

CFIN Private-Banking- und Vermögensstudie 2024 für Regionalbanken

Marktpotenziale und Besonderheiten von vermögenden Privatkunden

Vermögende Privatkunden unterscheiden sich in vielen Facetten deutlich von den Regionalbankkunden im Retail Banking

Key Learnings (1/2): Der Private-Banking-Kunde



„Regionalbanken schaffen es nicht, das Potenzial dieser attraktiven und wachsenden Zielgruppe zu bedienen. Akteure aus dem In- und Ausland bedrohen die Kundenschnittstelle.“



„Vermögende Privatkunden unterhalten oftmals Geschäftsbeziehungen zu mehreren Finanzdienstleistern neben der Hausbank.“



„Private-Banking-Kunden teilen sich in zwei Lager: Ein hoher Anteil Selbstentscheider sowie ein Anteil, der sich intensiv beraten lässt (auch gegen Honorar).“



„In Beratungssituationen ist der **persönliche Kontakt** und ein **konstanter Ansprechpartner** dieser Gruppe besonders wichtig.“



„Private-Banking-Kunden lassen sich für Beratungsthemen im Vermögensbereich begeistern, beispielsweise auch für **alternative Sachwertinvestitionen** (Sammelgegenstände).“

Regionalbanken können durch eine individuelle Beratung und einen hohen Grad an Emotionalisierung das attraktive Kundensegment langfristig binden

Key Learnings (2/2): Handlungsfelder für Regionalbanken



Emotionalisierung: Emotionale Bindung der Kunden z.B. durch exklusive Loyalitäts- und Serviceprogramme, besondere Karten, finanzielle Bildung der Kinder, Immobilienservices etc.



Anlagespektrum: Im Private Banking besteht ein großes Interesse an individuellen und exklusiven Anlagelösungen (z.B. Aktien, Collectibles).



Spezialisten-Netzwerk: Um erster Ansprechpartner zu sein, müssen Spezialisten zur Verfügung stehen, bspw. im Bereich Steuern oder im Immobilienmanagement.



Generationenmanagement: Regionalbanken sollten den Vermögensübergang zwischen den Generationen betreuen und die Kundenschnittstelle langfristig sicherstellen.



Standortbestimmung und Zielsystem-Integration: Der Erfolg im Private Banking sollte eine nennenswerte Steuerungsgröße in Regionalbanken sein.



Warum verdienen vermögende Privatkunden mehr Aufmerksamkeit in Regionalbanken?



Welche Besonderheiten weist die Zielgruppe im Vergleich zum Retail Banking auf?



EV³-Konzept: Wie können Regionalbanken erfolgreich ihre Marktpotenziale erschließen?

Klassische Finanzdienstleister in Deutschland schöpfen die Potenziale bei vermögenden Privatpersonen nicht aus, Wettbewerber übernehmen Marktanteile

Hohe Relevanz des Private Bankings

Wachsendes Marktsegment



- Überdurchschnittlich starkes Wachstum des Anteils am Privatkundenmarkt
- Hohe Relevanz auch aufgrund des Vermögensübergangs nach dem Ableben

Überdurchschnittliche Ertragsrelevanz



- Herausragende Bedeutung im Provisionsgeschäft
- Verschiedenste Cross-Selling-Möglichkeiten
- Vergleichsweise hoher Ertrag pro Kundenverbindung

Ambitioniertes Wettbewerbsumfeld



- Klassische Anbieter und neue Akteure (FinTechs) positionieren sich verstärkt
- Generationen verteilen sich i.d.R. auf mehr als einen Anbieter
- Gefahr der Abwanderung

! Filialbanken in Deutschland schöpfen die Potenziale im Private Banking aktuell nicht aus !

Als Private-Banking-Kunden werden Personen oder Haushalte erfasst, die ein in liquiden Vermögenswerten gebundenes Vermögen von mindestens 250.000 Euro aufweisen

Struktur und Wachstumsprognose der Kundengruppe

Private Banking Fokus der Studie	Segment 1	Segment 2	Segment 3	Retail Banking Vergleichsgruppe
	Sehr hohes Vermögen	Hohes Vermögen	Mittleres Vermögen	Segment 4 Niedriges Vermögen
Vermögenscluster in Euro ¹	 > 1 Mio.	 500k – 1 Mio.	 250k – 500k	 < 250k
Bevölkerungsanteil	ca. 0,6%	ca. 1,1%	ca. 2,5%	ca. 95,8%
Anzahl Personen in Deutschland	ca. 500.000	ca. 930.000	ca. 2.120.000	ca. 81.050.000
Wachstum (Anzahl) bis 2030 (CAGR)	ca. 3,5% 	ca. 4,5% 	ca. 2,5% 	ca. 0,5% 
Anteil mit Kindern	 ca. 65%	 ca. 78%	 ca. 81%	 ca. 54%

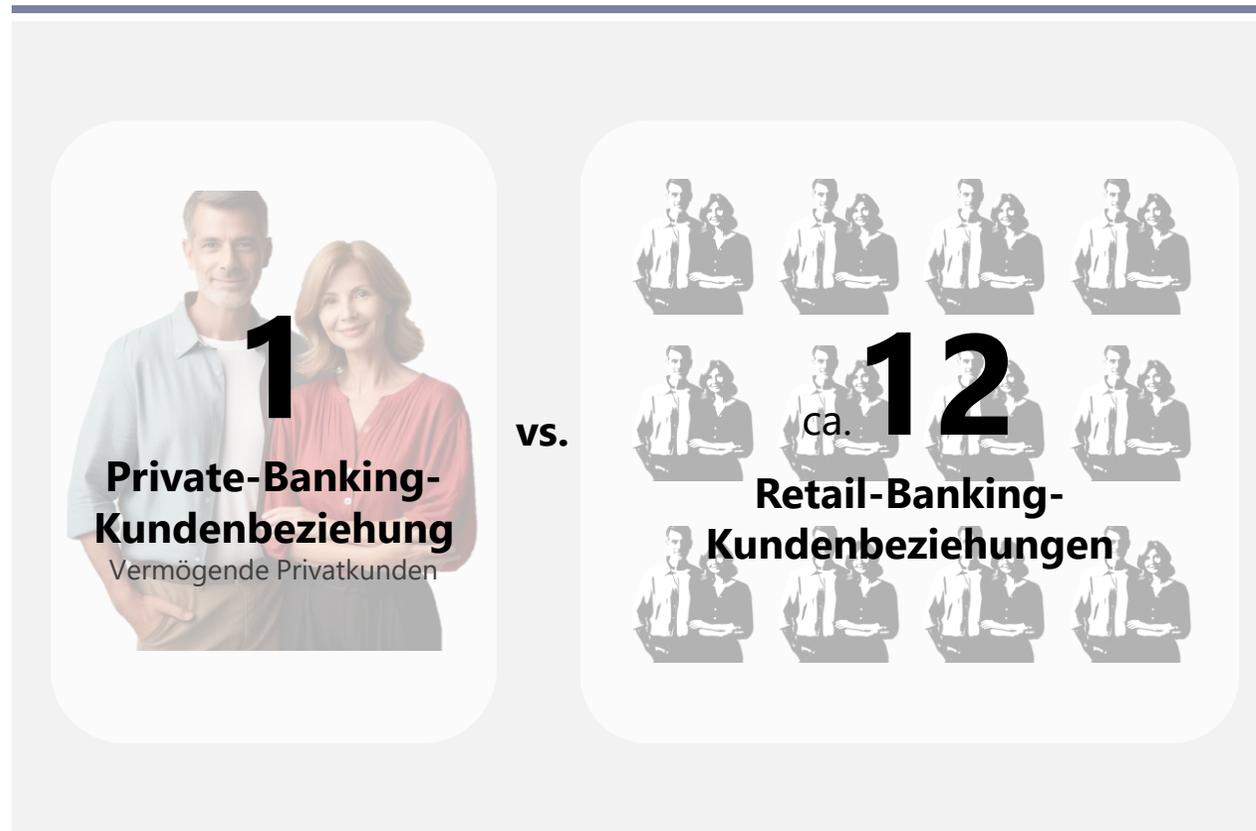
Quelle: CFIN, Statistisches Bundesamt; CAGR-Schätzung auf Basis von demografischen und weiteren Entwicklungen

1) Liquidies Vermögen

Eine Kundenbeziehung im Private Banking bietet Regionalbanken ein Vielfaches des Ertragspotenzials einer Retail-Beziehung

Ertragsrelevanz Vermögende Privatkunden/Private Banking

Ertragsstrategische Relevanz des Private Bankings



- Key Learnings -

- Vermögende Privatkunden bergen ein vielfach höheres Ertragspotenzial als das Retail-Banking
- Es sind häufiger Zinserträge bei größeren Finanzierungen vorhanden
- Daneben entstehen hohe Potenziale im Provisionsgeschäft (z.B. Fonds, Versicherungen)

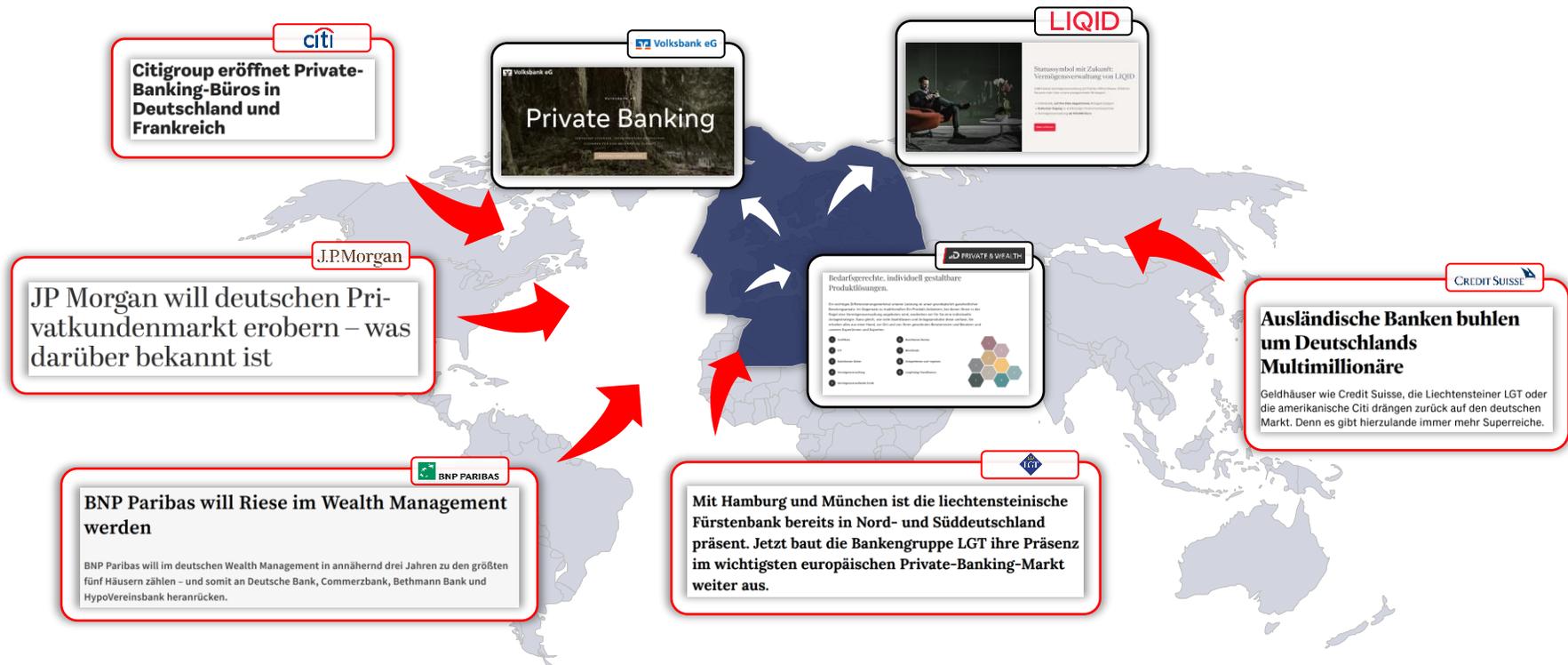
Regionalbanken können durch einen stärkeren Fokus auf das Private Banking Erträge heben

Quelle: Expertengespräche mit Regionalbanken, Ertragsaufstellungen

Internationale Großakteure erkennen zunehmend den Reiz des deutschen Private-Banking-Marktes und treten mit starken Ressourcen in den Wettbewerb

Markt- und Wettbewerbsumfeld im Private Banking

In Deutschland besteht ein Wettbewerb aus klassischen Banken, Spezialanbietern und FinTechs, zusätzlich ...



... erkennen internationale Akteure das Potenzial und treten in den deutschen Markt ein.

Quellen: Börsenzeitung, Capital, Finews, Handelsblatt, Wirtschaftswoche

Die BNP Paribas legt einen ihrer Schwerpunkte auf das junge vermögende Klientel, weshalb der Altersdurchschnitt des Beraterteams besonders niedrig ist

Detailsicht: BNP Paribas

BNP Paribas
Wealth
Management



Sitz: Nürnberg, Germany
AuM: k.A.

Geschäftsmodell und Ziele

- BNP Paribas Wealth Management setzt besonders auf die Unternehmerfamilien des Mittelstands in Deutschland
- Zum Kundenstamm zählen ca. 20 Prozent der 200 reichsten Familien sowie ein „erheblicher Teil“ der 30 vermögendsten Milliardärsfamilien der Bundesrepublik
- Ziel: Top 5 der größten Privatbanken in Deutschland

Angebot

- Kunde kann zwischen drei verschiedenen Optionen wählen: a) selbst managen, b) co-managen und c) managen lassen
- Dabei erfolgt eine Unterscheidung nach dem zu verwaltenden Vermögen

USP (Erfolgsfaktoren)

- Besonderer Fokus auf junge vermögende Kunden, weshalb ein sehr junges Beraterteam etabliert wurde (43,3 Jahre), um die Kommunikation auf Augenhöhe zu erleichtern



Selbst Managen
Sie managen Ihre Kapitalanlagen selbst. Dabei legen Sie Wert auf zuverlässig recherchierte Analysen und fundierte Produktideen.
[Mehr erfahren >](#)



Co-Managen
Sie legen Wert auf eine umfassende Analyse Ihres Portfolios und konkrete Investitionsempfehlungen. Ihre Anlageentscheidungen treffen Sie selbst. Managen Sie Ihre Kapitalanlage gemeinsam mit unseren Experten.
[Mehr erfahren >](#)



Managen lassen
Sie nutzen Ihre Zeit lieber für andere Dinge als Kapitalanlagen. Sie wollen Ihr Vermögen in guten Händen wissen und immer auf dem Laufenden sein. Sie entscheiden, wie lange Sie anlegen möchten. Sie definieren, wie viel Risiko Sie eingehen möchten. Dann übernehmen unsere Profis das Management Ihres Portfolios.
[Mehr erfahren >](#)

	SELBST MANAGEN	CO-MANAGEN	MANAGEN LASSEN
Persönlicher Ansprechpartner	☑	☑	☑
Fundierte Analysen Expertenmeinungen	☑	☑	☑
Attraktive Anlageempfehlungen	☑	☑	☑
Individuelle Anlagevorschläge		☑	☑
Investment Manager (optional)		☑	☑
Regelmäßige Reportings		☑	☑

Quelle: BNP Paribas, Handelsblatt (2023)

LIQID setzt konsequent auf eine digitale Ausrichtung des Private-Banking-Angebots und versucht damit eine spezielle Zielgruppe anzusprechen

Detailsicht: LIQID

LIQID
Wealth
Management



Sitz: Berlin, Germany
AuM: 2 Milliarden Euro

Geschäftsmodell und Ziele

- LIQID bietet ein digitalisiertes Wealth Management, das sich insbesondere an wohlhabende Unternehmer und Investoren richtet, die eine professionelle, individuell angepasste Vermögensverwaltung suchen
- Ziel ist es, künftig eine führende Position im Bereich der digitalen Vermögensverwaltung einzunehmen

Angebot

- LIQID stellt seinen Kunden eine breite Palette von Anlageoptionen zur Verfügung (z.B. private Equity, Venture Capital und andere Anlageklassen)

USP (Erfolgsfaktoren)

- Konsequente Ausrichtung der Strategie und des Angebots auf digitale Kanäle (insbesondere App), was Effizienz- bzw. Kostengewinne erwirkt
- Niedrige Einstiegsschwelle von 100.000 Euro

	LIQID Wealth Management	Typische Bank
Angebot	Maßgeschneiderte Lösung	Standardisierte Lösung
Anlageklassen und Wertpapiere	Best-In-Class-Auswahl / Best-In-Class-Prinzip in allen wichtigen Anlageklassen	Oft auf hauseigene Produkte beschränkt
Beratung	Individuelle, persönliche Beratung	Standardisierte Beratung
Interessenskonflikt	Minimiert, da ausschließlich dem Kundeninteresse verpflichtet	Möglich, durch hauseigene Produkte und Vertriebsvorgaben
Gebühren	Niedrige Gebühren ohne versteckte Kosten	Oft höhere Gebühren und versteckte Kosten
Kundenbeziehung	Persönlicher, langfristiger Beziehungsaufbau	Anonymere Kundenbetreuung

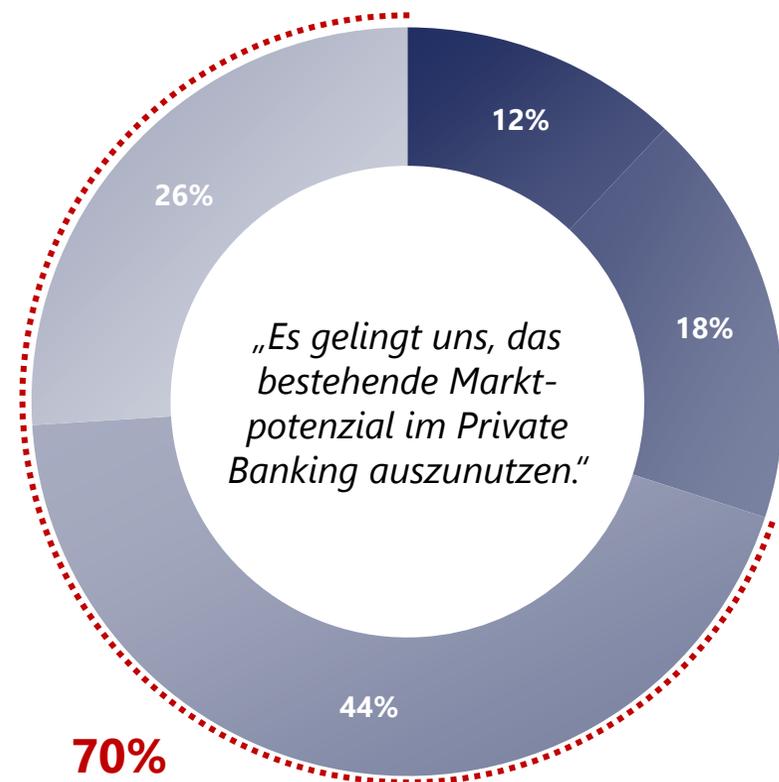
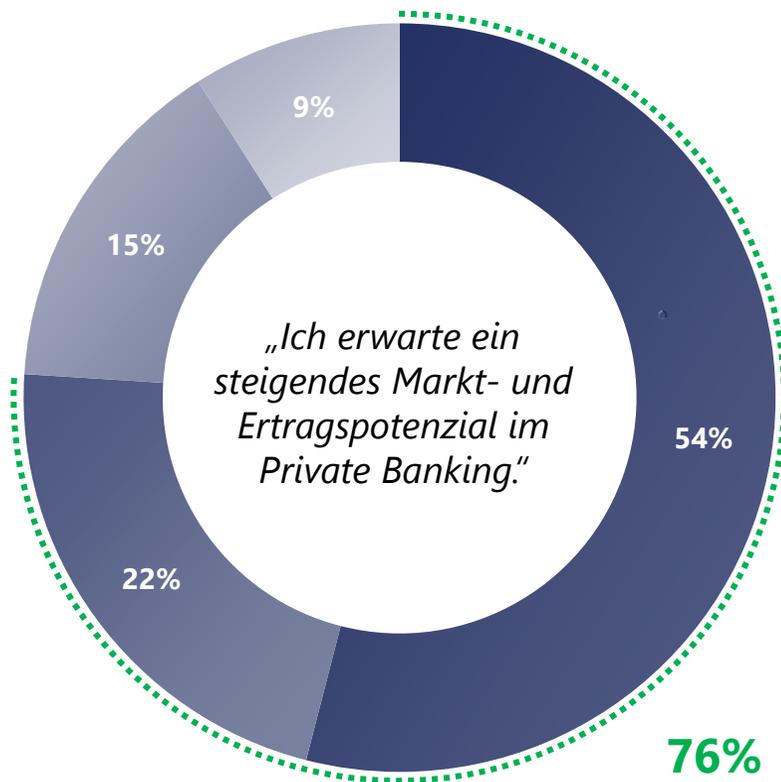
[Jetzt Strategie ermitteln](#)

Quelle: LIQID

Obgleich drei Viertel der befragten Banken von einem steigenden Markt- und Ertragspotenzial ausgehen, schaffen es 70% nicht, das vorhandene Potenzial auszunutzen

Potenzialausschöpfung aus Bankensicht

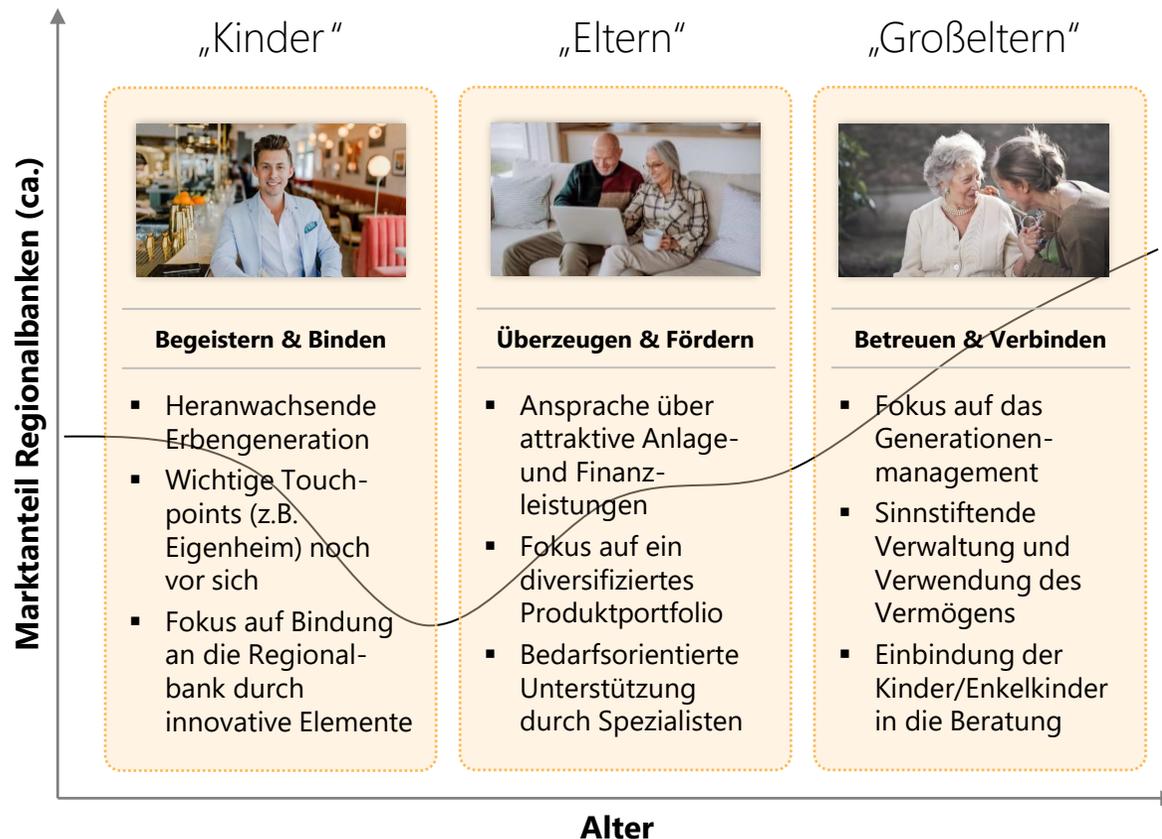
■ Ja ■ Eher ja ■ Eher nein ■ Nein



Quelle: CFIN, Bankenbefragung

Die gezielte und bedarfsorientierte Betreuung von vermögenden Privatpersonen in unterschiedlichen Altersgruppen ist ein Erfolgsfaktor im Private Banking

Vermögende Privatkunden: Lebenszyklusansatz



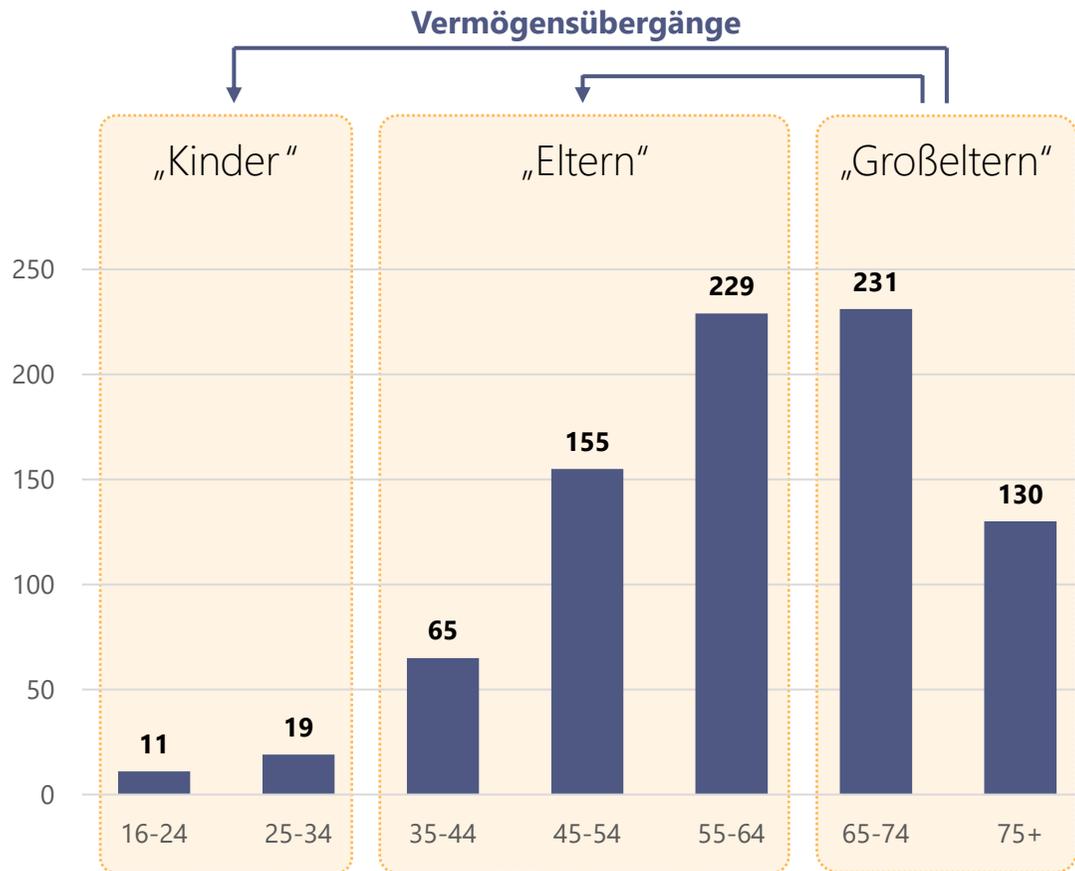
- Key Learnings -

- Verknüpfung aller Kundensegmente in der Kundenbetreuung sehr wichtig
- Potenziale durch bevorstehende Touchpoints im jungen Segment, dazu Erbgeneration
- Mittlere Altersgruppe mit hohen Ertragspotenzialen (z.B. Vermögensanlage)
- Ältere Personen mit stärkerem Betreuungsbedarf und Wunsch nach Vermögenserhalt

In allen Alterssegmenten finden sich vermögende Privatpersonen mit unterschiedlichen Ansprüchen

Die über 65-jährigen Personen in Deutschland haben ein vergleichsweise hohes Medianvermögen, das Management der Übergänge ist daher ein Erfolgsfaktor für Regionalbanken

Nettovermögen in Deutschland nach Alter (Tsd. Euro)

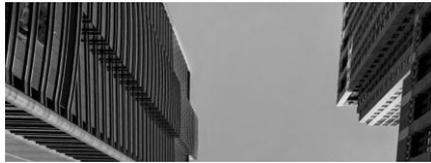


- Key Learnings -

- Hohes Vermögen liegt insbesondere bei älteren Personen, gebunden in liquiden Mitteln sowie Sachwerten
- Private-Banking-Kunden sind im Mittel älter als Retail-Kunden
- Generationenmanagement kommt hohe Bedeutung zu, da Nachkommen häufiger Direktbanken oder ähnliche Anbieter nutzen

Vermögensübergänge von ältere auf jüngere Generationen können zu einem Kapitalabfluss bei Regionalbanken führen

Quelle: Deutsche Bundesbank



Warum verdienen vermögende Privatkunden mehr Aufmerksamkeit in Regionalbanken?



Welche Besonderheiten weist die Zielgruppe im Vergleich zum Retail Banking auf?



EV³-Konzept: Wie können Regionalbanken erfolgreich ihre Marktpotenziale erschließen?

Im Vergleich zu Retail-Kunden haben vermögende Privatkunden häufiger Kinder, hierdurch gewinnt das Generationenmanagement an Bedeutung

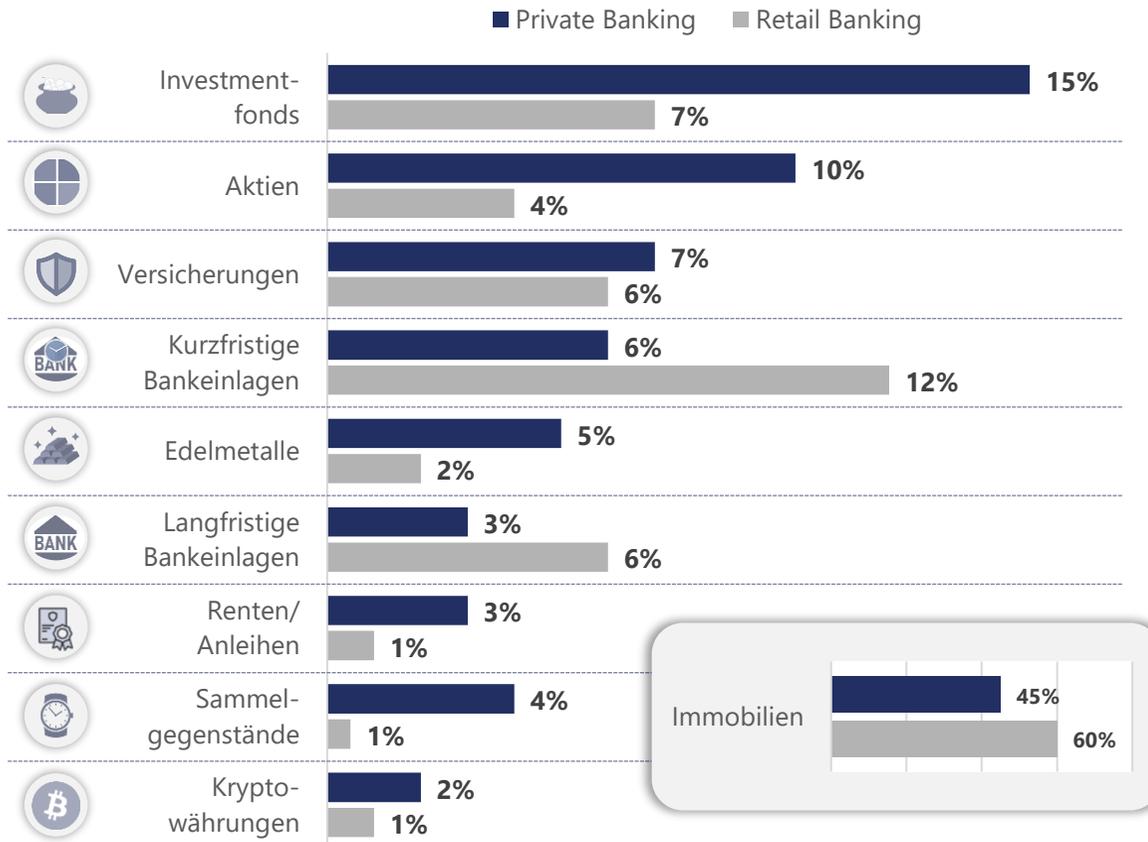
Soziodemografische Merkmale vermögender Kunden



Quelle: CFIN (2024)

Das Anlageportfolio vermögender Privatpersonen zeigt im Vergleich eine stärkere Diversifizierung und bedingt somit ein breiteres Anlagespektrum im Private Banking

Durchschnittliche Vermögensstruktur im Vergleich



- Key Learnings -

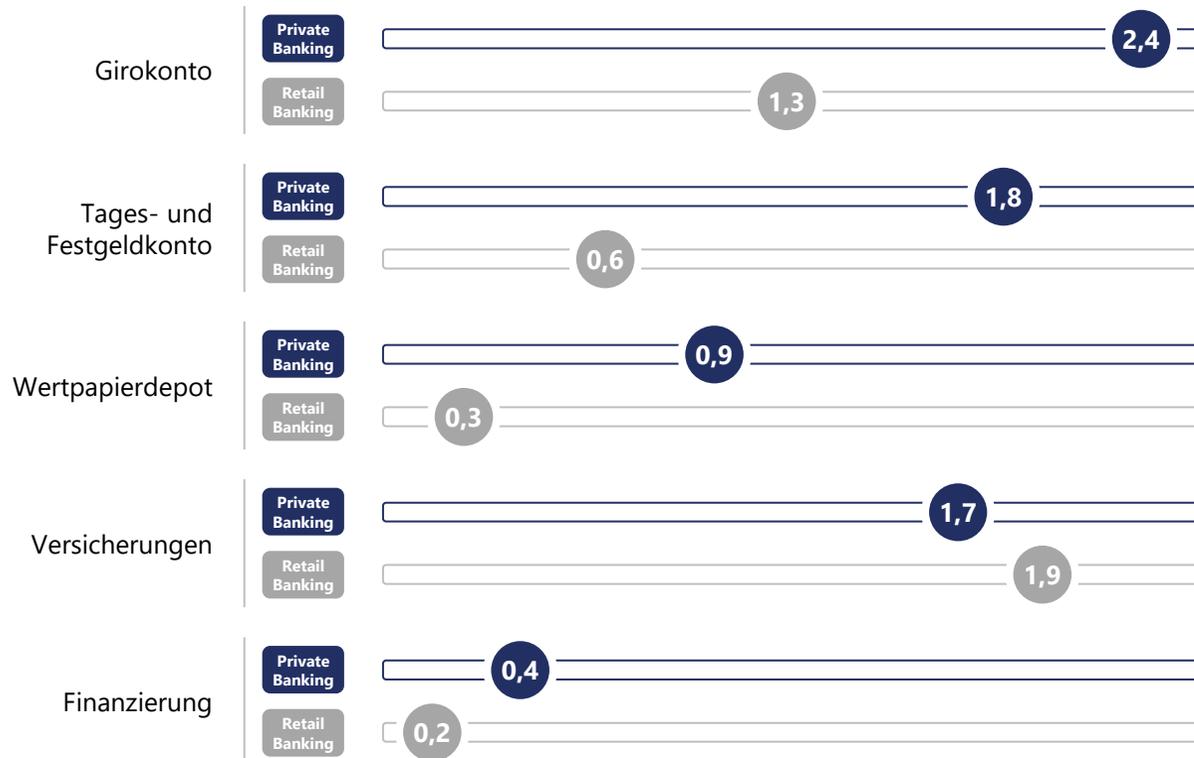
- Größere Portfoliodiversifizierung bei vermögenden Privatpersonen spiegelt einen breiteren Beratungsbedarf im Private Banking wider
- Geringerer Anteil an Immobilien bei vermögenden Privatpersonen ist auf eine stärkere Beteiligung an Unternehmen über Investmentfonds und Aktien zurückzuführen

Regionalbanken benötigen eine breite Palette von Anlageprodukten für das Private Banking

Frage: Wie verteilt sich ihr Vermögen auf die nachfolgenden Anlageklassen?; Auf 100% normiert ohne Berücksichtigung von sonstigen Anlageklassen
 Private Banking = Personen/Haushalte mit liquidem Vermögen >250.000 Euro; Retail Banking = Vergleichsgruppe

Regionalbanken müssen im Private Banking zielgenaue Leistungen aufweisen, um sich gegenüber den Wettbewerbern zu behaupten

Anzahl Finanzdienstleister je Produktkategorie



- Key Learnings -

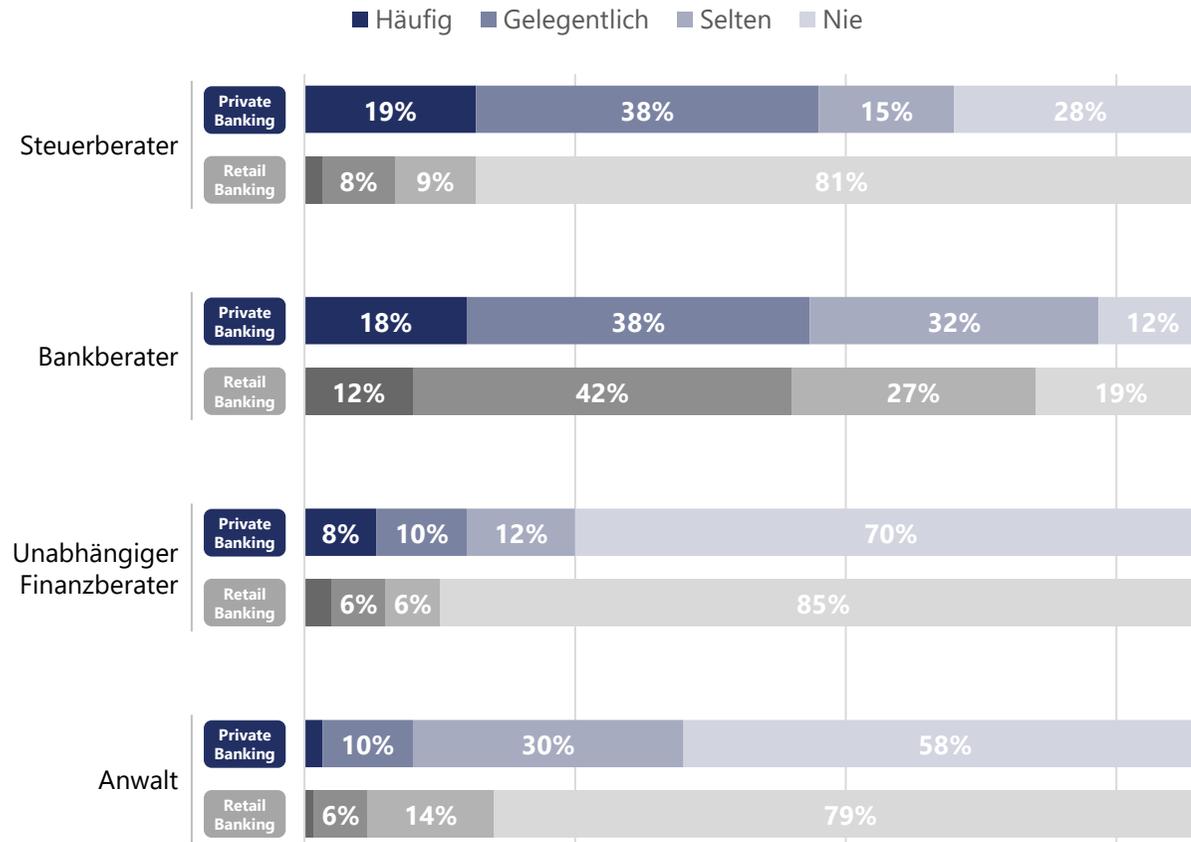
- Bedrohung durch alternative Anbieter, insbesondere im für die Kundenschnittstelle wichtigen Kontobereich
- Hohe Relevanz für Regionalbanken, mit passendem Service und Produkten zu überzeugen, um erste Anlaufstelle zu sein
- Private-Banking-Kunden bündeln Versicherungen bei weniger Anbietern als Kunden im Retail Banking

Regionalbanken müssen durch überzeugende Leistungen die Kundenschnittstelle behaupten

Frage: Zu wie vielen Finanzdienstleistern (z.B. Banken, Depotanbietern, Versicherungen) unterhalten Sie für die nachfolgend aufgeführten Produkte eine Geschäftsbeziehung?
Private Banking = Personen/Haushalte mit liquidem Vermögen >250.000 Euro; Retail Banking = Vergleichsgruppe

