

24.08.2016 – 08:00 Uhr

Neue Roland Berger-Studie «Quo vadis, Privatbank?» - Umfassende quantitative Analyse des Schweizer und Liechtensteiner Privatbanken-Universums

Zürich (ots) -

Klare Gewinner und Verlierer unter den rund 60 grössten Schweizer und Liechtensteiner Privatbanken in den letzten 5 Jahren

- Langfristiger Wachstumstrend der Kundenvermögen 2015 unterbrochen
- 88 Mrd. CHF Nettoneugeld 2015 sind der niedrigste Wert der vergangenen fünf Jahre - Wachstumsbeitrag sinkt kontinuierlich
- Fast 50 % der Privatbanken schrumpfen bzgl. AuM oder verzeichnen sogar Nettoabflüsse
- 75 % der Privatbanken weisen tiefere Erträge und/oder Bruttomargen auf
- Es gibt klare Gewinner und Verlierer - der «100er-Klub» legt mächtig zu, mittelgrosse Privatbanken als Segment auf dem absteigenden Ast
- Drei Strategieoptionen für eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft
- Die Beschäftigtenzahl in der Branche nimmt ab, besonders in der Schweiz, da Aufbau von Personal vor allem im Ausland erfolgt

Die Zeiten ändern sich. Bis zum Ausbruch der Finanzkrise zeichnete sich das Schweizer und Liechtensteiner Privatbanken-Universum durch überschaubare Regulierung und fast garantiertes jährliches Wachstum auf hohem Profitabilitätsniveau aus. Doch seit rund 10 Jahren stehen die Zeichen auf Veränderung. Die neue Roland Berger-Studie «Quo vadis, Privatbank?» setzt sich auf Basis einer umfassenden quantitativen Analyse der knapp 60 grössten Privatbanken in der Schweiz und in Liechtenstein intensiv mit der Branche im 5-Jahres-Zeitraum von 2011 bis 2015 auseinander.

Langfristiger Wachstumstrend unterbrochen - Nettoneugeld rückläufig

«Insgesamt haben sich die Privatbanken in der Schweiz und in Liechtenstein in den vergangenen fünf Jahren verhalten positiv entwickelt. Es wird aber immer schwieriger, weiteres Wachstum und höhere Gewinne zu realisieren», sagt Robert Buess, Partner und Private Banking-Spezialist bei Roland Berger in Zürich. Ein leichter, knapp zweiprozentiger Rückgang der Assets under Management (AuM) im Jahr 2015 hat eine Entwicklung unterbrochen, die zwischen 2011 und 2014 einen stetigen Anstieg der Kundenvolumina mit sich brachte. Auch beim Nettoneugeld zeigt sich ein klarer Dämpfer. Mit knapp 88 Mrd. CHF (ein Minus von fast 20 % gegenüber 2011) wurde 2015 der geringste Wert der vergangenen fünf Jahre realisiert. Zusätzlich schrumpft die Bruttomarge auf mittlerweile noch 86 Basispunkte. «75 % aller Privatbanken haben in den letzten fünf Jahren einen Rückgang bei Erträgen und/oder Bruttomarge verzeichnet. Die Cost-Income-Ratio blieb allerdings dank bereits ergriffener Kostenmassnahmen mit einem Wert von rund 79 % stabil», erklärt Thomas Volland, Principal und Private Banking-Experte bei Roland Berger Schweiz.

Schweizer Private Banking wird zur Zweiklassengesellschaft

Wer sind nun die Gewinner und Verlierer der vergangenen fünf Jahre? Laut Strategieberater Roland Berger dominieren weiter die beiden Schweizer Grossbanken die Branche durch ihre schiere Grösse - Kundenvermögen sowie Erfolgsrechnung - und globale Reichweite, nicht aber bei Wachstum, Bruttomarge und Effizienz. «Die klaren Gewinner sind gemäss unserer fundierten quantitativen Analyse die grossen Privatbanken (AuM über 100 Mrd. CHF), nach signifikanten Zukäufen und starkem organischen Wachstum. Erfreulicherweise zeigen sich aber auch viele der kleinen und kleinsten Privatbanken robust und wachstumsstark», sagt Robert Buess. «Zu den klaren Verlierern zählt die Gruppe der mittelgrossen Privatbanken (AuM zwischen 25 und 100 Mrd. CHF) und dort vor allem die Private Banking-Geschäftseinheiten der grösseren Auslands-banken», fügt Buess an. Deren Problem des «stuck in the middle» ist gemäss der Studie klar ersichtlich, doch auch hier gibt es Ausnahmen. Laut dem Strategieberater ist die Grösse eines Instituts kein Muss für den Erfolg. Es gibt attraktive und erfolgreiche Nischen sowie passende Geschäftsmodelle, und es gibt Gewinner und Verlierer in jedem Grössensegment.

Drei strategische Stossrichtungen im Fokus

Ohne aktive, bewusste Gestaltung ist zukünftiger Erfolg nicht möglich. Gemäss der Roland Berger-Studie ergeben sich für Privatbanken drei strategische Stossrichtungen, welche hohes Potenzial für zukünftigen Erfolg haben: Erstens «Volle Kraft voraus», zweitens «Wachstum und Konsolidierung auf hohem Niveau» und drittens «Fokussierung und Rentabilisierung». «Die Privatbanken müssen ihre Geschäftsmodelle neu definieren und ihre Operating-Modelle den neuen Gegebenheiten anpassen. Besonders wichtig ist es zudem für jedes Institut, rasch die richtigen individuellen Antworten auf die Digitalisierungsthematik, die das Potenzial hat, die Branche nachhaltig zu verändern, zu finden. Die digitale Lücke zwischen den Polen der Schweizer Privatbanken ist gross, in der institutsspezifisch richtigen Umsetzung der Digitalisierung liegt aber auch grosses Potenzial für die Privatbanken», fügt Volland an.

Einmaliges Universum der Schweizer Privatbanken

Keine anderen Länder der Welt verfügen über eine derart hohe Anzahl von Privatbanken - oder Banken, die Private Banking betreiben - wie die Schweiz und Liechtenstein. Gleichzeitig ist die Branche sehr heterogen und hoch konzentriert. Über 80 zum Teil renommierte Namen sind allein in den letzten 10 Jahren vom Markt verschwunden. Laut den Roland Berger-Experten wird sich dieser Konzentrationsprozess auch in den nächsten Jahren fortsetzen. Insgesamt beschäftigt die Branche rund 10 % weniger Mitarbeiter als vor fünf Jahren. Die Schweiz ist hiervon besonders betroffen, da neue Stellen von zahlreichen Instituten überwiegend im Ausland geschaffen wurden und werden.

Roland Berger, 1967 gegründet, ist die einzige der weltweit führenden Unternehmensberatungen mit deutscher Herkunft und europäischen Wurzeln. Mit rund 2400 Mitarbeitern in 34 Ländern ist das Unternehmen in allen global wichtigen Märkten erfolgreich aktiv. Die 50 Büros von Roland Berger befinden sich an zentralen Wirtschaftsstandorten weltweit. Das Beratungsunternehmen ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschliesslichen Eigentum von rund 220 Partnern.

Bei Rückfragen (Anfragen an Experten, Grafiken etc.) wenden Sie sich bitte an:

Yvonne Brunner
Roland Berger
Public Relations Advisor
Tel.: +41 79 542 4678
E-Mail: yvonne.brunner@rolandberger.com
www.rolandberger.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100058682/100791810> abgerufen werden.