

[Kommentar](#)

Privatbanken – als Gewinner aus der Krise?

28.08.09, 10:45 Uhr | [Lesezeichen](#) | [Versenden](#)

Patrick Tessmann, persönlich haftender Gesellschafter bei Reuschel & Co. Privatbankiers (Foto: Reuschel).

Die gesamte Bankenbranche hat stark unter der Finanz- und Wirtschaftskrise gelitten, und sie wird weiterhin mit deren Folgen zu kämpfen haben. Erfreulich ist jedoch die Tatsache, dass deutsche Privatbanken sich bis jetzt vergleichsweise gut zu behaupten wissen. Insbesondere stark kundenorientierte Häuser konnten trotz des schwierigen Umfeldes auch 2008 und in den ersten beiden Quartalen dieses Jahr erfolgreich neue Kunden akquirieren.

Bei den Bürgern haben die Finanzkrise und speziell die Lehman-Pleite einen stark ausgeprägten Wunsch nach Sicherheit und mehr Transparenz hervorgerufen. Für sie steht jetzt individuelle, langfristig angelegte und vor allem umfassende Beratung im Vordergrund. Eine Vertrauen bildende, möglichst persönliche Beziehung zwischen Kunden und Bank ist dabei von ebenso großer Bedeutung wie ein hohes Maß an Kontinuität in der Betreuung; der Wunsch nach hohen Renditen und Schnäppchenpreisen hingegen tritt eher in den Hintergrund. Erwartet und ausdrücklich verlangt werden faire, transparente Preismodelle. Zudem achtet auch der Kunde inzwischen sehr auf Solidität und stellt dementsprechend konkrete Fragen: Wie steht es mit der Eigenkapitalquote der Bank? Welches Geschäftsmodell verfolgt sie? Wer sind ihre Eigentümer? Vieles deutet darauf hin, dass die Entwicklung der Privatbanken weiterhin positiv verläuft, denn ihr Angebot entspricht traditionell den genannten Anforderungen. Privatbanken gehen individuell auf hohe Ansprüche vermögender Kunden ein. Sie beraten ganzheitlich, analysieren die jeweilige Gesamtsituation und behalten dabei steuerliche und rechtliche Aspekte ebenso kontinuierlich im Auge, wie Fragen, die sich im Unternehmen ihrer Klientel stellen.

Ihre Vermögensverwaltung richten Privatbanken in aller Regel eher an Sicherheit und Kapitalerhalt aus, als an hohen Renditen. Kunden und den Geldinstituten selbst hat dies häufig hohe Verluste und Wertberichtigungen erspart. Hinzu kommt: Kaum eine Privatbank ist in der Finanzkrise durch spekulative Geschäfte, hohe Abschreibungen oder unvernünftige Bonuszahlungen in Verruf geraten. Die Geschäftsmodelle sind solide. Neben den Provisionsüberschüssen – die stark unter gesunkenen Depot-Kurswerten gelitten haben – werden sie auch von Zinsüberschüssen getragen.

Infolgedessen ist das Image der Privatbanken nach wie vor vergleichsweise gut, jedoch stehen auch ihnen in den nächsten Jahren große Herausforderungen ins Haus. Sie müssen ihre Eigenkapitalsituation deutlich verbessern und an der Effektivität ihrer Prozesse arbeiten, um Kosten zu senken; außerdem sind Investitionen in die Aus- und Weiterbildung der Berater unabdingbar. Eine Privatbank, die auch in Zukunft erfolgreich sein will, verfügt über ein klar fokussiertes Geschäftsmodell mit starker Kundenorientierung. Sie sucht Nischen, um sich von Anderen abzusetzen. Sie wird tendenziell weniger Produkte selbst produzieren, und stattdessen nach einem „Best-in-class“-Ansatz die besten auf dem Markt vorhandenen Produkte einkaufen und den Kunden gemäß Ihrer Bedürfnissen anbieten. Sie präsentiert sich schlank strukturiert und bietet ein transparentes, im Idealfall modulares Preismodell. Sie stellt ihre Leistungen in den Vordergrund und versucht nicht allein über Sonderkonditionen zu überzeugen. Wer dementsprechend handelt, wird das aktuelle Wettbewerbsumfeld positiv zu nutzen in der Lage sein und Kunden überzeugen können!