Der Steuerberater ist als Ansprechpartner für vermögende Privatpersonen etwas wichtiger als der Bankberater

Ansprechpartner bei Finanz- und Vermögensthemen



- Key Learnings -

- Obgleich das Ertragspotenzial im Private Banking deutlich höher ist, werden die vermögenden Privatpersonen nicht wesentlich häufiger beraten
- Hohe Relevanz für vermögende Privatpersonen, finanzielle Angelegenheiten mit anderen Akteuren zu koordinieren
- Vor allem Steuerberater als relevante Anlaufstelle für die Beratung in Finanzfragen

Zusammenarbeit mit Spezialisten kann Mehrwert im Private Banking steigern

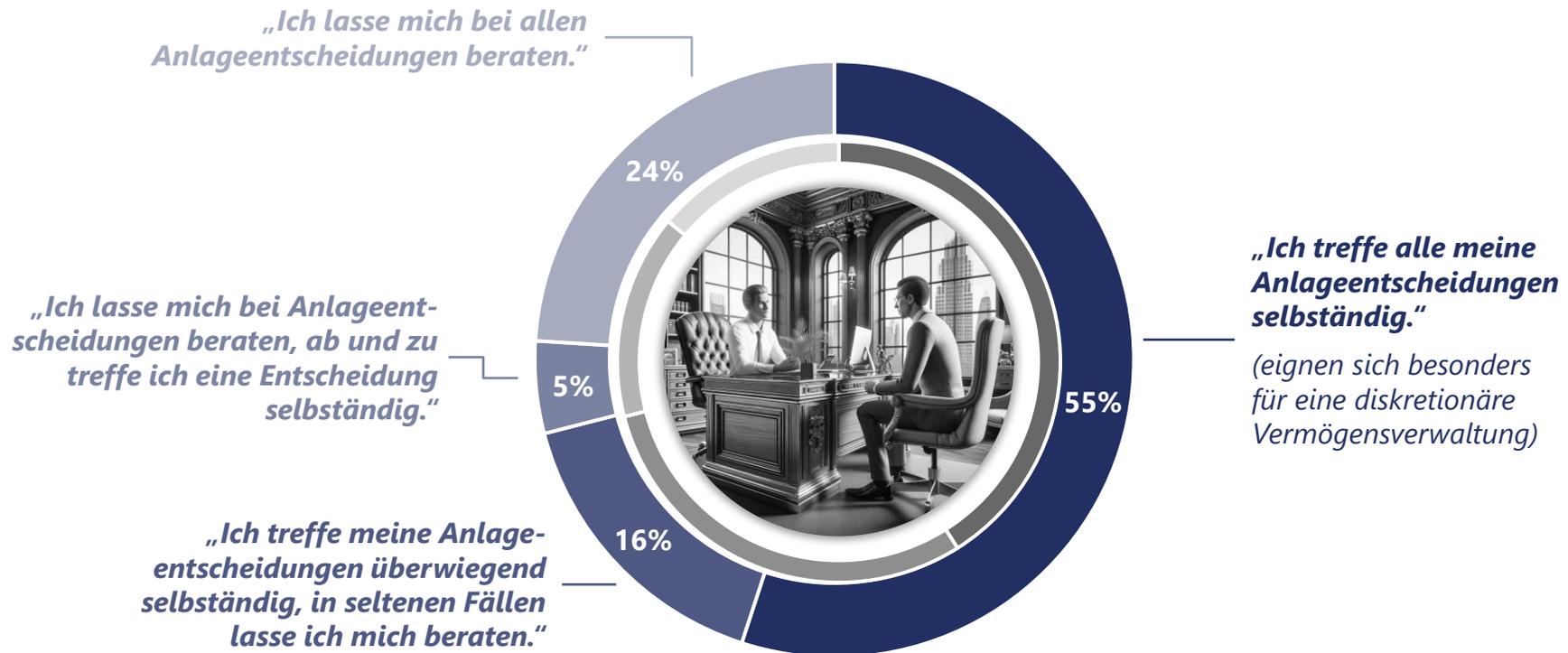
Frage: Lassen Sie sich bezüglich Ihrer Finanz- und Vermögenssituation von den folgenden Anbietern beraten?
 Private Banking = Personen/Haushalte mit liquidem Vermögen >250.000 Euro; Retail Banking = Vergleichsgruppe

Private-Banking-Kunden teilen sich in zwei Lager: Ein hoher Anteil Selbstentscheider sowie ein Anteil, der sich intensiv beraten lässt

Entscheidungstypen bei der Geldanlage

Private Banking

Retail Banking



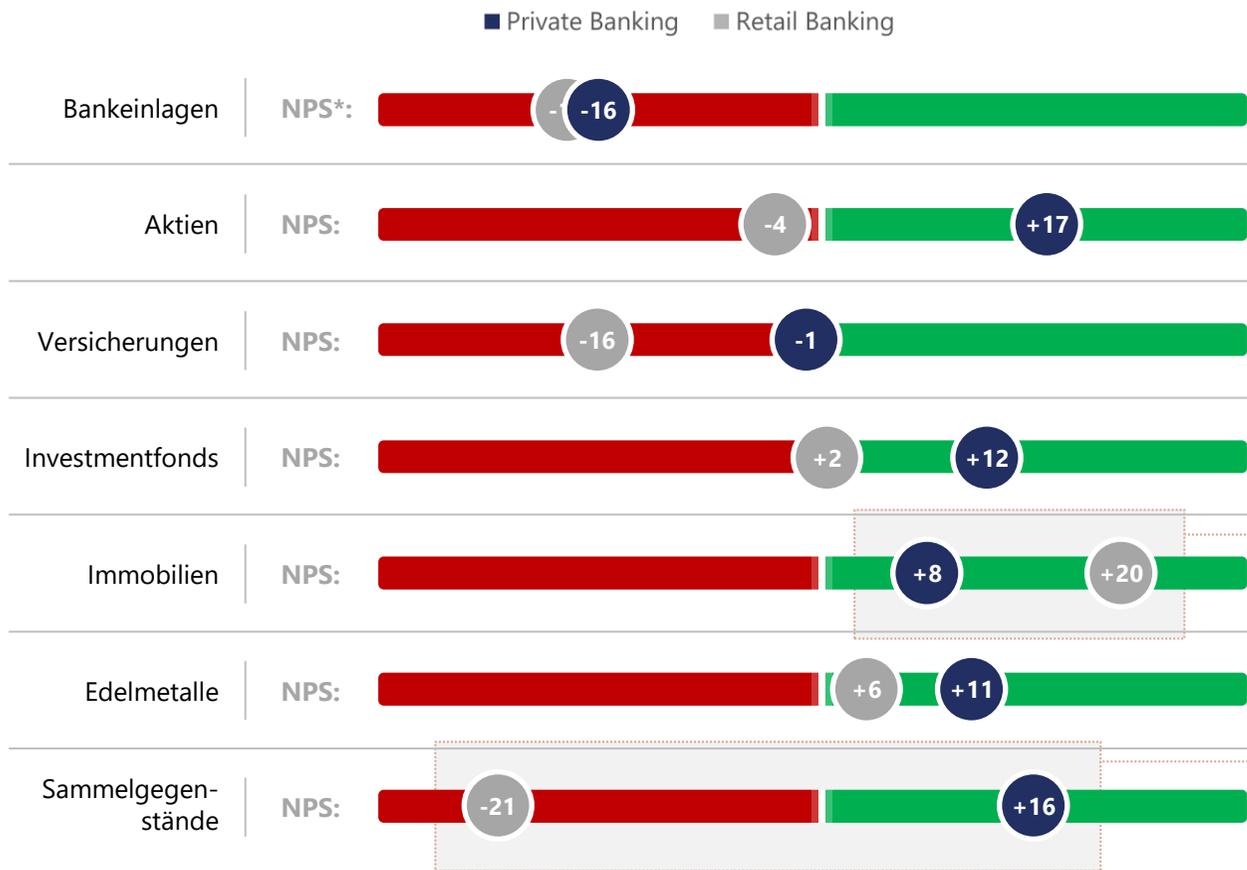
Frage: Wie treffen Sie Anlage- und Vermögensentscheidungen?

Private Banking = Personen/Haushalte mit liquidem Vermögen >250.000 Euro; Retail Banking = Vergleichsgruppe

Aktien, Sammelgegenstände (Collectibles) und Investmentfonds bilden die beliebtesten Anlageinstrumente im Private Banking

Weiterempfehlung von Anlageprodukten/Zufriedenheit

Nur Kunden, welche die entsprechende Anlageklasse selbst besitzen.



- Key Learnings -

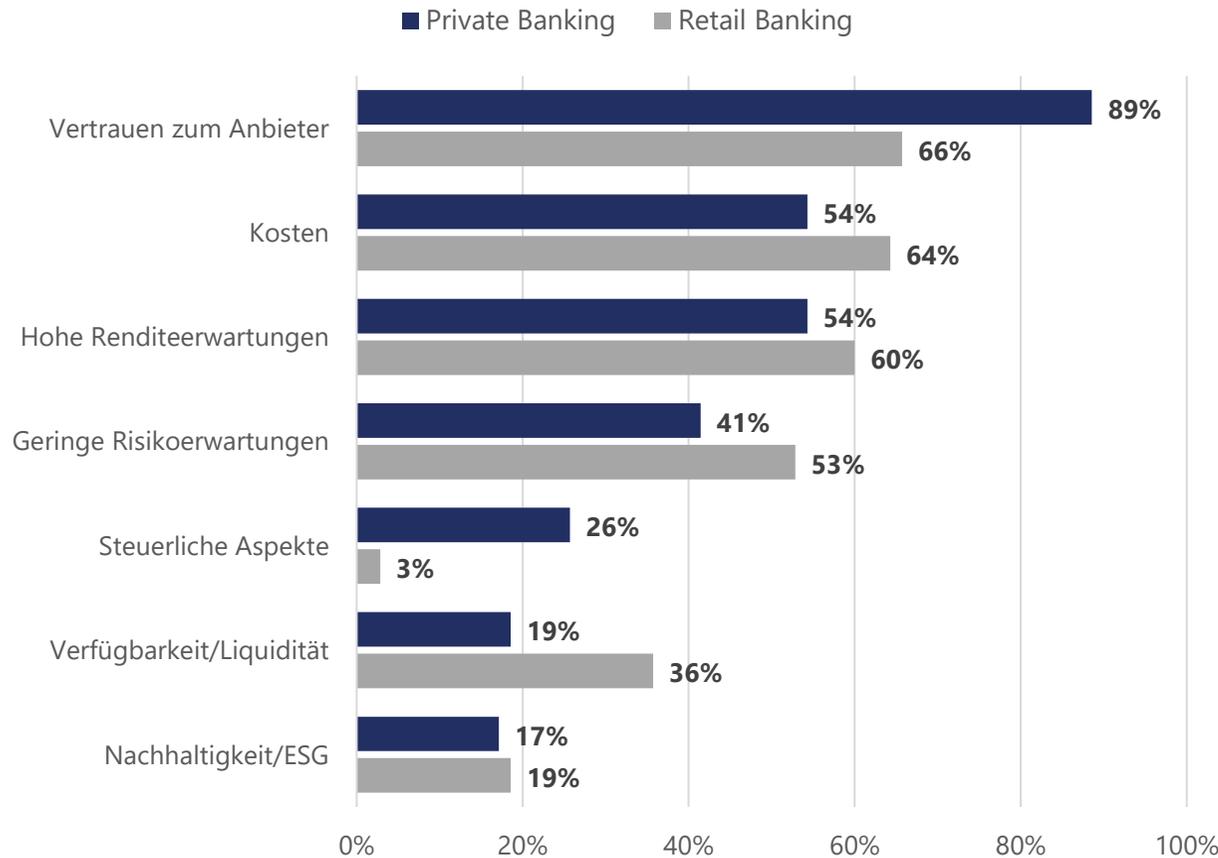
- Immobilien mit niedrigerem NPS im Private Banking, da häufiger Probleme, z.B. mit Mietern, auftreten können – bei Vergleichsgruppe häufig nur Eigenheim
- Großteil der Sammlerstücke erst ab einem bestimmten Geldwert mit Wertsteigerungspotenzial
- Aktien für langfristige Anlagen rentabler und damit attraktiver als für kurzfristige Renditeerwartungen im Retail Banking

Private-Banking-Kunden sind von Anlagen in Aktien und Investmentfonds überzeugt

Frage: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die folgenden Vermögensgegenstände einem Freund oder Bekannten weiterempfehlen? *Net Promoter Score
Private Banking = Personen/Haushalte mit liquidem Vermögen >250.000 Euro; Retail Banking = Vergleichsgruppe

Für vermögende Privatkunden stellt das Anbietervertrauen mit Abstand den größten Entscheidungsfaktor bei der Geldanlage dar

Relevante Aspekte für Anlageentscheidungen



- Key Learnings -

- Bei Anlageentscheidungen ist das Anbietervertrauen vermögenden Kunden überdurchschnittlich wichtig
- Steuerliche Aspekte sind für 26% sehr wichtig, in der Vergleichsgruppe ist das kaum von Relevanz
- Vermögenden Menschen ist zudem der Faktor Liquidität weniger wichtig, als Menschen im Retail Banking

