

# Private Banking für Sparkassen und Genossenschaftsbanken

Geschäftsfelder definieren – Potenziale heben – Kundenüberleitungen sichern

**Ihre Experten:**

Thomas Boots, **Stadtsparkasse Düsseldorf**  
Lorenz Behnke, **Joh. Berenberg Gossler & Co.**  
Reinhard Carl, **metamorf business consulting**  
Dr. Martin Deckert, **UBS Deutschland**  
Jens Graf, **Kanzlei Jens Graf Rechtsanwälte**  
Antoinette Hunziker-Ebnetter, **Forma Futura Invest**  
Uwe Krönert, **DZ BANK International**  
Stefan Kurz, **Value Scope**  
Jörg Ludewig, **Hamburger Sparkasse**  
Herbert Mattle, **Deka (Swiss)**  
Mag. Dr. Christian Ohswald, **Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien**  
Robert Recknagel, **TaunusSparkasse**  
Klaus Siegers, **Weberbank**  
Gabriele Volz, **HypoVereinsbank Wealth Management**  
Detlef Wappenschmidt, **Global Group**  
Anton Wegscheider, **Sparkasse Pforzheim Calw**

**!** Zahlreiche Praxis- und Implementierungsbeispiele

**Fachliche Leitung:**

Christoph Pape, **Christoph Pape & Partner**  
Prof. Dr. Rolf Tilmes, **European Business School International University**

## Grußwort der Vorsitzenden

# Verdrängungswettbewerb um die Betreuung vermögender Privatkunden

Als besonders vielversprechend gilt auf Grund der höheren durchschnittlichen Erträge das Segment der Vermögenden- und der Private Banking-Kunden in Deutschland, weshalb nahezu alle Bankengruppen zunehmend diese ertragsstarken Segmente im Visier haben.

In einem gesättigten und hart umkämpften Markt – insbesondere am oberen Ende des Wealth Managements – ist es für alle Anbieter zwingend erforderlich neue Kundenpotenziale zu identifizieren und einer besonders intensiven Betreuung zuzuführen. Sie versuchen deshalb diese beiden Kundensegmente mit erster Priorität im eigenen Bestand zu identifizieren und auszuschöpfen. Im Unterschied zur bisherigen Sichtweise wurden deshalb bewusst beide Zielkundensegmente – sowohl das Vermögende- als auch das Private Banking-Kundensegment – berücksichtigt, um sowohl die Überleitung innerhalb als auch zwischen den beiden Segmenten in unterschiedlichen Ansätzen kennen zu lernen.

Die Konferenz wird anhand von zahlreichen Implementierungsbeispielen aufzeigen welche methodischen Ansätze, Segmentierungs- und Überleitungsmodelle wirklich erfolgversprechend sind. Die eingeladenen Referenten sind mit dieser besonderen Herausforderung aufgrund ihrer jahrelangen Praxiserfahrung bestens vertraut und stehen Ihnen auch für Fragen jederzeit zur Verfügung.

Positionieren Sie Ihr Haus für eine erfolgreiche Zukunft in diesem lukrativen Geschäftsbereich. Wir freuen uns auf anregende Diskussionen mit Ihnen in München!

**Christoph Pape**  
Christoph Pape & Partner

**Prof. Dr. Rolf Tilmes**  
European Business School  
International University

### Wen treffen Sie auf dieser Konferenz?

Vorstandssprecher und Mitglieder des Vorstandes, Präsidenten, Direktoren, Mitglieder der Geschäftsleitung, Leiter und leitende Mitarbeiter aller öffentlich-rechtlichen Kreditinstitute, insbesondere aus Landesbanken, Sparkassen, Volksbanken sowie andere Kreditinstitute und Service- sowie Fonds-Gesellschaften aus den Bereichen:

- ▶ Private Banking/Private Wealth Management
- ▶ Retail Banking
- ▶ Vermögensmanagement (S-Vermögensmanagement)
- ▶ Asset Management
- ▶ Vermögensmanagement und Planung
- ▶ Financial Planning/Family Office
- ▶ Marketing/Vertrieb

sowie Wirtschaftsprüfer, Unternehmensberater und DV-Anbieter, die sich mit ihren Produkten und Dienstleistungen auf Private Banking-Modelle für Sparkassen und Genossenschaftsbanken konzentrieren.

Mittwoch, 28. Mai 2008

9.00–9.30

Empfang mit Kaffee und Tee,  
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.30–9.45

**Begrüßung und Eröffnung der Konferenz durch den Vorsitzenden**

**Christoph Pape**, persönlich haftender Gesellschafter,  
Christoph Pape & Partner

**Vermögende Kunden erkennen und erfolgreich betreuen – Ein Überblick**

9.45–10.15

**Neue Studie über die Topverdiener in Deutschland – Die „Typologie des Erfolgs“**

- ▶ Einblick in die Wahrnehmung des Wealth Management-Marktes durch eine bisher einmalige Studie über Lebens- und Lieblingismuster hinter dem Mythos des Erfolgs
- ▶ Selbstbild und Mentalität vermögender Privatkunden
- ▶ Das Phänomen des Erfolgs und die Rolle des Geldes rücken den Bankberater in den Brennpunkt
- ▶ Das Bankenpentagramm: Chancen und Herausforderungen für die Banken

**Gabriele Volz**, Direktorin, Leitung Marketing HVB Wealth Management, HypoVereinsbank Wealth Management

10.15–11.00

**Fallstudie Hamburger Sparkasse (Haspa): Private Banking Konzept – Entwicklung – Umsetzung**

**Jörg Ludewig**, Generalbevollmächtigter,  
Hamburger Sparkasse AG (Haspa)

11.00–11.30 Pause mit Kaffee und Tee

**Vermögende Kunden – Potentiale und Erträge heben**

11.30–12.15

**Neue Wege in der Marktbearbeitung hochwertiger Kundensegmente – Über innovative Konzepte zu neuen Kundenpotenzialen für die Berater**

- ▶ Konsumentendaten – Die Grundlage zur Identifikation der relevanten Zielgruppe
  - ▶ Neukundengewinnung und Bestandsausschöpfung – Die richtige Balance in der Marktbearbeitung
  - ▶ Praxisbeispiele für Neukundengewinnung und Bestandsausschöpfung
  - ▶ Zusammenfassung – Grundsätze der Marktbearbeitung im Dialogmarketing bei Private Banking-Potenzialen
- Detlef Wappenschmidt**, Geschäftsführer, