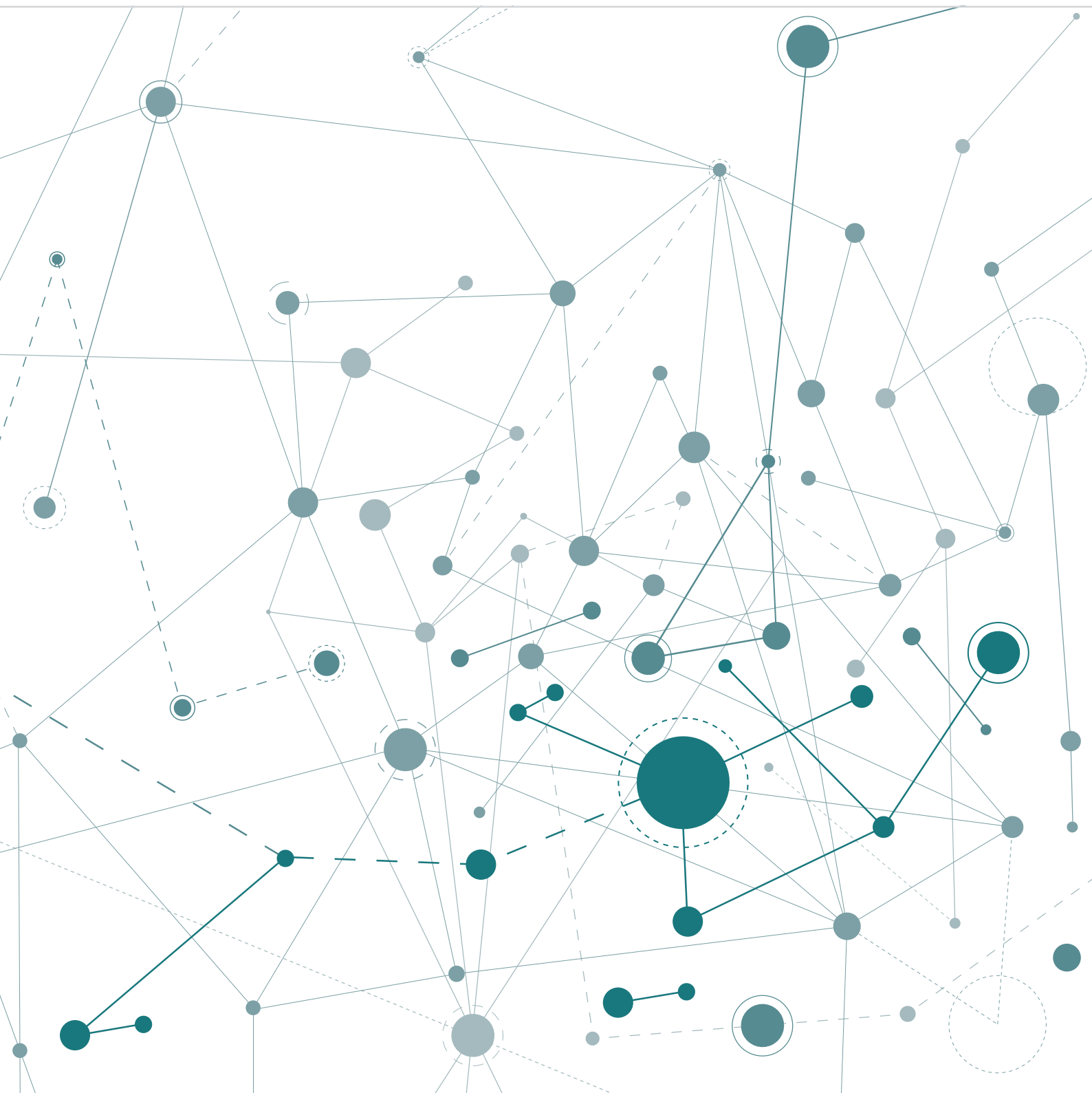


LGT Private Banking Report 2018

Wichtigste Ergebnisse

Prof. Dr. Teodoro D. Cocca, Institut für betriebliche Finanzwirtschaft, Johannes Kepler Universität Linz
Im Auftrag der LGT



LGT Private Banking Report 2018

Eine Untersuchung des Anlageverhaltens von vermögenden Privatpersonen in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Im Auftrag von



**Private
Banking**

Impressum

Herausgeber

LGT Group Foundation, Vaduz, www.lgt.com

Autor

Prof. Dr. Teodoro D. Cocca, Institut für betriebliche Finanzwirtschaft, Johannes Kepler Universität Linz, www.ibfw.jku.at

Methodische Beratung, Datenauswertung und Feldleitung

Jörg Schneider, js_studien+analysen, Zürich, js@js-studien-analysen.ch

Layout

LGT Marketing & Communications, Vaduz

Druck

BVD Druck+Verlag AG, Schaan
Auflage 300 Ex.

© LGT und Prof. Dr. Teodoro D. Cocca

Vermögende Kunden im Spannungsfeld von Märkten, Regulierung und Digitalisierung

Im Auftrag der LGT führte die Abteilung für Asset Management der Johannes Kepler Universität Linz zum fünften Mal eine Untersuchung des Anlageverhaltens von Private-Banking-Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz durch. Dazu wurde im Frühjahr 2018 eine repräsentative Anzahl vermögender Anleger befragt (in der Schweiz 156, in Österreich 104 und in Deutschland 100 Personen).

Die Befragung erlaubt sowohl die vertiefte Analyse der Verhaltensmuster von Private-Banking-Kunden zu einem bestimmten Zeitpunkt als auch einen Zeitvergleich über die Periode von 2010 bis 2018. Der aktuelle Börsenzyklus, welcher im Jahr 2009 mit dem Tiefpunkt der Finanzkrise seinen Anfang nahm, lässt sich so über die gesamte Zeitspanne gut verfolgen.

Obwohl sich die Märkte gerade in den letzten beiden Jahren positiv entwickelt haben, gibt es keine Anzeichen für eine euphorische Einstellung der befragten Private-Banking-Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Die durchschnittliche Vermögensallokation hat sich im Vergleich zu 2016 nicht wesentlich verändert. Die Aktienquote, die als Indikator für die Risikofreude der Anleger gelten kann, ist praktisch konstant geblieben.

Die subjektive Wahrnehmung des Risikos verschiedener Anlageklassen durch die Befragten unterliegt ebenfalls zyklischen Schwankungen und wird durch Marktereignisse sowie eigene Erfahrungen beeinflusst. Aber wie bei der Vermögensallokation zeigen sich auch hier im Vergleich zu 2016 praktisch keine Veränderungen. Insbesondere die Beurteilung des Risikos von Aktien ist konstant. Lediglich das subjektive Risiko von Anleihen wird etwas höher beurteilt. Dies ist insofern bemerkenswert, da Aktien nach der klassischen Einstufung als risikoreiches und Anleihen als eher risikoarmes Investment gesehen werden. Die Angst vor Preiskorrekturen bei Anleihen angesichts des möglichen Endes der Tiefzinsphase könnte in dieser Beurteilung eine Rolle spielen.

Heimische Aktien beliebt

In vielen Studien zeigt sich eine starke «Heimmarktorientierung» der Anleger. Damit gemeint ist die Neigung von Anlegern, ihr Geld eher in Aktien heimischer Unternehmen zu investieren. Die in der vorliegenden Studie befragten Private-Banking-Kunden machen hier keine Ausnahme: Auch sie halten überproportional Aktien heimischer Unternehmen und stufen die Risiken dieser Titel systematisch tiefer ein als die von ausländischen Aktien. Diese Heimmarktorientierung ist in allen Befragtengruppen hoch – unabhängig davon, ob sich ein Anleger vorwiegend durch seinen Bankberater beraten lässt oder ob er seine Anlageentscheidungen eher allein trifft. Bei Befragten, die sich vor allem auf ihren Berater abstützen, müsste man eigentlich erwarten, dass ihr Portfolio eine breitere geografische Diversifikation aufweist – dies ist aber nicht der Fall. Obwohl eine breite Diversifikation erwiesenermaßen ein wichtiger Faktor für den Anlageerfolg ist, tendieren die Kunden dazu, «alle Eier in den gleichen Korb zu legen» und sich auf die bekannteren und vermeintlich besser überwachbaren Aktientitel in der geografischen Umgebung zu fokussieren.

Generell lässt sich feststellen, dass auch eine breite Diversifikation über verschiedene Anlageklassen hinweg weiterhin nicht angestrebt wird beziehungsweise nach wie vor nicht erfolgt. Insbesondere Anlageklassen wie Fonds, Derivate oder Rohstoffe fristen ein Schattendasein. Hedge-Fonds und Private Equity werden als sehr risikoreich eingestuft – ähnlich wie die Aktien ausländischer Unternehmen.

Für die Vermögensallokation ergibt sich deshalb ein klares Gesamtbild: Die grosse Mehrheit der Anleger beschränkt sich weiterhin auf die drei klassischen Anlageklassen Cash, Aktien und Anleihen. Im Vergleich zu 2016 ist der Diversifikationsgrad bei einem grossen Teil der Portfolios sogar leicht zurückgegangen. Gerade diejenigen Befragten, die sich selbst als besonders risikoavers einstufen, sind vergleichsweise noch schlechter diversifiziert als diejenigen, die sich als risikofreudig einstufen. Der risikomindernde Effekt einer Portfoliodiversifikation, der dadurch entsteht, dass Renditen verschiedener Anlageklassen sich nicht im Gleichschritt bewegen und sich deshalb ausgleichen können, wird anscheinend kaum berücksichtigt.

Zumindest lässt sich hier aber ein positiver Beratungseffekt nachweisen: Anleger, die ihre Anlageentscheidungen zusammen mit dem Berater treffen, streuen ihre Anlagen besser über die verschiedenen Anlageklassen als Anleger, die vorwiegend selbstständig entscheiden.

Vorsichtige Anleger

Die gute Verfassung der Märkte in den letzten Jahren hat zwar bei den Anlegern nicht zu Euphorie geführt, trotzdem zeigen sich Spuren in den Einstellungen und Ansichten. So ist beispielsweise ein bedeutender Teil der Befragten der Auffassung, dass es in der gegenwärtigen Marktsituation keine Alternativen zu Aktien gibt. Im Vergleich zu 2016 hat sich der Anteil derjenigen, welche diese Meinung vertreten, erhöht. Gleichzeitig erachten aber auch viele Befragten Aktien gegenwärtig als zu hoch bewertet. Die Anleger sehen sich aktuell anscheinend einem inneren Spannungsfeld ausgesetzt und sind entsprechend vorsichtig. Dies zeigt sich auch daran, dass die Bereitschaft, künftige Cash-Positionen abzubauen und zu investieren, gering ist. Im aktuellen Anlagezyklus scheinen die Private-Banking-Kunden ihr Anlageverhalten nicht der Marktstimmung anzupassen.

Risikoeinstellung dominiert

Ob sich Private-Banking-Kunden selbst als risikofreudig oder risikoscheu einschätzen, hat einen grossen Einfluss auf ihre Präferenzen und ihr Anlageverhalten. Dies belegen die erhobenen Daten eindrücklich. Beispielsweise besteht ein starker Zusammenhang zwischen der individuellen Risikoneigung und der Vermögensallokation.

Risikofreudige Befragte halten geringere Cash- und Anleihen-, aber höhere Aktienpositionen. Auch zahlreiche weitere Verhaltensunterschiede lassen sich durch die individuelle Risikoneigung gut erklären. Dass Banken der Risikoeinstellung der Kunden im Anlageprozess besondere Aufmerksamkeit schenken, ist deshalb mehr als gerechtfertigt.

Die Daten zeigen aber auch, dass die Risikoeinstellung der Kunden offensichtlich nicht immer mit der Portfoliozusammensetzung im Einklang steht. Bei rund der Hälfte der Befragten besteht ein offensichtlicher «Mismatch» zwischen der individuellen Risikoneigung und dem subjektiv wahrgenommenen Risiko des eigenen Portfolios. In der Theorie wie auch in der Praxis müsste ein risikoaverser Investor auch ein risikoarmes Portfolio aufweisen, beziehungsweise ein risikofreudiger ein risikoreiches Portfolio. Es müsste also einen «Match» zwischen Portfoliorisiko und Risikoneigung geben. In der Stichprobe befinden sich aber häufig risikoaverse Kunden mit einem risikoreichen Portfolio und umgekehrt. Hier scheint die Risikoeinstufung des Kunden im Beratungsprozess nicht optimal zu funktionieren.

Der Mismatch kann aber auch auf die unterschiedliche Empfindung von Risiken durch den Berater beziehungsweise durch den Kunden zurückzuführen sein. Vielleicht stuft der Kundenberater das Risiko von Anleihen – aufgrund seiner klassischen Finanzausbildung – als eher niedrig ein, während der Kunde eine ganz andere Wahrnehmung hat. Diesen subjektiven Unterschieden in der Einschätzung von Risiken ist deshalb vermehrt Beachtung zu schenken. Positiv ist zumindest, dass sich der Anteil der Mismatches im Vergleich zur Studie von 2016 deutlich reduziert hat – insbesondere bei der Gruppe der risikoaversen Kunden.

Kann man den Markt schlagen?

Inwieweit es möglich ist, an der Börse Überrenditen zu erzielen, ohne zusätzliche Risiken einzugehen, ist eine Frage, die seit Jahrzehnten in Theorie und Praxis kontrovers diskutiert wird. Wie sehen das die Anleger selbst?

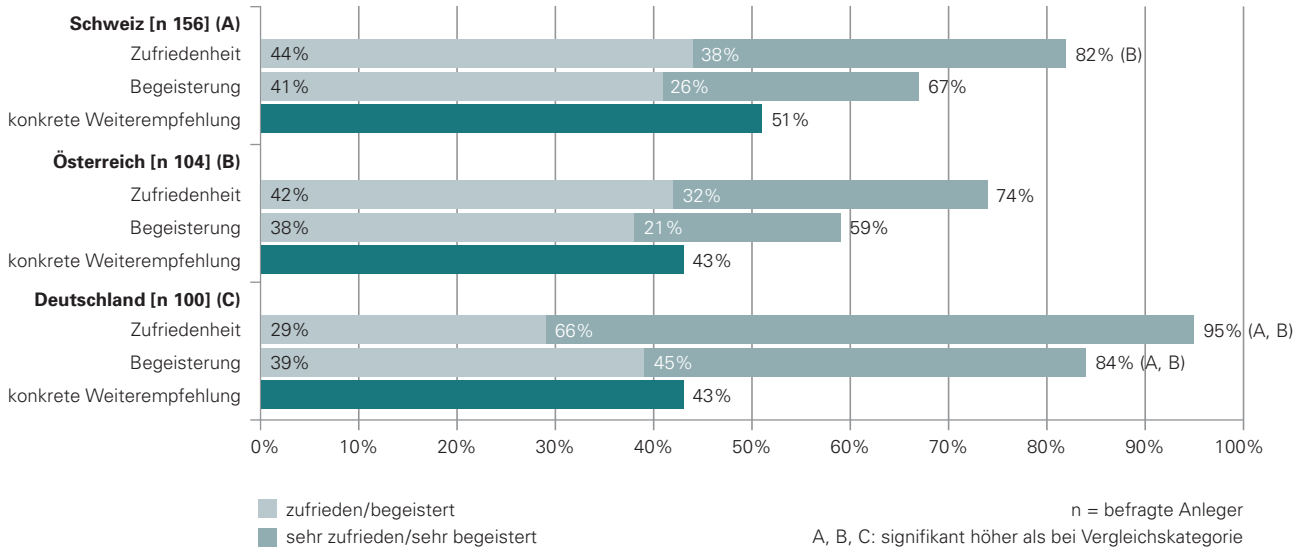
Im Ländervergleich zeigen sich hier grosse Unterschiede. Während die Befragten in der Schweiz und in Österreich an die Markteffizienz glauben und der Meinung sind, dass es nicht möglich ist, «den Markt zu schlagen», glauben die Deutschen eher nicht an die Effizienz der Märkte. Vor allem Kunden von Privatbanken (und in geringerem Ausmass von Grossbanken) sind der Meinung, dass sich eine Mehrrendite gegenüber dem Benchmark erzielen lässt («nicht effizienter Markt»). Auch risikofreudige Kunden und Befragte, die vor allem einen Vermögenszuwachs anstreben, glauben nicht so sehr an effiziente Märkte und gehen deshalb davon aus, dass Überrenditen ohne zusätzliche Risiken möglich sind.

Zufriedene, aber kritische Kunden

Die Zufriedenheit der Private-Banking-Kunden mit ihrer Hauptbank kann als gut bis sehr gut bezeichnet werden (vgl. Abbildung 1). Hierzu tragen die guten Marktrenditen und die bereits erwähnte gute Börsenstimmung der jüngeren Vergangenheit bei. Gegenüber der Befragung von 2016 sind die Zufriedenheits- und Begeisterungswerte für alle drei Länder im Wesentlichen unverändert. Auch die für das Private Banking sehr wichtige Weiterempfehlungsrate weist grundsätzlich hohe und im Zeitverlauf konstante Werte auf.

Abbildung 1: Zufriedenheit, Begeisterung und Weiterempfehlung (Ländervergleich)

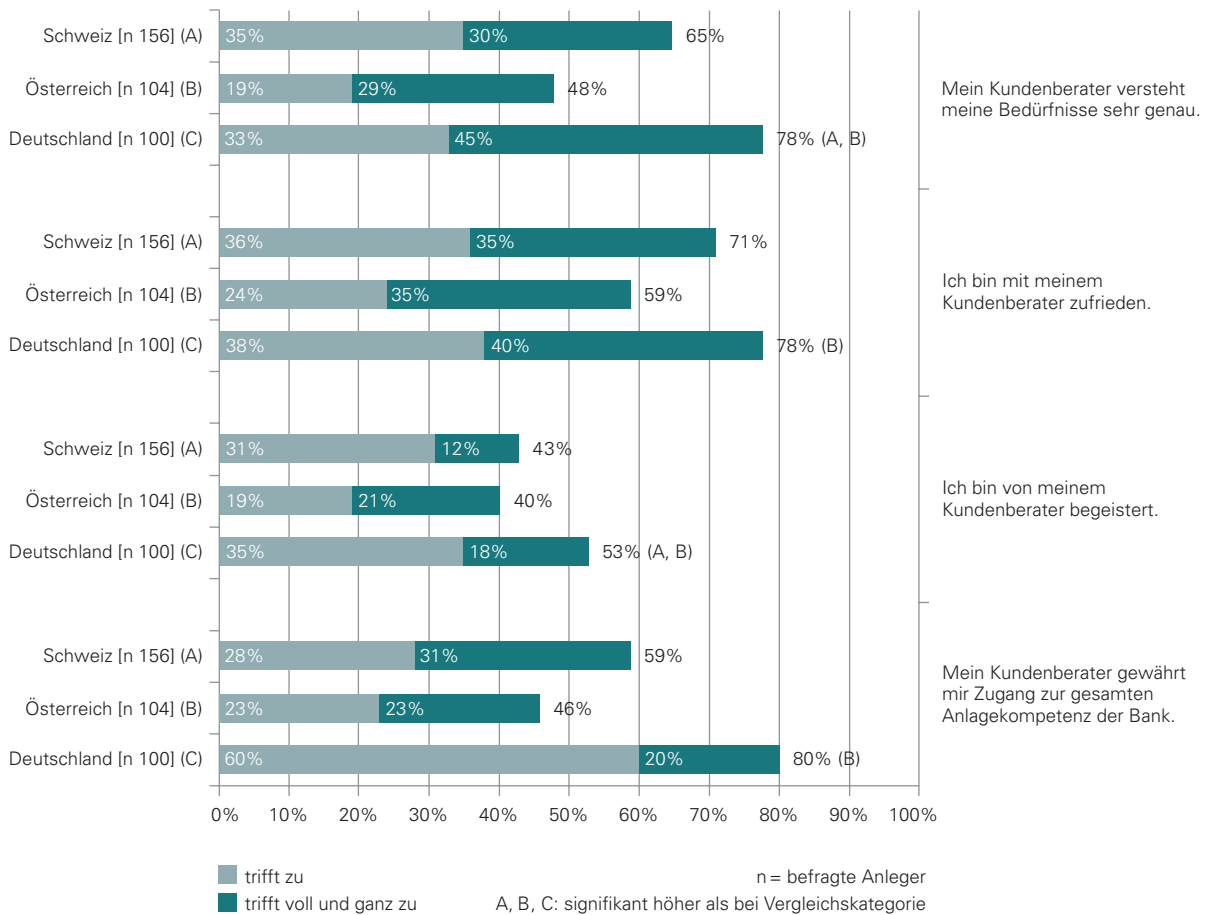
Das generelle Zufriedenheitsniveau mit der Hauptbank inkludiert jeweils die Antworten «zufrieden» bis «sehr zufrieden»; bei der Begeisterung werden die Antworten «begeistert» und «sehr begeistert» zusammengefasst. Um nicht nur das Stimmungsbild abzufragen, sondern dieses anhand konkreter Handlungen zu validieren, wurde auch die konkrete Weiterempfehlung der Hauptbank abgefragt.



Bezieht man die Frage nach der Zufriedenheit nicht auf die Bank, sondern auf den jeweiligen Berater, ergibt sich ein ähnlich positives Bild – mit geringen Einschränkungen. Obwohl weniger als die Hälfte der Private-Banking-Kunden von ihrem Kundenberater begeistert ist, fällt dessen Beurteilung gesamthaft gut aus. Hohe Zustimmungswerte weisen insbesondere die Aspekte «Bedürfnisverständnis» und «Zugang zu Anlagekompetenz» auf (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Beurteilungen des Kundenberaters (Ländervergleich)

Signifikante Unterschiede bei der Beurteilung des Kundenberaters sind vor allem zwischen Österreich und Deutschland zu beobachten. So beurteilen die österreichischen Befragten ihren Kundenberater hinsichtlich «Bedürfnisverständnis» und «Zugang zu Anlagekompetenz» jeweils signifikant schlechter, was sich auch in signifikant tieferen Zufriedenheits- und Begeisterungswerten ausdrückt.



Dennoch scheint sich ein latentes Unzufriedenheitspotenzial hinter diesen Daten zu verbergen. Wenn mehr als ein Viertel der Kunden mit der Bank, dem Kundenberater oder beidem unzufrieden ist, besteht ein substanzielles Abwanderungsrisiko. Eine gewisse Skepsis zeigt sich auch darin, dass rund zwei Drittel der Befragten der Meinung sind, dass Banken vor allem auf sich selbst und nicht auf die Interessen der Kunden ausgerichtet seien. Diese Wahrnehmung, ob gerechtfertigt oder nicht, ist relevant und sollte von den Finanzinstituten aufgegriffen werden.

Trotz dieser teils kritischen Bewertungen lässt sich – wie schon 2016 – keine weitere Abkehr vom Berater erkennen: Dieser Trend, der unmittelbar nach der Finanzkrise zwischen 2009 und 2013 beobachtet werden konnte, scheint sich zumindest in der Schweiz und Deutschland nicht weiter zu akzentuieren. Unabhängige Kunden, die ihre Entscheidungen selbst treffen, bleiben weiterhin ein relevantes Segment. Dennoch scheint die Mehrheit der Kunden, entgegen verschiedenen Prognosen, auch nach der Finanzkrise nicht selbstständiger agieren zu wollen, sondern wünscht sich in Zukunft sogar mehr persönliche Beratung. Nur ein kleiner Anteil der Befragten überlegt, ob ein Kundenberater in Zukunft überhaupt noch benötigt wird. Die Kunden, die Anlageentscheidungen weiterhin immer in Absprache mit dem Kundenberater treffen möchten, bleiben in der Mehrheit. Explizit wünschen sich die Kunden vor allem mehr persönliche Beratungsgespräche – im Zeitalter der Digitalisierung mag dies erstaunen –, letztlich aber beschreibt dies wohl treffend das Kundensegment des Private Banking. Die durchschnittlich rund 16 Kontakte im Jahr mit der Bank – wovon in der Schweiz rund zwei, in Österreich drei und in Deutschland vier der Kontakte persönliche Gespräche sind – scheinen den Kunden zu wenig zu sein.

Was ist wichtiger: Bank oder Berater?

Ein enger persönlicher Kontakt ist für die Kundenbindung zentral. Gestärkt wird die Bindung an den Berater beziehungsweise die Bank insbesondere dann, wenn ein Kunde bei gutem Preis-Leistungs-Verhältnis eine überdurchschnittliche Rendite erzielt. In allen drei Ländern gilt zudem, dass für die Kundenbindung letztlich die Bindung an die Bank wichtiger ist als die Bindung an den Berater.

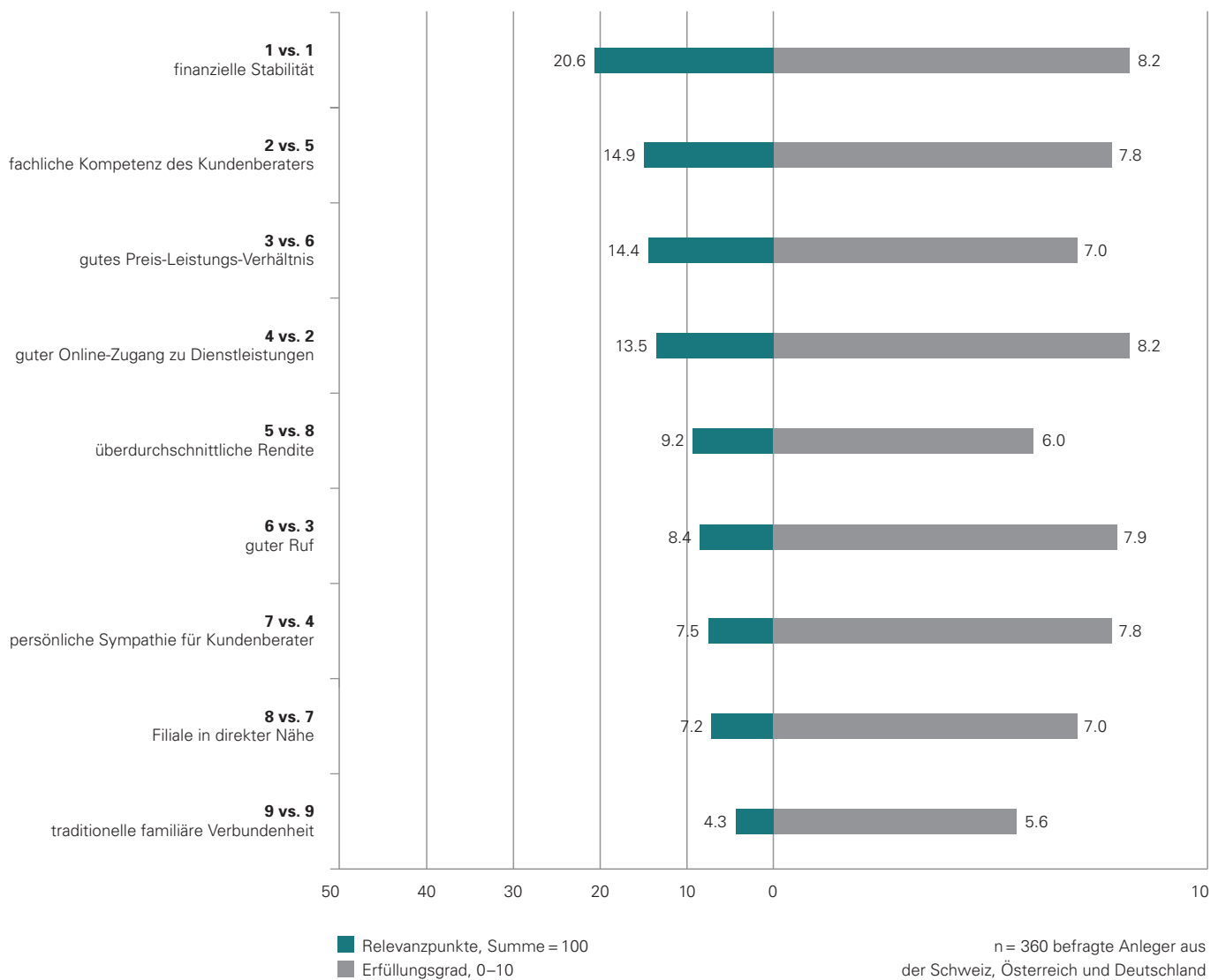
Aus Kundensicht ist die finanzielle Stabilität einer Bank das relevanteste Merkmal bei der Wahl einer Hauptbank für Vermögensfragen (vgl. Abbildung 3). Filialen in direkter Nähe scheinen nicht besonders wichtig zu sein, stattdessen wird dem Online-Zugang zu Bankdienstleistungen eine höhere Bedeutung beigemessen. Hierin zeigt sich die Bedeutung der technologischen Entwicklung zumindest ansatzweise.

Um eine stärkere Kundenbindung zu erreichen, gilt es aus Bankensicht, die Interaktions- und Leistungsdimensionen zu erhalten und zu stärken, welche von Kunden als besonders relevant erachtet werden.

Abbildung 3: Bankmerkmale – Relevanzranking und Erfüllungsgrad

Die Befragten wurden aufgefordert, 100 Punkte auf verschiedene Bankmerkmale aufzuteilen, um ihre persönliche Präferenz auszudrücken (eine hohe Punktzahl entspricht einer hohen Relevanz des entsprechenden Merkmals). Auf der rechten Seite der Abbildung erfolgt die Gegenüberstellung der Merkmalsrelevanz mit dem Erfüllungsgrad des jeweiligen Kriteriums aus Sicht der Befragten (auf einer Skala von 0 bis 10).

Rangierung: Relevanz vs. Erfüllung



Anpassung an neue Rahmenbedingungen

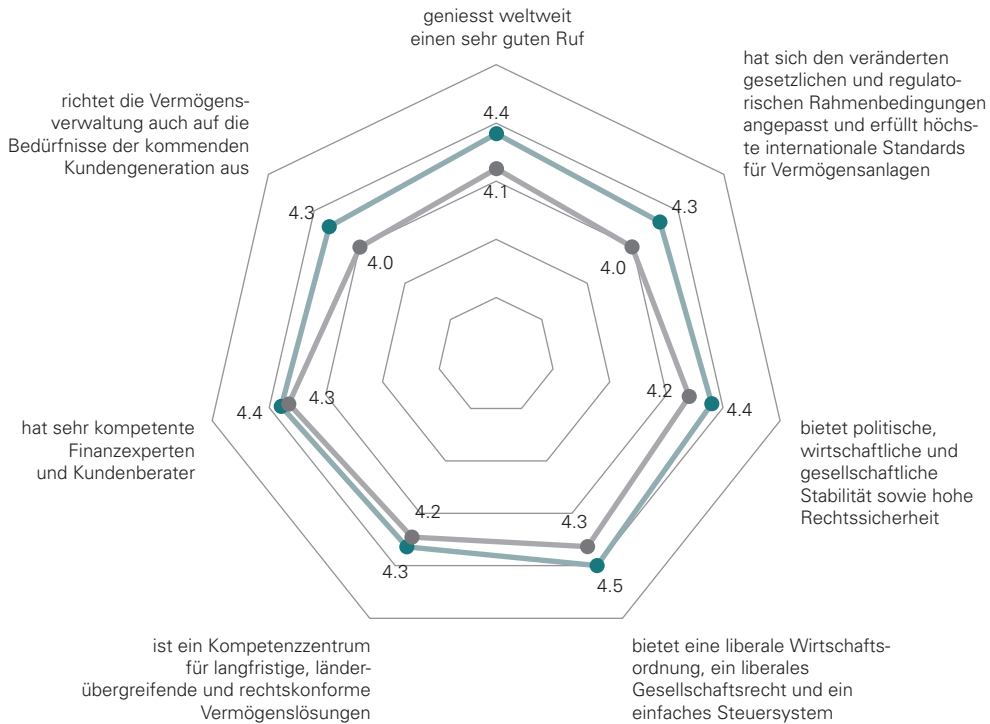
Die Erhöhung des Anlegerschutzes sowie die strengere Bankenregulierung im Nachgang der Finanzkrise haben sich in den vergangenen Jahren stark auf das Kundengeschäft ausgewirkt. Auch die rechtlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen im grenzüberschreitenden Private Banking haben sich stark gewandelt und ein neues Umfeld geschaffen – prägende Stichworte sind hierbei die Aufweichung des Bankgeheimnisses oder auch der Automatische Informationsaustausch (AIA). Während diese Themen von Fachleuten intensiv diskutiert werden, wird die Meinung der Kunden hierzu kaum systematisch erfasst.

Die Daten der vorliegenden Untersuchung erlauben diesbezüglich gewisse Tendenzaussagen: Private-Banking-Kunden betrachten die vermeintliche Erhöhung des Anlegerschutzes durch die strengere Regulierung grundsätzlich mit gemischten Gefühlen. Besonders im Ländervergleich zeigen sich deutliche Unterschiede: Während sich die meisten deutschen Befragten besser geschützt fühlen, trifft dies nur auf die Hälfte der Schweizer und einen Bruchteil der österreichischen Befragten zu. Die Schweizer sehen die mit der Regulierung verbundene Zunahme der Bürokratie besonders kritisch – die deutschen Befragten wünschen sich hingegen mehr Regulierung.

Durch die Bewertung verschiedener Finanzplätze erlaubt die Untersuchung überdies Rückschlüsse darauf, welche Merkmale im grenzüberschreitenden Private Banking heute relevant sind. Es bestätigt sich die These, dass aufgrund der Angleichung der regulatorischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen der Wettbewerb zwischen den Finanzplätzen nun vermehrt auf der Ebene von Dienstleistungs- und Kompetenzunterschieden stattfindet. Als weitere Bestätigung der Transformation der Finanzbranche kann die «Anpassung an die veränderten Rahmenbedingungen» gesehen werden, welche die deutschen Befragten sowohl dem Schweizer als auch dem liechtensteinischen Finanzplatz attestieren (vgl. Abbildung 4). Gerade jüngere Befragte scheinen aber auch unter den neuen Rahmenbedingungen eine hohe Bereitschaft zu zeigen, Geld in benachbarten ausländischen Finanzplätzen anzulegen – eine für diese Finanzplätze höchst relevante Feststellung.

Abbildung 4: Vergleichende Bewertung der Finanzplätze Schweiz und Liechtenstein (deutsche Befragte)

Die deutschen Befragten wurden eingeladen, die Finanzplätze Schweiz und Liechtenstein entlang verschiedener Dimensionen auf einer Skala von 1 (passt nicht gut zum Finanzplatz) bis 5 (passt sehr gut zum Finanzplatz) zu bewerten. Dargestellt wird der Skalenbereich 2.5 bis 5.



- Finanzplatz: Schweiz
- Finanzplatz: Liechtenstein

n = 100 befragte Anleger in Deutschland

Bewertungsskala

1 = passt nicht gut zum Finanzplatz bis 5 = passt sehr gut zum Finanzplatz, dargestellter Skalenbereich 2.5 bis 5

Frauen überzeugter von Nachhaltigkeit

Der Begriff der «Nachhaltigkeit» oder der «nachhaltigen Anlagen» erfährt unter Anlegern zunehmende Popularität, bleibt aber teilweise noch unscharf. Allgemein kann der Begriff der Nachhaltigkeit in ökologische, soziale und ethische Aspekte unterteilt werden. Besonders die Berücksichtigung dieser Aspekte bei Anlageentscheidungen ist von Interesse.

Im Ländervergleich dieser Erhebung zeigen sich dabei durchaus signifikante Unterschiede. Besonders deutsche Befragte zeigen eine hohe Affinität zur Thematik und geben signifikant häufiger an, Nachhaltigkeitskriterien bei Anlageentscheidungen tatsächlich berücksichtigt zu haben.

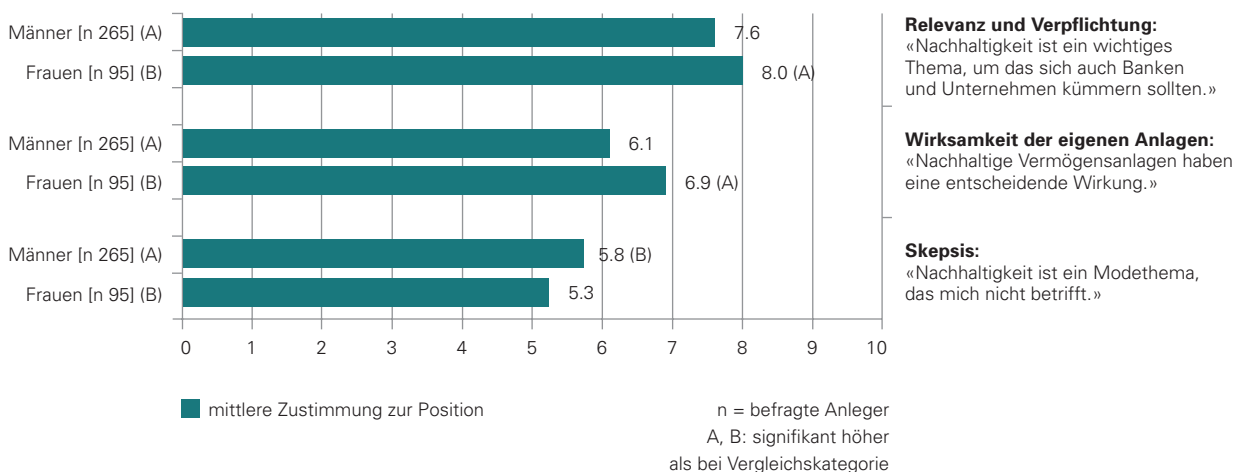
Bei der persönlichen Einstellung der Befragten zum Thema Nachhaltigkeit zeigen sich einige klare Überzeugungen: Am häufigsten vertreten wird die Ansicht, dass Nachhaltigkeit als wichtiges Thema zu betrachten sei, um das sich auch Banken und Unternehmen kümmern sollten.

Im Gendervergleich zeigt sich, dass Frauen signifikant häufiger die Ansicht vertreten, dass nachhaltige Vermögensanlagen eine entscheidende Wirkung haben (vgl. Abbildung 5). Dagegen erscheint Männern Nachhaltigkeit häufiger als ein Modethema, das zu viel Aufmerksamkeit erfährt und von Unternehmen nur genutzt wird, um sich ein besseres Image zu geben. Die Verantwortung wird nicht bei einem selbst, sondern auf Ebene der Politik gesehen.

Die Studienresultate unterstreichen, dass nachhaltige Investments stärker ins Bewusstsein der Anleger rücken. Eine klarere Abgrenzung der Begrifflichkeiten und die Erfassung konkreter Nachhaltigkeitskriterien könnten dabei helfen, die Attraktivität nachhaltiger Anlagen zu erhöhen, damit diese künftig zu einem festen Bestandteil der Geldanlage werden.

Abbildung 5: Positionen zum Thema Nachhaltigkeit (Vergleich nach Geschlechtern)

Verschiedene Aussagen zum Thema Nachhaltigkeit lassen sich anhand einer Faktorenanalyse eindeutig zu drei Dimensionen gruppieren, die grundlegende Positionen gegenüber dem Thema abbilden. Die erste Position umfasst Einstellungen, die sich als «Relevanz und Verpflichtung» bezeichnen lassen. Die zweite Position bündelt Auffassungen, welche die «Wirksamkeit der eigenen Anlagen» betonen. Die dritte Position «Skepsis» fasst Aussagen zusammen, welche die Relevanz des Themas und die eigene Verantwortung infrage stellen.



Digitalisierung schreitet voran

Im Umgang mit neuen technologischen Möglichkeiten zeigt sich eine dynamisch voranschreitende Entwicklung. Der vor zwei Jahren festgestellte Gender- und Generationenunterschied scheint sich bereits weitgehend aufzulösen. Allerdings nur bei den mittlerweile als Standard geltenden Online-Angeboten, wie zum Beispiel dem Bezahlen von Rechnungen.

Die inzwischen breite Nutzung von Online-Lösungen bestätigt das Bedürfnis einer deutlichen Mehrheit der Private-Banking-Kunden nach «Convenience» sowie zeit- und ortsunabhängiger Interaktion mit der Bank. Die jederzeitige und ubiquitäre Möglichkeit, sich einen Überblick über die eigenen Vermögensanlagen verschaffen zu können, ist rund der Hälfte der Befragten wichtig. Dies ist allerdings keineswegs als Absage an die Beratung durch einen Kundenberater zu betrachten, ganz im Gegenteil: Die erhobenen Daten unterstreichen klar, dass die Mehrheit der Private-Banking-Kunden weiterhin der persönlichen Beratung durch einen Kundenberater eine hohe Relevanz und Bedeutung beimisst.

Disruptive Kunden als Gefahr

Eine rapide kleiner werdende Kundengruppe, die auf alle technologischen oder digitalen Kanäle verzichtet («Digital Deniers»), steht einem grösser werdenden Anteil an Kunden gegenüber, der eine hohe Technologieaffinität aufweist. Letzterer Kundengruppe wird in den Führungsetagen von Banken aus strategischen Überlegungen aktuell viel Aufmerksamkeit gewidmet.