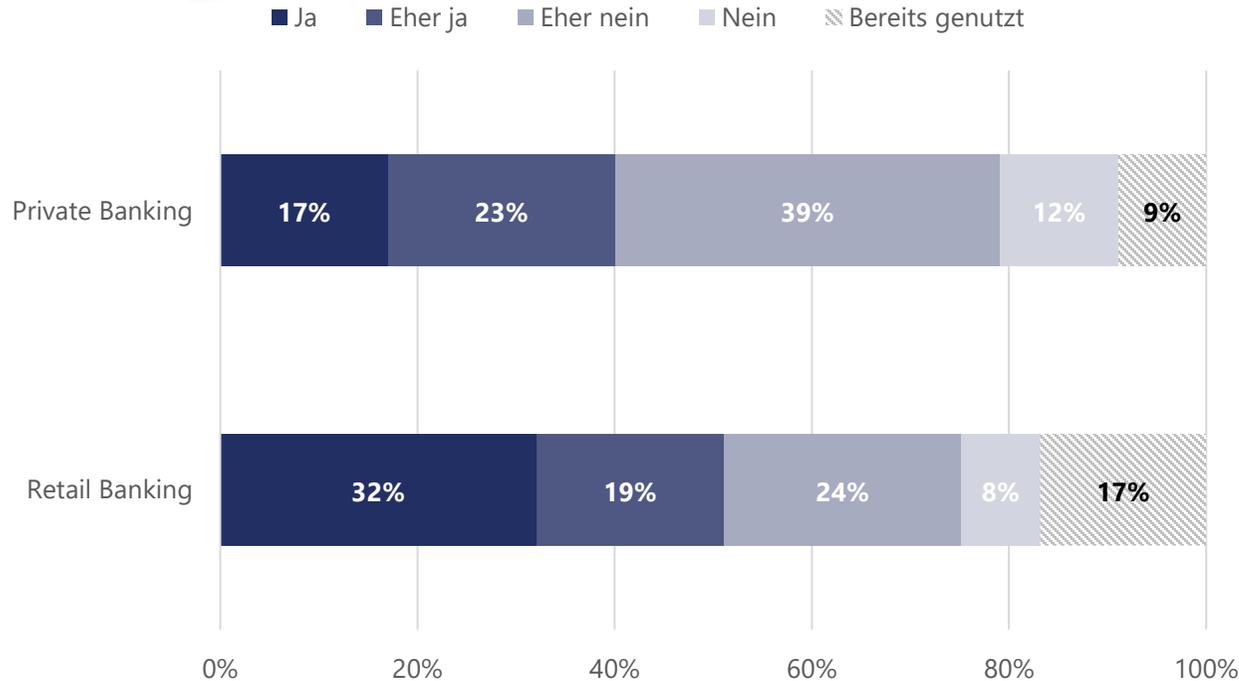
Private-Banking-Kunden gewinnt man über Vertrauen und weniger über monetäre Aspekte

Frage: Bitte wählen Sie die drei wichtigsten Faktoren aus, anhand derer Sie Ihre Anlageentscheidungen treffen.
Private Banking = Personen/Haushalte mit liquidem Vermögen >250.000 Euro; Retail Banking = Vergleichsgruppe

Private-Banking-Kunden neigen weniger zur Nutzung von Robo Advisory, dafür sind die Anlagebeträge hier im Durchschnitt höher

Robo Advisory: Beratung durch Finanzsoftware

„Ich kann mir eine Beratung über eine automatische digitale Beratungssoftware (Robo Advisor) vorstellen.“



- Key Learnings -

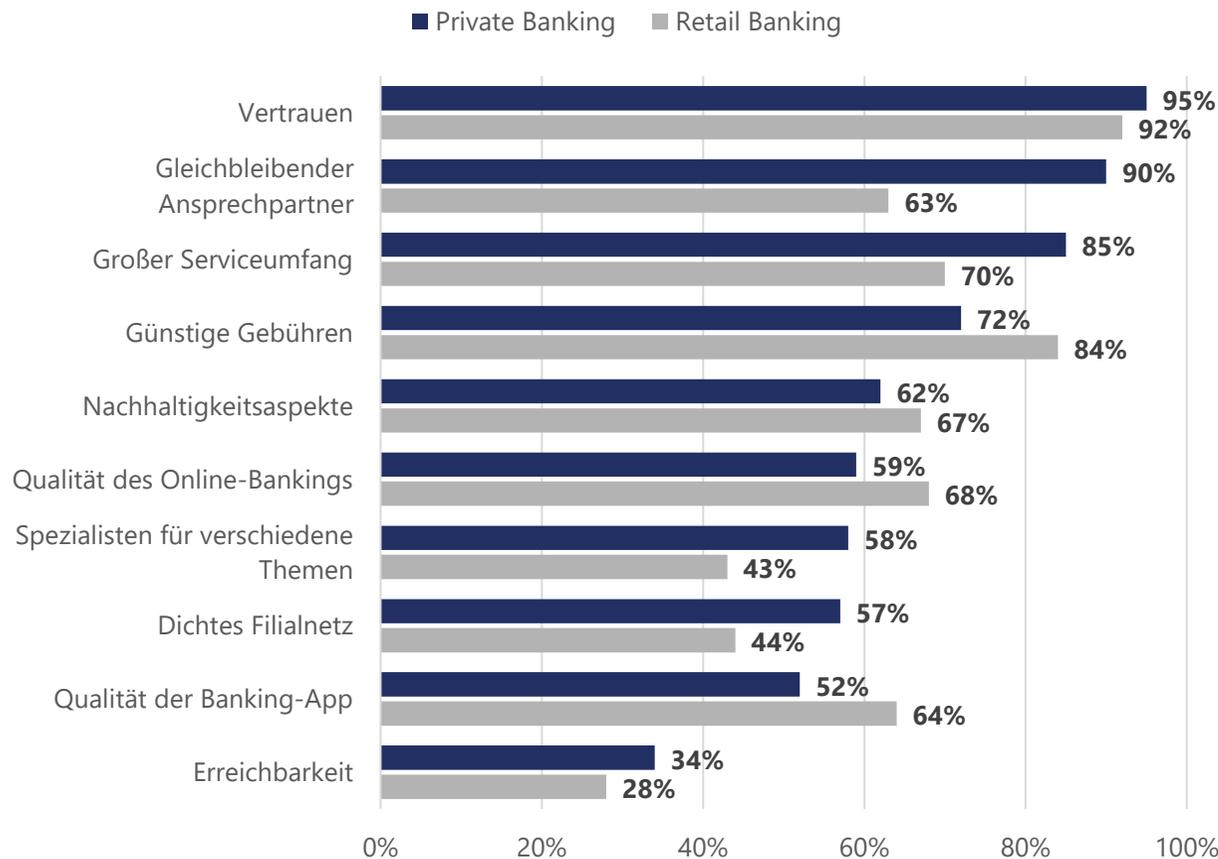
- Private-Banking-Kunden zeigen eine geringere Bereitschaft zur Nutzung von Robo Advisory
- Sie treffen Finanzentscheidungen entweder eigenständig über klassische Wege (z.B. digitaler Produktabschluss) oder lassen sich dezidiert zu komplexeren Themen persönlich beraten

Robo Advisory bietet für einen Teil der Private-Banking-Kunden Potenziale, insbesondere aufgrund hoher Anlagebeträge

Frage: Können Sie sich vorstellen, sich von einer automatischen digitalen Beratungssoftware (Robo Advisor) zu Finanz- und Vermögensthemen beraten zu lassen?
Private Banking = Personen/Haushalte mit liquidem Vermögen >250.000 Euro; Retail Banking = Vergleichsgruppe

Im Private Banking sind der persönliche Kontakt zu einem festen Ansprechpartner und ein großer Serviceumfang sehr entscheidend für eine erfolgreiche Kunde-Bank-Beziehung

Erfolgsfaktoren in der Kunde-Bank-Beziehung



- Key Learnings -

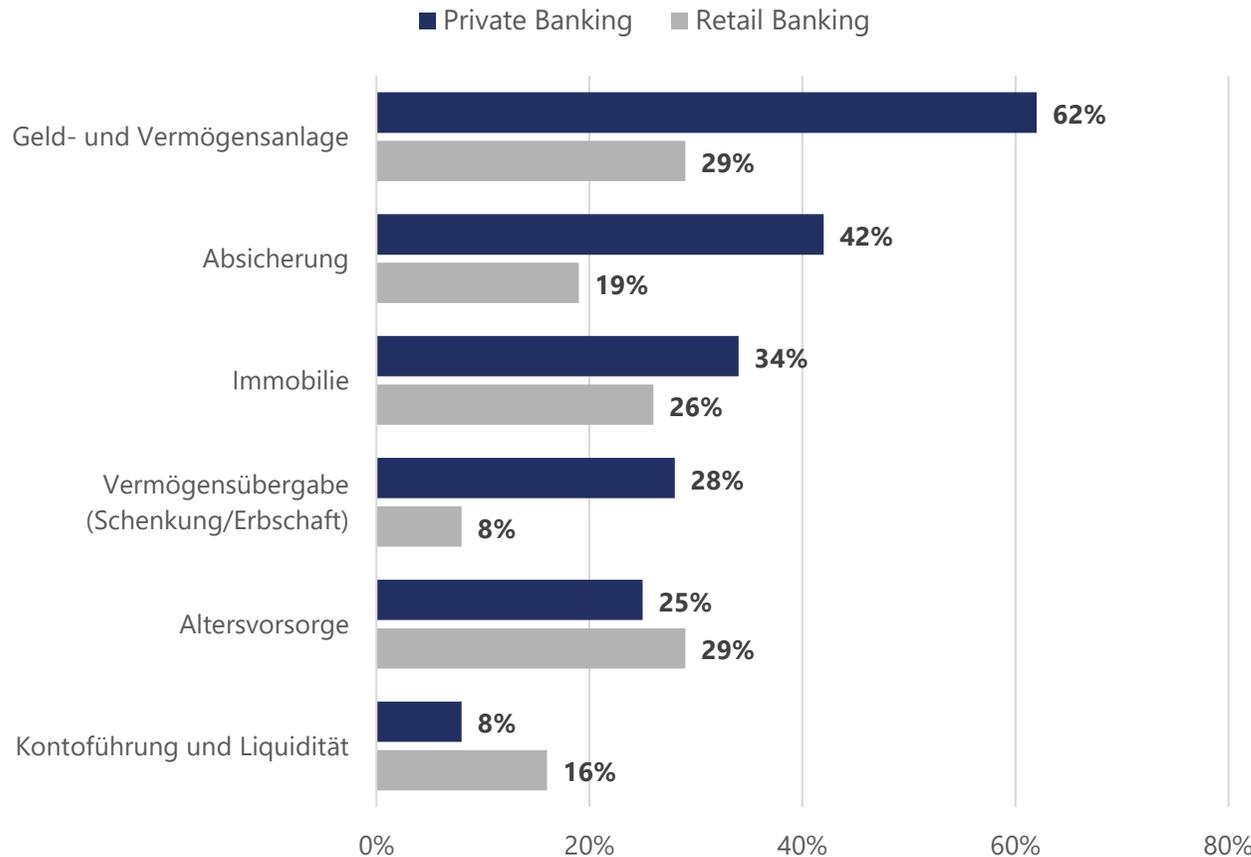
- Für die Banken steht der Aufbau von Vertrauen, insbesondere durch einen beständigen Ansprechpartner, im Vordergrund der Private-Banking-Strategie
- Umfang und Qualität der Serviceleistungen sind im Private Banking relevanter als im Retail Banking
- Zwei von drei Bankkunden bewerten Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor für die Kunde-Bank-Beziehung

Stärkster Unterschied ist der Wunsch nach einem gleichbleibenden Ansprechpartner

Frage: Welche Gründe sind Ihnen für eine gute Beziehung zu Ihrer Hausbank besonders wichtig? (Antworten „Sehr wichtig“ und „Wichtig“)
Private Banking = Personen/Haushalte mit liquidem Vermögen >250.000 Euro; Retail Banking = Vergleichsgruppe

Berater im Private Banking müssen in dem Bereich Geld- und Vermögensanlage eine hohe Beratungsqualität mitbringen, um die Erwartungen der Kunden zu erfüllen

Relevante Beratungsthemen



- Key Learnings -

- Bankberater im Private Banking müssen vor allem im Bereich der Geld- und Vermögensverwaltung über Expertise verfügen
- Das für das Retail Banking relevante Thema Altersvorsorge wird im Private Banking häufig über Anlage- und Immobilienberatung abgedeckt
- Erbschaften und Schenkungen im Retail Banking drei- bis viermal so relevant wie im Retailbereich

Schulung von Beratern im Private Banking vor allem im Bereich Anlagemöglichkeiten

