bundesamt (2004), Einnahmen und Ausgaben privater Haushalte Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 2003, Wiesbaden, 2004

Steden, Philip / Sharma, Manon R. (2006), Prognos AG: Endbericht im Projekt Frauen und Finanzdienstleistungen - Projektnr. 05HS008, Berlin, 2006

The Boston Consulting Group (2010), Global Wealth 2010: Regaining Lost Ground: Resurgent Markets and New Opportunities, Boston, MA, USA

Trattning, Tanja (2010), Das Sparverhalten in Österreich: Eine genauere Betrachtung von Reichtum, Armut, Einkommen, Konsum, Sparen und der Sparquote, Wien, 2010

Valluga AG & Amadeus Consulting (2009), D.A.CH-Vermögensreport 2009

Valluga AG & Amadeus Consulting (2010), D.A.CH-Vermögensreport 2010

Onlinequellen

Busse, Eva (2009): Vertrauen? Verbraucht!: Der Fall Sal. Oppenheim beschleunigt den Niedergang der Privatbanken. Gespräche mit einem adeligen Bankier, einem Vermögensberater und einem Milliardär, erschienen am: 01.03.2010, Onlinequelle: <http://www.zeit.de/2010/09/F-Superreiche>, letzter Zugriff: 26.05.2011

Capital Bank (2011), Onlinebereich Dienstleistungsangebote, erschienen am: keine Angabe, Onlinequelle: <http://www.capitalbank.at/?id=104>, letzter Zugriff: 26.05.2011

Deutsche Bank (2011), Onlinebereich Private Banking, erschienen am: keine Angabe, Onlinequelle: <http://www.deutsche-bank.de/pbc/pb-index.html>, letzter Zugriff: 26.05.2011

Deutsche Bank PWM (2011a), Onlinebereich Beratungs- und Vermögenverwaltungsmandate, erschienen am: keine Angabe, Onlinequelle: http://www.db.com/pwmnew/de/Anlageberatung_Vermoegensverwaltung.html, letzter Zugriff: 26.05.2011

Deutsche Bank PWM (2011b), Onlinebereich Vermögensplanung, erschienen am: keine Angabe, Onlinequelle: http://www.db.com/pwmnew/de/wealth_planning_deutsch.html, letzter Zugriff: 26.05.2011

Deutsche Bank PWM (2011c), Onlinebereich Family Office, erschienen am: keine Angabe, Onlinequelle: http://www.db.com/pwmnew/de/family_office_de.html, letzter Zugriff: 26.05.2011

Deutsche Bank PWM (2011d), Onlinebereich Philanthropie und Kunstberatung, erschienen am: keine Angabe, Onlinequelle: http://www.db.com/pwmnew/de/philanthropie_kunstberatung.html, letzter Zugriff: 26.05.2011

Deutsche Presse (2009), Vertrauen vermögender Anleger in Banken stabilisiert sich BrandControl-Studie belegt: Zuversicht kehrt allmählich zurück, erschienen am: 25.08.2009, Onlinequelle: <http://www.deutschepresse.de/vertrauen-vermoegender-anleger-banken-stabilisiert-sich-brandcontrolstudie-belegt-zuversicht-kehrt-allmaehlich-zurueck-pr13696.html>, Letzter Zugriff: 26.05.2011

Focus Money Online (2011), Aktienmärkte: Ägypten lässt Kurse abstürzen, erschienen am: 31.01.2011, Onlinequelle: http://www.focus.de/finanzen/boerse/aktien/aktienmaerkte-aegypten-krise-laesst-kurse-abstuerzen_aid_595426.html, letzter Zugriff: 26.05.11

Frasl, Erwin J. (2010), Besserer Schutz bei Verbraucherkrediten, erschienen am: 23.03.2010, Onlinequelle: <http://www.biallo.at/artikel/Kredit/neue-gesetz-wird-ab-11-juni-2010-wirksam-besserer-schutz-bei-verbraucher Krediten.php>, letzter Zugriff: 26.05.2011

Gabler Verlag (2011a), Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Finanzdienstleistungen, erschienen am: keine Angabe, Onlinequelle: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1785/finanzdienstleistungen-v8.html>, letzter Zugriff: 26.05.2011

Gabler Verlag (2011b), Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Cross-Selling, erschienen am: keine Angabe, Onlinequelle: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1785/finanzdienstleistungen-v8.html>, letzter Zugriff: 26.05.2011

Hamburger Sparkasse (2010), Private Banking: Ladies Talk, erschienen am: keine Angabe, Onlinequelle: <http://www.privatebanking.haspa.de/Haspa/Private%20Banking/IhrHaspaPrivateBanking/Veranstaltungen/LadiesTalk/LadiesTalk.html>, letzter Zugriff: 30.05.2011

Huckle, Thomas (1999), Kleine BUG's, große GAUs: Softwarefehler und ihre Folgen, erschienen am: 02.12.1999, Onlinequelle: <http://www5.in.tum.de/~huckle/bugs.html>, letzter Zugriff: 26.05.2011

Jucca, Lisa / Rhodes, Jason (2009): Private banking transparency to cost, erschienen am: 05.10.2009, Onlinequelle: <http://www.reuters.com/article/2009/10/05/us-wealth-summit-idUSTRE59156X20091005>, letzter Zugriff: 26.05.2011

LGT Bank (2011), Onlinebereich Private Banking, erschienen am: keine Angabe, Onlinequelle: http://www.lgt.com/de/private_kunden/index.html?DCSext.nav_type=2, letzter Zugriff: 26.05.2011

Merck Finck (2011), Onlinebereich Leistungen, erschienen am: keine Angabe, Onlinequelle: <http://www.merckfinck.de/lenya/mfweb/live/angebote.html>, letzter Zugriff: 26.05.2011

Sutter, John D. (2011), The faces of Egypt's Revolution 2.0, erschienen am: 21.02.2011, Onlinequelle: <http://edition.cnn.com/2011/TECH/innovation/02/21/egypt.internet.revolution/index.html>, letzter Zugriff: 26.05.2011