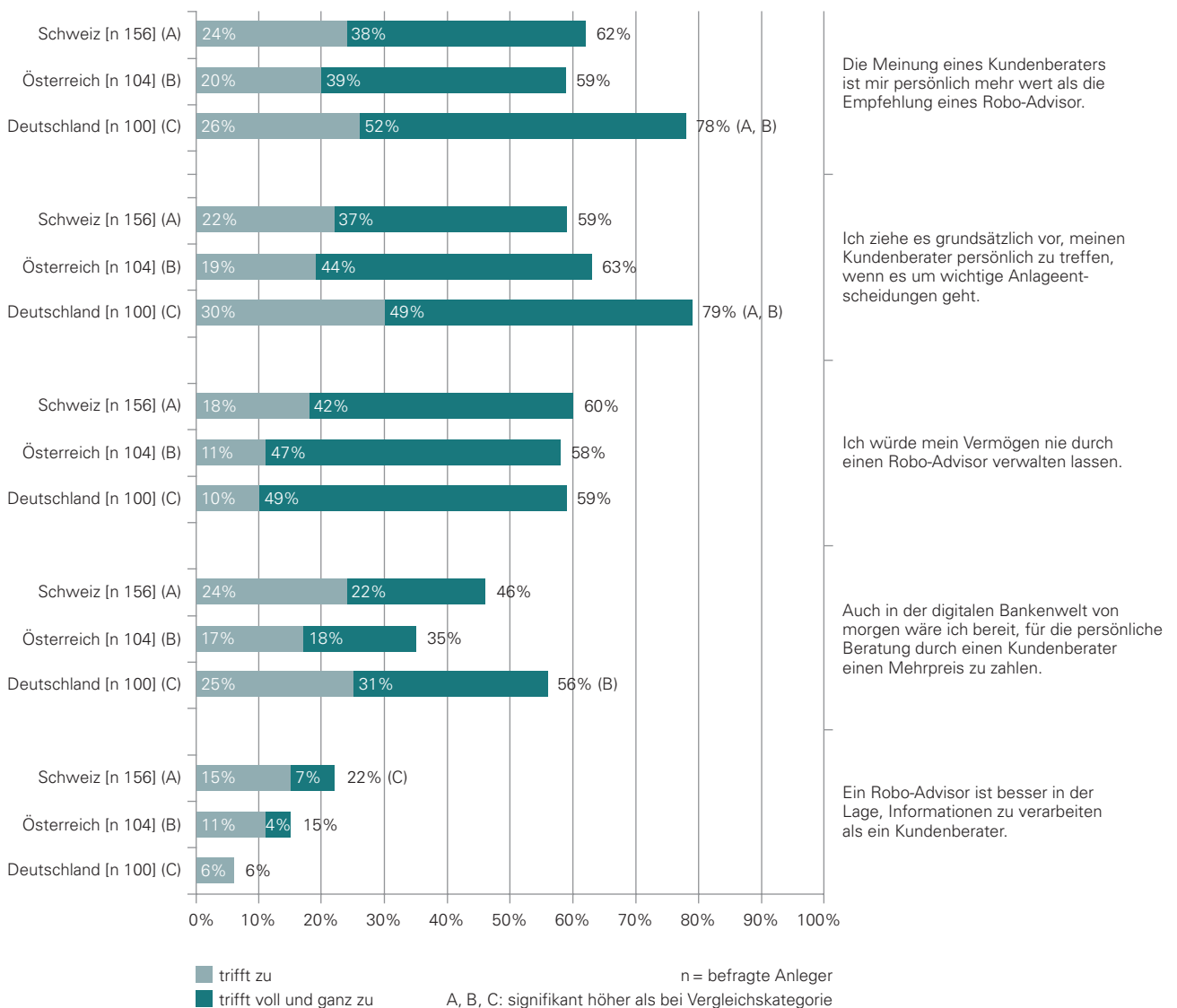
Ein genauerer Blick auf die verschiedenen Ausprägungsformen dieser zunehmend technologieaffinen Kundschaft ist notwendig, um ein klares und differenziertes Bild zu erhalten. Die Studie identifiziert als einen Kundentyp beispielsweise den sogenannten «Early Tech Adopter» (9% der Befragten), welcher eine hohe Technologieaffinität und Neugierde gegenüber Innovationen aufweist, ohne dass damit unmittelbar eine Ablehnung der Bank-/Beraterbeziehung einhergeht. Technologieaffinität bedeutet für diesen Kundentyp somit nicht zwingend eine Abkehr vom Bank-/Beratermodell. Bedrohlicher ist hingegen der Kundentyp des «Potential Disruptor» (14% der Befragten), bei welchem zu einer effektiven Technologienutzung auch eine sehr skeptische Haltung gegenüber einem bank-/beraterzentrierten Modell hinzukommt. Entsprechend ist bei diesem Kundentyp die Gefahr der Substitution einer klassischen Private-Banking-Beziehung durch rein virtuelle Angebote viel stärker gegeben. Der grösste Teil der Befragten (32%) lässt sich jedoch dem Typ «Convenience Onliner» zuordnen – sie schätzen neben den Vorteilen eines Online-Zugangs nach wie vor auch die persönliche Beratung durch einen Kundenberater.

Mensch oder Maschine?

Einer klaren Mehrheit ist die Meinung eines Kundenberaters weiterhin mehr wert als die Empfehlung eines Robo-Advisor, der eine vollständig automatisierte Online-Lösung bietet, um die Zusammensetzung und die regelmässige Anpassung des Wertschriftenportfolios vorzunehmen (vgl. Abbildung 6). Auch die Aussage, man würde das eigene Vermögen niemals durch einen Robo-Advisor verwalten lassen, findet eine sehr hohe Zustimmung. Nur eine Minderheit ist davon überzeugt, dass ein Robo-Advisor besser in der Lage wäre, Informationen zu verarbeiten als ein Kundenberater. Herausfordernd für Anbieter im Private Banking ist dessen ungeachtet, dass die Bereitschaft, für eine persönliche Beratung in Zukunft einen Mehrpreis zu bezahlen, nicht sonderlich ausgeprägt ist.

Abbildung 6: Bewertungen Robo-Advisor versus Kundenberater (Ländervergleich)

Die Bereitschaft, für eine persönliche Beratung in Zukunft einen Mehrpreis zu bezahlen, findet nur beschränkt Zustimmung. Deutsche Befragte geben hier die höchsten Zustimmungswerte, Befragte aus Österreich die tiefsten. Nur eine klare Minderheit ist andererseits davon überzeugt, dass ein Robo-Advisor besser in der Lage ist, Informationen zu verarbeiten als ein Kundenberater: immerhin 22% in der Schweiz, aber nur 6% in Deutschland.



Deutlich verbreiteter als vermutet scheinen indes Befürchtungen hinsichtlich der Durchführung von Online-Transaktionen zu sein, die zu einer vorsichtigen und in manchen Fällen auch skeptischen Haltung der Kunden beitragen. Erhöhte Vorsicht bei der Durchführung von Online-Transaktionen und Sorgen über Hackerangriffe sind für Banken demnach ernstzunehmende Hemmnisse in der Entwicklung und Ausbreitung digitaler Lösungen. Auch Mobile Banking scheint sich in diesem Kontext noch nicht breit durchzusetzen – zumindest nicht mit derselben Dynamik wie andere Kanäle. Die Social-Media-Kanäle werden im Private Banking – entgegen manchen Prognosen der Vergangenheit – ebenfalls wenig genutzt. Nur ein kleiner Anteil der Befragten gibt an, über Social Media Kontakte im Finanzbereich zu pflegen. Zudem tauschen sich nur wenige auf diesen Plattformen mit anderen über Wirtschafts-, Finanz- und Anlagethemen aus; und ein noch geringerer Anteil sucht über diese Kanäle Finanzexperten.

Trotz verstärkter Nutzung technologischer Möglichkeiten kann basierend auf den vorliegenden Daten einem «hybriden, bankzentrierten Modell», das persönliche Betreuung mit modernsten Online-Dienstleistungen verbindet, das grösste Zukunftspotenzial zugesprochen werden. Private-Banking-Anbieter stehen somit vor der Herausforderung, bestehende Geschäftsmodelle durch Integration innovativer technologischer Lösungen weiterzuentwickeln, um die Convenience für die Kunden weiter zu erhöhen. Den revolutionären Visionen eines ausschliesslich von Maschinen respektive Robotern dominierten Anlagegeschäfts scheinen die Private-Banking-Kunden derzeit indes nur wenig abgewinnen zu können.

Im Auftrag von

JKU
JOHANNES KEPLER
UNIVERSITÄT LINZ



**Private
Banking**