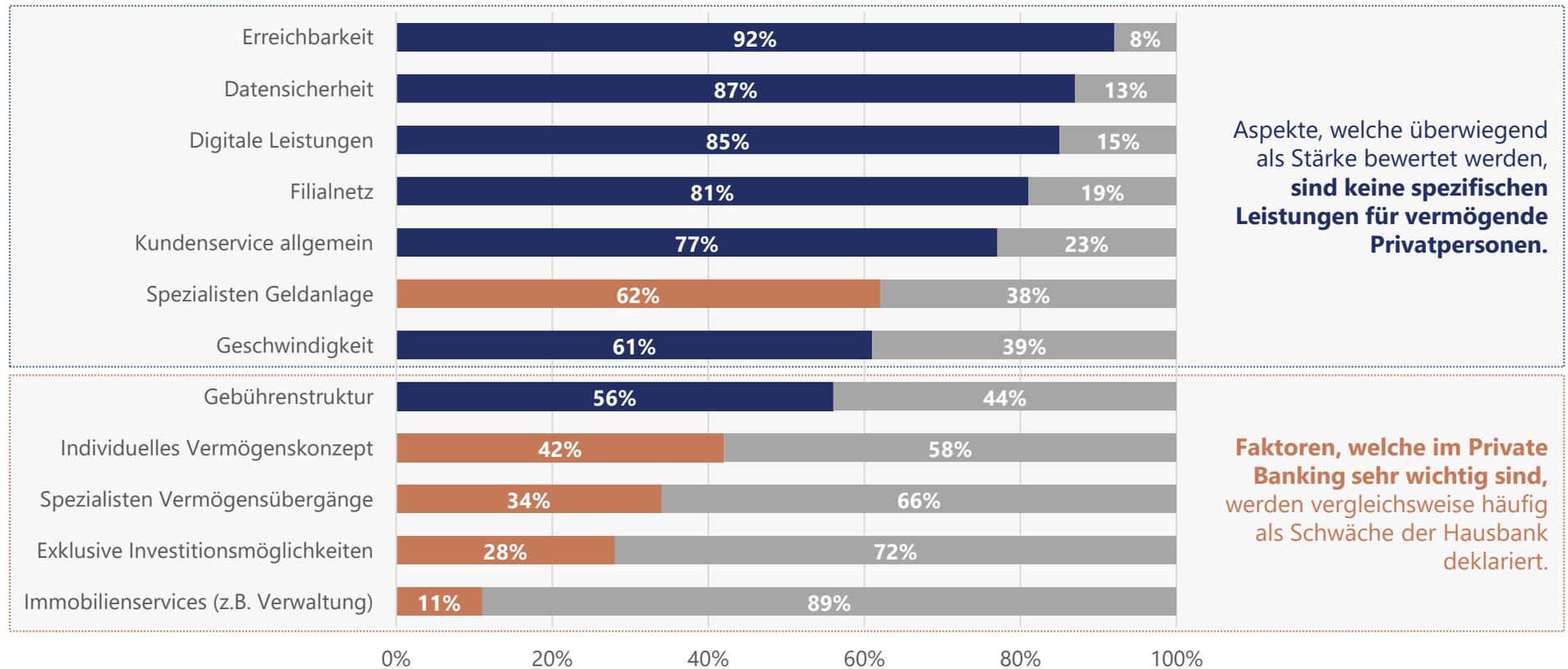
Frage: Welche der folgenden Beratungsthemen sind Ihnen sehr wichtig, wenn Sie an das Gespräch mit Ihrem Bankberater denken?
Private Banking = Personen/Haushalte mit liquidem Vermögen >250.000 Euro; Retail Banking = Vergleichsgruppe

Insbesondere Faktoren, welche für Private-Banking-Kunden relevant sind, werden häufig als Schwäche der Hausbank wahrgenommen

Wahrgenommene Stärken & Schwächen der Hausbank

Nur Private-Banking-Kunden

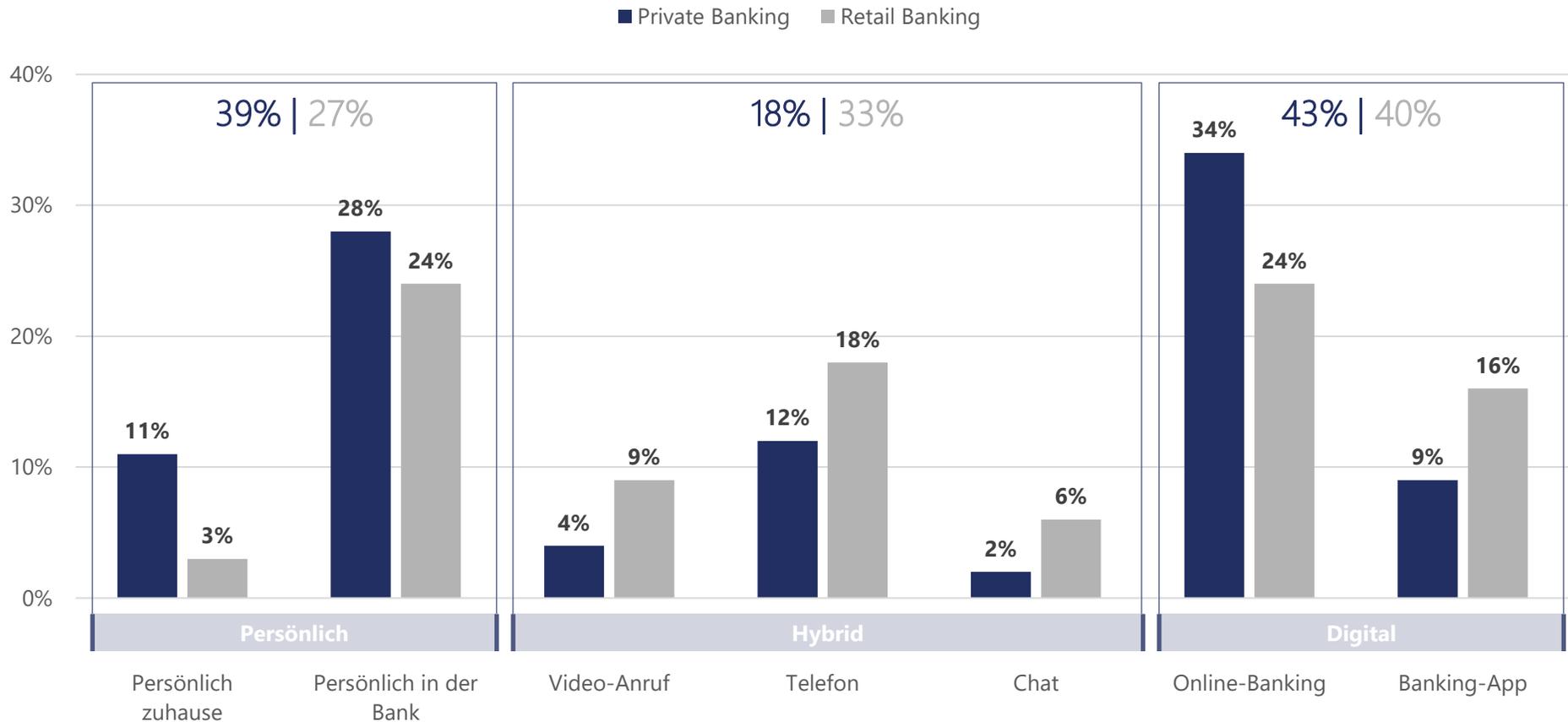
■ Stärke der Hausbank ■ Schwäche der Hausbank



Frage: Bewerten Sie die folgenden Faktoren eher als Stärke oder eher als Schwäche Ihrer Hausbank?
 Private Banking = Personen/Haushalte mit liquidem Vermögen >250.000 Euro

Für vermögende Privatkunden ergeben sich unterschiedliche Anforderungen in der Kanalstrategie, im Vordergrund steht nach wie vor das Online-Banking

Präferierte Kanäle für die Kunde-Bank-Beziehung



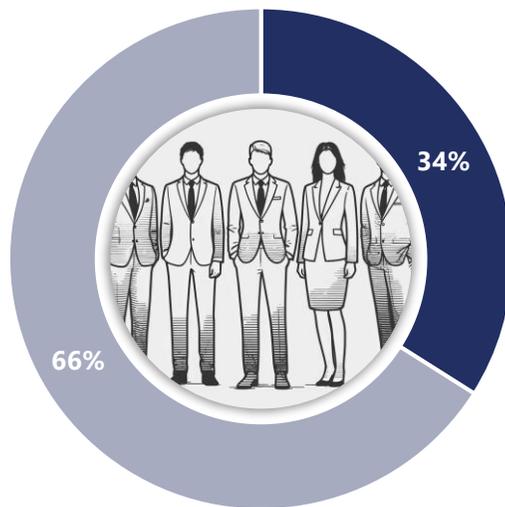
Frage: Wenn Sie sich für eine Variante entscheiden müssten: Auf welchem Wege würden Sie am liebsten mit Ihrer Bank interagieren?
 Private Banking = Personen/Haushalte mit liquidem Vermögen >250.000 Euro; Retail Banking = Vergleichsgruppe

Private-Banking-Kunden können sich häufiger eine Honorarberatung vorstellen als Retail-Kunden

Bevorzugte Beratungsvergütung

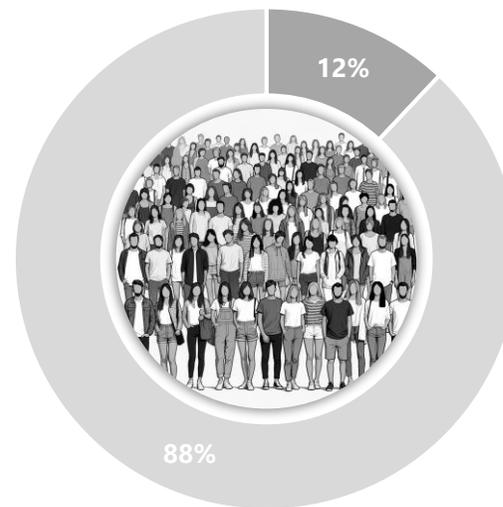
- Private-Banking-Kunden -

■ Provisionsberatung ■ Honorarberatung



- Retail-Banking-Kunden -

■ Provisionsberatung ■ Honorarberatung

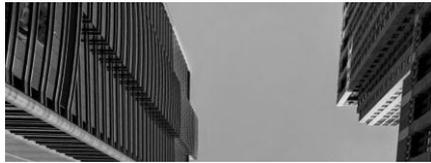


- Key Learnings -

- Honorarberatung ist sowohl im Private als auch im Retail Banking die weniger beliebte Form der Beratungsvergütung
- Geschäftsmodell der Regionalbanken über provisionsbasierte Beratung entspricht den Interessen der Gesamtbevölkerung besser als die Honorarberatung anderer Finanzdienstleister

Honorarberatung kann für bestimmte Zielgruppen ein ergänzendes Angebot darstellen

Frage: Wenn Sie sich bei einer Bank beraten lassen und Finanz- oder Anlageprodukte abschließen: Welche Variante bevorzugen Sie?
Private Banking = Personen/Haushalte mit liquidem Vermögen >250.000 Euro; Retail Banking = Vergleichsgruppe



Warum verdienen vermögende Privatkunden mehr Aufmerksamkeit in Regionalbanken?



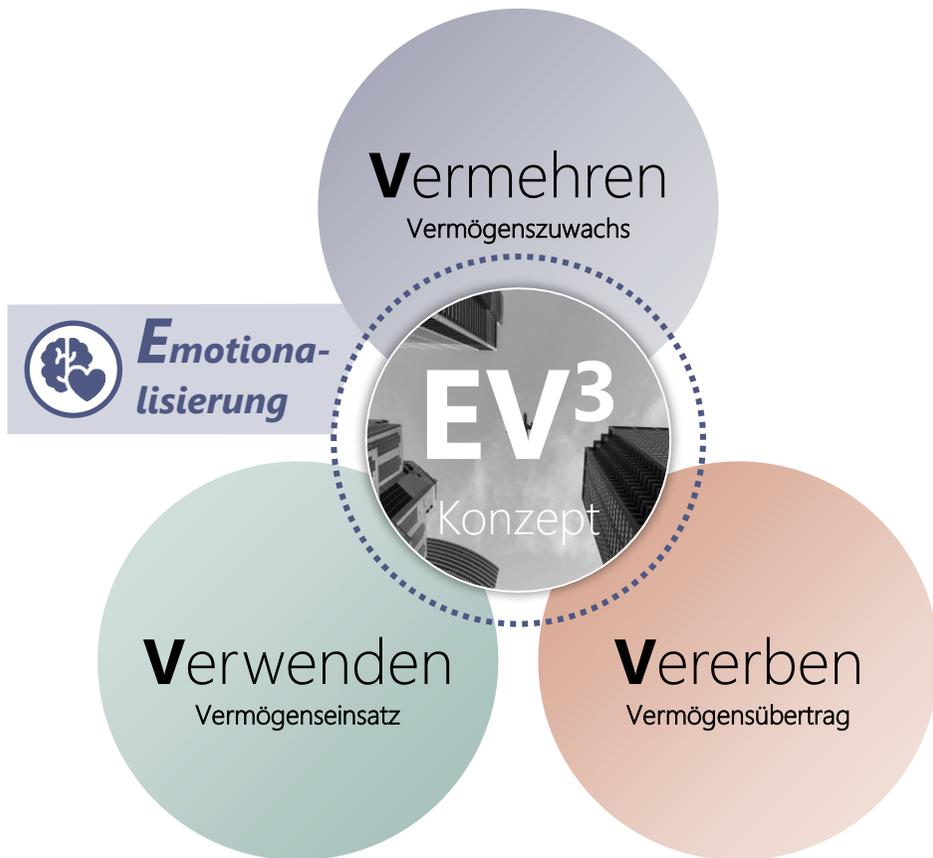
Welche Besonderheiten weist die Zielgruppe im Vergleich zum Retail Banking auf?



EV³-Konzept: Wie können Regionalbanken erfolgreich ihre Marktpotenziale erschließen?

