



Revolution

Auch beim erzkonservativen Private Banking, das vor allem große Vermögen betreut, wächst die Akzeptanz Sozialer Medien zum Austausch oder zur Informationssuche über Bankgeschäfte.

Next Stop Private Banking

Die Digitalisierung macht auch vor Private Banking nicht halt und wird den Sektor radikal verändern.

••• Von Reinhard Krémer

WIEN. Der Siegeszug der Digitalisierung ist dabei, jetzt einen der konservativsten Bereiche des Bankgeschäftes umzukrempeln: Das Private Banking steht vor massiven Veränderungen.

In diesem Segment findet sich traditionellerweise eine konservative Klientel mit großem Vermögen, die Wert auf Face-to-Face-Beratung legt. Sehr individuelle Investmentwünsche machten eine persönliche Beratung so gut wie unumgänglich. Daher blieb der Einzug des Digitalen in diesem Bereich bis dato außen vor.

Die Akzeptanz wächst

Aktuelle zeigen Studien jedoch folgendes Bild: Die Digital-Gap wird kleiner, sogar ein kompletter Wegfall des sogenannten Digital Divide innerhalb der nächsten Jahre wird prognostiziert. Und somit wächst auch die

Akzeptanz, Soziale Medien zum Austausch oder zur Informationssuche über Bankgeschäfte zu nutzen.

Entscheidende Faktoren

„Mehr noch, die digitalen Kanäle werden als wichtigster Faktor des Kundenerlebnisses herangezogen und die Entscheidung als auch die Auswahl der Bank sowie des Beraters werden zunehmend auf das Internet und seine Kommunikationskanäle verlagert“, sagt Andreas Bonschak, Gründer und CEO von Finvest. Das Unternehmen lässt als unabhängiger Guide Vermögende über das Online-Portal die besten Banken, Berater und Investments finden.

Neben der raschen und zeit- sowie ortsunabhängigen Informationsbeschaffung spielen auch oder insbesondere in dem Segment der Höchstvermögenden Faktoren wie Individualität, Transparenz, Kosteneffizienz

und der Wunsch nach ständigem Zugriff, Erreichbarkeit und Überblick auf und über die eigenen Geldgeschäfte eine immer größer werdende Rolle – Faktoren, die durch die Digitalisierung begünstigt werden.

Ein weiterer Aspekt ist die teils mangelnde Objektivität sowie der fehlende Überblick über

Investments durch persönliche Berater. Diese sind, so Philipp Mayerhofer, Finvest-Co-Founder, zumeist daran interessiert, die eigenen Produkte, die dann am ehesten zum Kundenwunsch passen, zu verkaufen. „Hinzu kommen undurchsichtige Kosten und eine unübersichtliche Informationsflut für Kunden.“

Digitale Vorteile

All das verhindert letztlich, dass der Kunde das für ihn beste Investment zu den kostengünstigsten Konditionen tätigen kann. Eine digitale Beratung kann diese Klippen umschiffen und mittels moderner Tools und Technologie mehr Transparenz und Vergleichsmöglichkeiten bringen – und das sicher und auf höchstem Qualitätsniveau, ist man bei Finvest überzeugt.



Philipp Mayerhofer (l.) und Andreas Bonschak, Finvest.