

# Bankmanagement-Glossar

## Private Banking

### Von Ewald Judt und Claudia Klausegger

■ In den sechziger Jahren wurde das Privatkundengeschäft auf breiter Basis eingeführt. Parallel mit der Verteilung des Marktes wurde der Wettbewerb um den privaten Kunden immer stärker. Dies hatte eine Segmentierung des Marktes zur Folge.

Im Zuge dessen wurde im Privatkundengeschäft eine Trennung des Retailbanking vom Private Banking vorgenommen: das Retailbanking für Kunden mit geringen Anlagevolumina und niedrigem Beratungsbedarf und das Private Banking mit hohen Anlagevolumina und hohem Beratungsbedarf. Diese Segmentierung erfolgt meist hinsichtlich des zu veranlagenden Geldvermögens, orientiert sich aber auch nach dem jährlichem Einkommen sowie dem Entwicklungspotenzial der Kunden.

Beim Private Banking geht es aufgrund der Größendimension des Geldvermögens in der Regel um die meist langfristige Deckung der Kundenbedürfnisse in Richtung Rentabilität, Liquidität und Sicherheit. Im Vordergrund stehen der persönliche und langfristige Charakter der Beziehung. Der Schwerpunkt liegt auf dem Wertpapiergeschäft, der Vermögensverwaltung und diversen Beratungsleistungen. Als Hauptzielgruppe werden dabei die High Networth Individuals (Audi A8-, 7er BMW-, S-Klasse-Kunden) betrachtet, wobei das notwendige Anlagevolumen von Bank zu Bank unterschiedlich gesehen wird.

In den letzten Jahren wurden im Private Banking die vermögenden Kunden weiter differenziert. Einige Banken führten ein über dem Private Banking liegendes Segment ein (= Bugatti-, Rolls Royce-, Maybach-Kunden), das Wealth Management, und ein unter dem Private Banking liegen-

des Segment (= Audi A6-, 5er BMW-, E-Klasse-Kunden), das Affluent Banking.

### Wealth Management und Affluent Banking

Das Wealth Management offeriert den sehr vermögenden Kunden neben dem Private Banking ergänzende Dienstleistungen, die sich in der Regel auf die langfristige persönliche finanzielle Absicherung und die der Familie beziehen. Hier geht es in erster Linie darum, die Prioritäten der Kunden herauszuarbeiten, daraus die Anlagestrategie abzuleiten, diese umzusetzen und zu monitorieren. Die Dienstleistungen sind in der Regel eine individuelle Vermögensverwaltung. Die Anlageformen sind unter anderem Anleihen, Aktien, Investmentfonds, strukturierte Produkte, Derivate, Rohstoffe, Hedgefonds, Private Equity oder Immobilien. Dazu kommt oft Unterstützung bei der Bewahrung des (Familien-)Unternehmens, dem Stiftungsmanagement oder der Geschäftsnachfolge, bei der Schenkungs- und Erbschaftsplanung sowie bei der Verfolgung persönlicher Interessen zum Beispiel im Zusammenhang mit Mäzenatentum.

Eine besondere Dienstleistung im Wealth Management ist das Family-Office. Sie wird Familien mit beträchtlichem Vermögen in verschiedenen Ländern angeboten. Das Family-Office konsolidiert das Vermögen, macht die Wertentwicklung durch ein Monitoring jedes Vermögensbestandteils transparent, beurteilt die Performance jeder Anlage und überprüft die Allokation im Hinblick auf die Vermeidung von Klumpenrisiken.

Das Affluent Banking bezieht sich auf ein Kundensegment mit einem niedrigeren

Anlagevolumen als beim Private Banking, die sich im Vermögensaufbau befinden. Diese Affluent Customers oder Affluent Investors genannten Kunden benötigen mehr persönliche Aufmerksamkeit und situationsorientierten Service, als ihnen im Retailbanking geboten wird. Sie erhalten im Rahmen des Affluent Banking eine individuelle Beratung, die allerdings nur in Ansätzen mit der Exklusivität sowie Individualität des Private Banking verglichen werden kann. Die Angebote im Affluent Banking sind bei aller Serviceorientierung doch stark auf standardisierte Produkte orientiert. Während die Banken mittlerweile oft ausgefeilte Konzepte für das eigentliche Private Banking und – so sie es anbieten – auch für das Wealth Management haben, fehlt es noch oft an guten Konzepten für Affluents.

Die Betreuung gehobener Privatkunden in mehreren Segmenten hat den Banken, die in diesen Kundensegmenten eine starke Marktposition haben, geholfen, ein klareres Profil zu finden und sich besser auf dem Markt zu positionieren. Die Grenzen, innerhalb derer ein Privatkunde diesem oder jenem Segment zugeordnet wird, sind unterschiedlich. Von 100 000 bis 300 000 oder 500 000 Euro Anlagevermögen kommt das Affluent Banking zum Tragen, danach (und bei manchen Banken erst ab eine Million Euro Anlagevermögen) wird das Private Banking angeboten. Das Wealth Management richtet sich naturgemäß nur an einen sehr kleinen Kreis von Kunden ab sehr hohem Anlagebedarf (mehr als zehn Millionen Euro).

Dr. Ewald Judt ist Honorarprofessor der Wirtschaftsuniversität Wien und Geschäftsführer der PayLife Bank GmbH; ewald.judt@paylife.at/www.paylife.at. Dr. Claudia Klausegger ist Assistenzprofessorin am Institut für Marketing-Management der Wirtschaftsuniversität Wien; claudia.klausegger@wu-wien.ac.at.