Regionalbanken können mit dem EV³-Konzept erfolgreich vermögende Privatkunden betreuen und somit nachhaltig ihre Ertragsituation verbessern

EV³-Konzept: Betreuungskonzept im Überblick



V1: Vermehren

- Unterstützung der Kunden bei der Geld- und Vermögensanlage
- Hauptziel ist Berücksichtigung der persönlichen Anlageziele und -präferenzen



V2: Verwenden

- Planung der Verwendung gesparter und freierwerdender Mittel
- Bedarfsabhängige Unterstützung bei Kapitalverwendung durch Bereitstellung von Fremdkapital



V3: Vererben

- Beratung des Fokusfelds Schenken und Vererben
- Durchführung von Generationengesprächen sowie Unterstützung bei der Vermögensübergabe



Vermögende Privatpersonen haben mehr Möglichkeiten und erhöhtes Interesse an einer Investition in ein breites Anlageuniversum

Assetklassen-Universum

 = Erhöhte Relevanz im Private Banking

Klassische Assetklassen



Aktien



Anleihen



Geldmarkt



Immobilien



Edelmetalle



Alternative und innovative Assetklassen

Öffentlich zugänglich



Hedgefonds



Rohstoffe



— *Kryptowährung*

Digitale Assets



— *NFTs*

Nicht öffentlich zugänglich



**Unternehmen
(Equity, Debt)**



Infrastruktur



**Alternative Real
Assets (Sammeln)**



**Spezial-
Investments**

Glen Geerbt wünscht sich von seiner Bank, dass diese ihm exklusiven Zugang zu besonderen Investments ermöglicht und ihn zeitlich entlastet

Persona: Jüngere vermögende Kunden

Kurzportrait



 **31 Jahre**

 **Verheiratet, 1 Kind**

 **Hochschulabschluss**

 **Großstadt**

 **Interessen:**
- Beruflicher Erfolg im Mittelpunkt
- Triathlon
- Sammeln von Luxusuhren

Persönlichkeitsmerkmale



Themen & Finanzprodukte

- **Benötigt Beratung** zur optimalen Anlage des Vermögens einschließlich **Diversifizierung** und nachhaltige Assets
- Beratung zur **Minimierung der Steuerlast**, insbesondere im Hinblick auf Kapitalertragssteuer
- Auskünfte über die **Anlagemöglichkeiten** mithilfe von **Sammelgegenständen**

Ziele & Werte

- Vermehrung und **Sicherung des geerbten Vermögens**, zum Teil auch über **nachhaltige Anlagen**
- Weiterentwicklung des **eigenen beruflichen Erfolgs über die Gründung** einer eigenen Unternehmensberatung
- Ausbau der begonnenen **Uhrensammlung** um ein besonderes Exemplar

Anforderungen an Hausbank

- Bedarf nach einer **maßgeschneiderten Planung** ausgelegt auf die eigenen, **langfristigen Ziele**
- Zugang zu **exklusiven Investmentmöglichkeiten** und Finanzprodukten
- **Übernahme operativer Aufgaben** der persönlichen Finanzverwaltung, um Fokus auf andere Themen zu richten

Das wichtigste Ziel von Erika Enkel ist die möglichst sinnstiftende Verwendung ihres Vermögens durch ihre Nachkömmlinge sowie wohltätige Organisationen

Persona: Ältere vermögende Kunden

Kurzportrait



76 Jahre



Geschieden, 2 Kinder,
5 Enkelkinder



Berufsausbildung



Ländliche Region



Interessen:

- Golfspielen
- Ehrenamtliche Tätigkeiten
- Zeit mit Familie und Enkeln

Persönlichkeitsmerkmale



Themen & Finanzprodukte

- Beratung zur **Vererbung des eigenen Vermögens**, sodass den Kindern möglichst viel erhalten bleibt
- Aufbau von Vermögen, welches auch der **Enkelgeneration** zugänglich wird und bei Investitionen unterstützt
- Verwendung eines Teils des Vermögens für **wohltätige Zwecke**

Ziele & Werte

- Planung einer **effizienten Übertragung des aufgebauten Vermögens an die Kinder** und Enkelkinder
- Unterstützung von regionalen **Wohltätigkeitsorganisationen**
- Möglichst langfristig den aktuellen **Lebensstandard aufrecht erhalten**

Anforderungen an Hausbank

- **Individuelle Betreuung** passend für die eigenen, persönlichen Bedürfnisse
- Direkter und **persönlicher Ansprechpartner**, der auch beim **Generationenmanagement** hohe Expertise aufweist
- **Schnelle Unterstützungsleistung** bei digitalen Kanälen und Tools, die für die Finanzverwaltung bereitgestellt werden

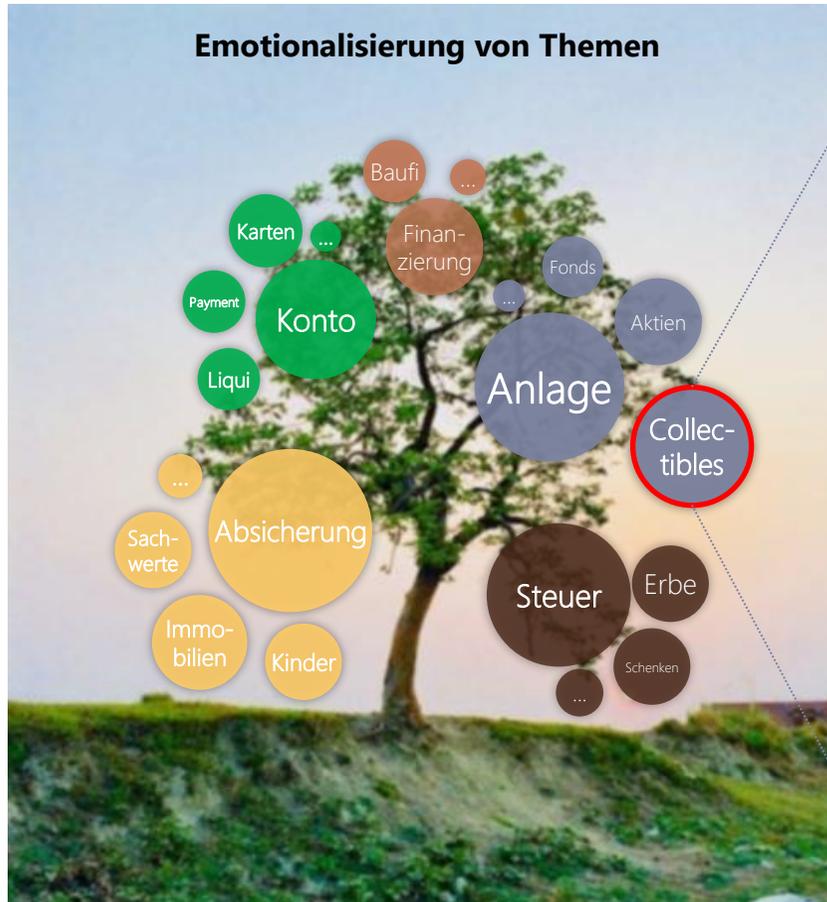
Private-Banking-Kunden haben andere Anforderungen an Bankberater, als dies im Retail Banking der Fall ist

Notwendige Fähigkeiten des Private-Banking-Beraters

	 Glen Geerbt Private Banking	 Erika Enkel Private Banking	 Stefan Standard Retail Banking
Fachliche Fähigkeiten und Beratungsfelder	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hohes Interesse an exklusiven und innovativen Anlageformen ▪ Vermögenserhalt über Diversifizierung ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Steuerliche und erbrechtliche Themen (z.B. Schenkung) von Relevanz ▪ Fokus auf Erhalt und Weitergabe ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liquiditäts- und Finanzierungsthemen stehen im Vordergrund ▪ Kein tiefes Spezialwissen notwendig ▪ ...
 Soft Skills und Emotionalisierung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbau von Vertrauen und Kompetenz wichtig, um Kundenverbindung zu halten ▪ Zugang über Spezialthemen (z.B. Venture Capital, Collectibles) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hohe Empathie und Einfühlungsvermögen im Generationenmanagement ▪ Einbindung Enkelkinder (z.B. über finanzielle Bildung) ▪ Respektvoller Umgang 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kompetente Beratung im Bringgeschäft ▪ Emotionalisierung über Regionalität und Erreichbarkeit aufbauen ▪ ...
Einbindung von Spezialisten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anlagespezialisten (z.B. Private Equity) sowie im ESG-Bereich ▪ Finanzierungsexperten mit Steuerfachwissen bei Immobilienkäufen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spezialisten für das Generationenmanagement (Steuer, Assetklassen, ...) mit aktiver Kontaktaufnahme unter Einbindung der Nachfolgegenerationen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keine Spezialisten notwendig, anlassbezogen können im Verlauf der Kundenbeziehung z.B. Finanzierungsspezialisten abgerufen werden

Vermögende Privatpersonen besitzen häufig teure Sammlungen, Regionalbanken können sich hier mit einem emotionalen Angebot positionieren

Beratungsspektrum von Regionalbanken



1) Personen ab 400.000 Euro Vermögen, da hier deutlich höhere Relevanz

Positionierung mit Collectibles (Sammelgegenständen) als spezielles Anlagesegment für vermögende Privatkunden

4 Mio.
Personen

4 Millionen Menschen bezeichnen sich bzgl. Collectibles als Investoren, bei einem großen Anteil handelt es sich um vermögende Privatpersonen.

77.000
Euro

Der durchschnittliche Wert einer Sammlung von Collectibles bei Personen im Private-Banking-Segment beträgt 76.860 Euro, häufig werden Uhren oder Autos gesammelt.¹



- Regionalbanken können USP aufbauen, indem sie Services (z.B. Verwahrung, Versicherung, Finanzierung) für besondere Sammelgegenstände anbieten
- Hierdurch wird Banking mit haptischen Gegenständen und einem Hobby der Kunden verknüpft
- **USP durch emotionales Angebot**

Insbesondere vermögende Kunden investieren einen nicht unerheblichen Teil ihres Gesamtvermögens in Sammelgegenstände, sogenannte Collectibles

Anteil von Collectibles am Gesamtvermögen

Portfoliozusammensetzung von vermögenden Privatpersonen



Vermögende Privatpersonen

- **Hoher Sammleranteil:** Besonders unter vermögenden Privatpersonen finden sich viele passionierte Sammler (ca. 70%), welche ihre Sammlung auch als Kapitalanlage ansehen
- **Portfoliozusammensetzung:** Anteil am Gesamtvermögen der Sammelgegenstände ist dabei vergleichsweise hoch bei ca. 5% und somit höher als der Anteil an Edelmetallen
- **Vermögende Personen:** Über 2,7 Mio. Personen in Deutschland besitzen im Jahr 2022 mehr als 1 Mio. Euro, 26.800 davon mehr als 30 Mio. Euro und gelten als sog. Ultra-High-Net-Worth Individuals (UHNW)

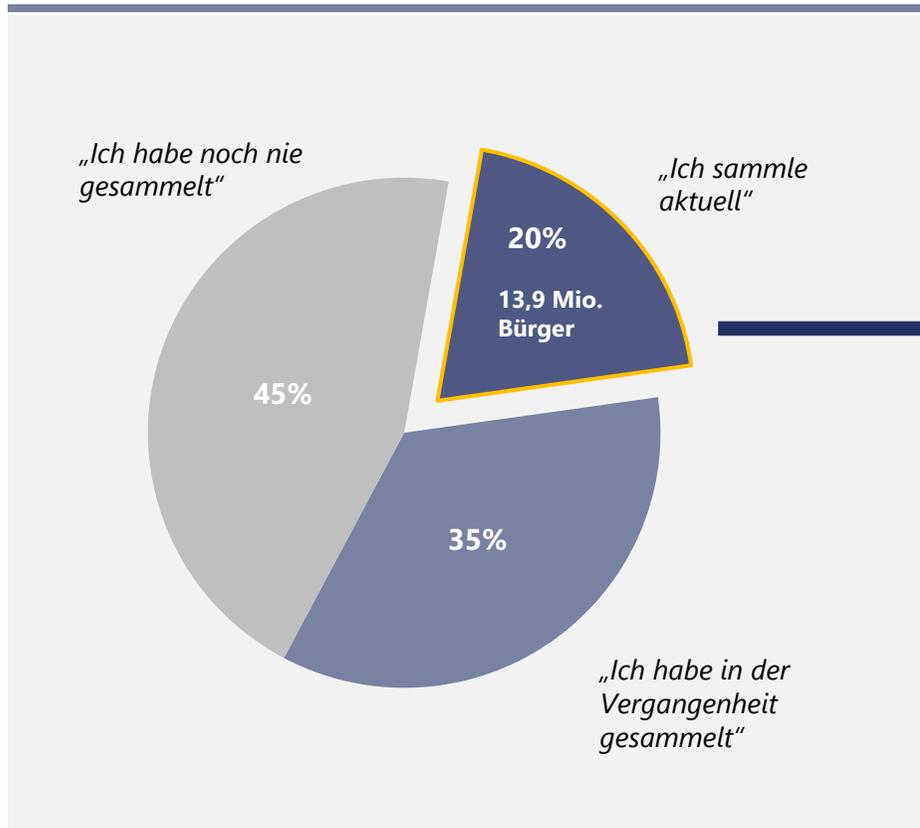
Insbesondere vermögende Privatpersonen besitzen eine hohe Affinität für Sammelgegenstände

Quelle: CFIN, Knight Frank

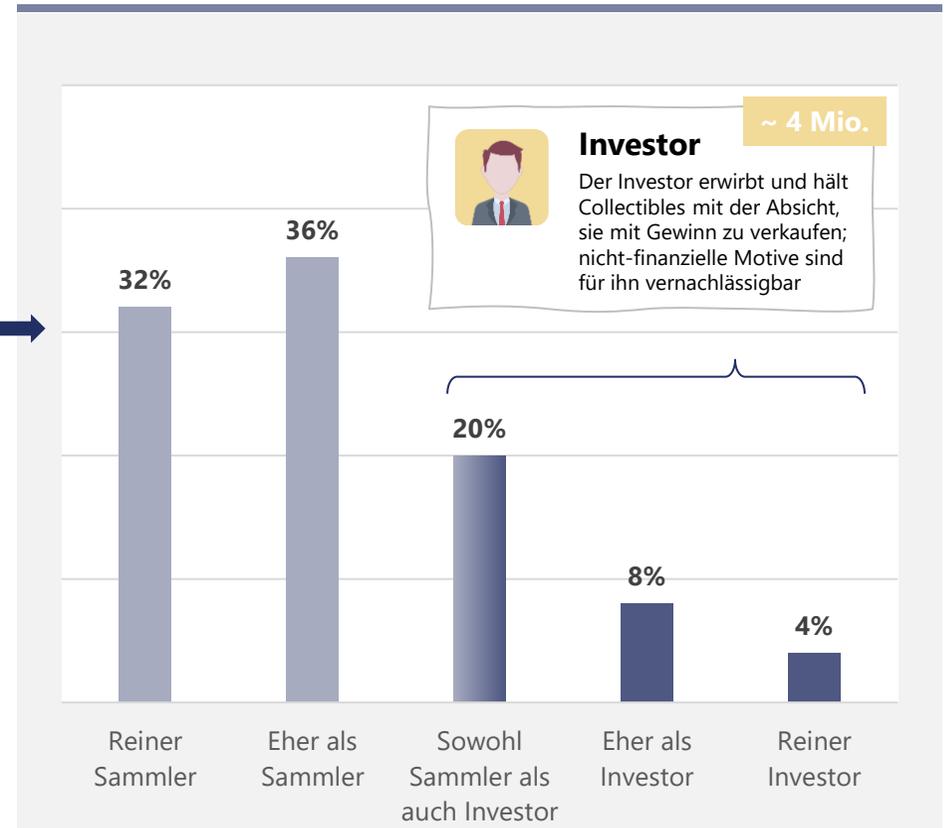
Die Zielgruppe der Investoren liegt in Deutschland bei circa 4 Mio. Personen, darunter finden sich viele vermögende Privatpersonen

Besitzer von Sammelgegenständen in Deutschland

Besitz von Sammelgegenständen



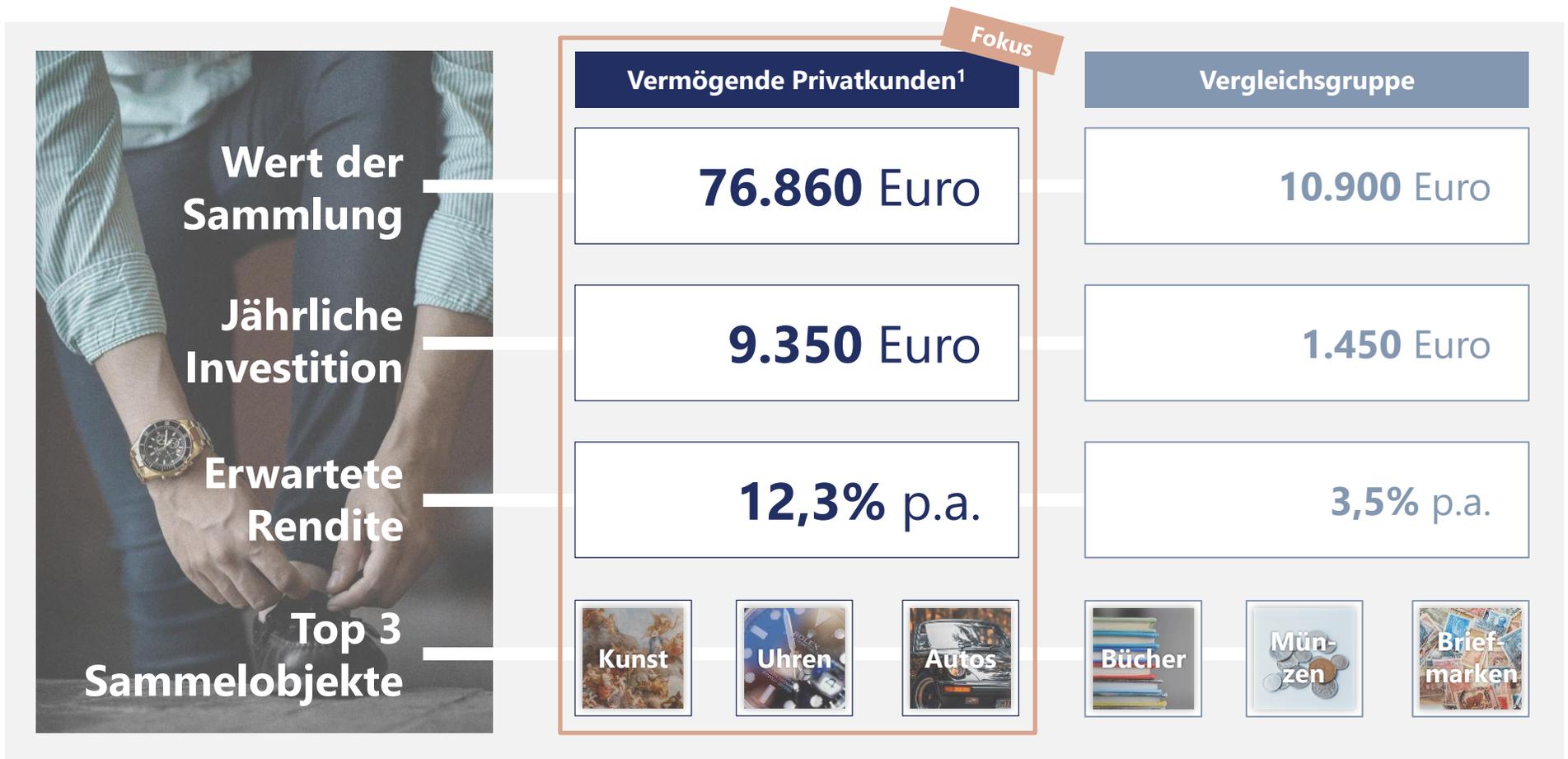
Sammler vs. Investor



Quelle: CFIN

Vermögende Privatpersonen sammeln insbesondere Kunst, Uhren und Oldtimer, welche im Jahr eine durchschnittliche Rendite von ca. 12% erwirtschaften sollen

Vermögende Privatpersonen im Vergleich



Karten mit besonderen Zusatzleistungen (z.B. Lounge-Zugang) sind insbesondere für vermögende Privatkunden von Relevanz

Verstärkung von Emotionalisierung und Haptik durch Karten

Nur Private-Banking-Kunden

89%

... finden Karten mit Zusatzleistungen attraktiv

42%

... sind bereit, hierfür einen Aufpreis zu bezahlen

25%

... ist ein exklusives Kartenmaterial sehr wichtig

Wichtige Kartenbestandteile

Status (z.B. Vielfliegerkarte)

Kartenpreis

Exklusive Angebote (z.B. Rabatte, Upgrades)

DIE PLATINIERTE KARTe

Bei der Karte musste es einfach Platin sein. Mit diesem Edelmetall in der Hand fühlt sich jede Zahlung wie etwas Besonderes an.



Jetzt Vorteile sichern:

Jetzt beantragen

Jetzt beantragen und 100 Euro Startguthaben¹⁾ sichern sowie zusätzlich jährlich 150 Euro Restaurantguthaben²⁾, 120 Euro Entertainmentguthaben³⁾, 200 Euro Online-Reiseguthaben⁴⁾, 200 Euro SIXT ride Fahrguthaben⁵⁾ und 90 Euro Shoppingguthaben⁶⁾ erhalten.

Außen wood, innen good.
Unsere Holzkarte ist ein Symbol für eine neue Haltung zu Geld und Konsum. Du erhältst sie kostenlos zu deinem Zero Konto.

Wood you? →



Emotionalisierung durch Exklusivität

- Warteliste für Kartenausgabe
- Aggressives Marketing
- Mehrwerte

Emotionalisierung durch Erlebnisse

- Zutritt zu Flughafenlounges
- Rabatte bei Reisen
- Bekanntheit der Karte

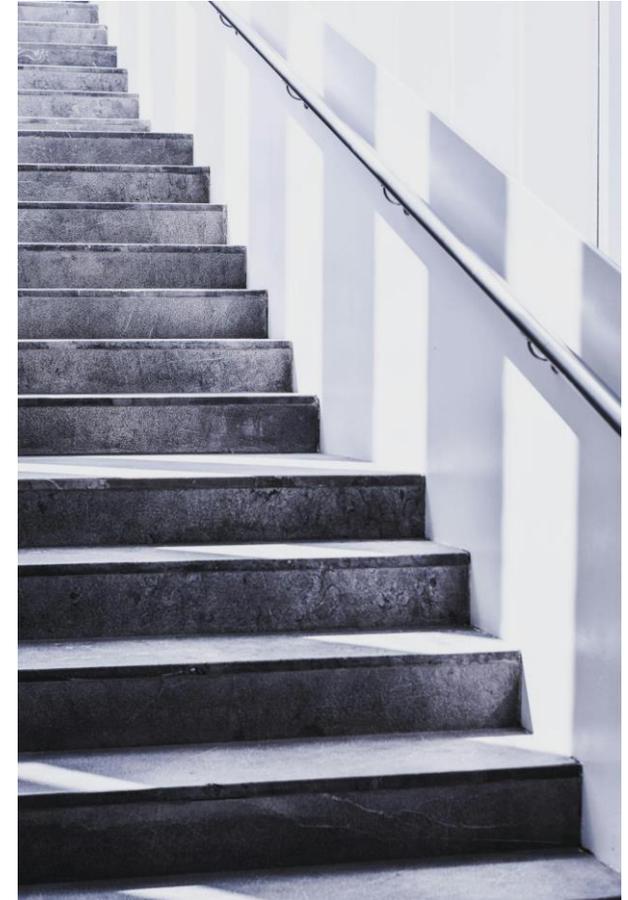
Emotionalisierung durch Werte

- Nachhaltigkeitsfokus
- Kartenmaterial (Holz)
- Passendes Kontomodell

In vier Projektmodulen können Regionalbanken mit Unterstützung durch CFIN ihren Vertrieb im Private Banking optimieren

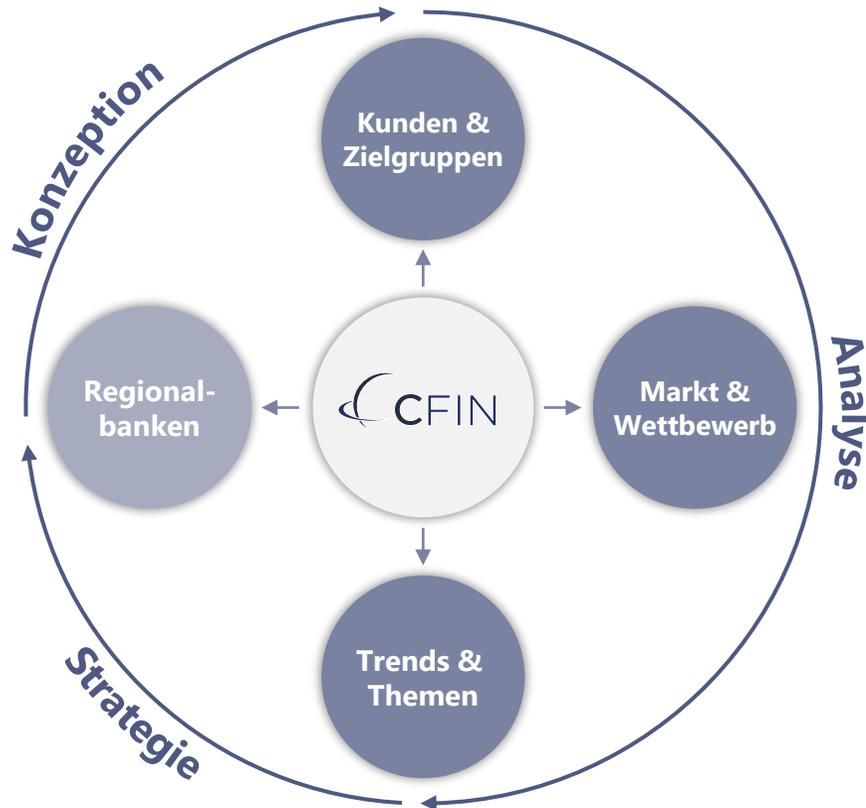
Optimierung Private Banking in Regionalbanken

Modul	Projekthinhalte
Modul 1 Potenzialbewertung im Kundenstamm	<ul style="list-style-type: none">▪ Analyse der Vermögensverteilung im Kundenstamm der Bank zur Evaluierung verschiedener Private-Banking-Segmente▪ Untersuchung verschiedener Daten (z.B. Produkt- und Kanalnutzung) zum Abgleich mit der Gesamtbevölkerung
Modul 2 Regionale Wettbewerbssituation	<ul style="list-style-type: none">▪ Untersuchung regionaler Wettbewerber im Bereich Private Banking▪ Analyse der Auswirkungen weiterer Akteure (Internationals, FinTechs) auf die Kundenschnittstelle der Bank
Modul 3 Standortbestimmung: Benchmarking der Betreuungsleistungen	<ul style="list-style-type: none">▪ Evaluierung der Produkt- und Betreuungsleistungen im Abgleich mit direkten und weiteren Wettbewerbern▪ Durchführung von Expertengesprächen in der Bank zur Aufdeckung von Schwachstellen
Modul 4 Optimierung und Verankerung im Zielsystem	<ul style="list-style-type: none">▪ Erarbeitung eines Konzepts zur Optimierung des Private Bankings in der Bank▪ Unterscheidung in Quick Wins und strategische Handlungsfelder zur nachhaltigen Sicherung der Kundenschnittstelle



Neben einem inhaltlichen Fokus verfügt das CFIN über ein starkes Netzwerk sowie Kenntnisse über Regionalbanken und kann somit als Partner im Bereich der Strategieentwicklung agieren

Markt- und Zielgruppenkenntnis des CFIN



Kunden und Zielgruppen

CFIN verfügt über ein breites Kunden- und Zielgruppenwissen durch jahrelange Studien- und Beratungstätigkeiten, mit einem starken Fokus auf die Anforderungen verschiedener Kundenstammcluster

Markt und Wettbewerb

Breite Knowledge-Base über klassische und neuartige Marktakteure zur Beurteilung von Chancen und Risiken sowie deren Einfluss auf die Kundenschnittstelle von Regionalbanken

Trends und Themenfelder

Aktuellster Überblick über bank- und finanz-technische Trends und Themenfelder sowie deren Einfluss auf verschiedene Zielgruppen sowie die Positionierung von Banken

Regionalbanken

CFIN verfügt über langjährige Forschungs- und Beratungserfahrungen im Regionalbankensektor sowie eine hohe Kenntnis über die Rahmenbedingungen und Eigenschaften

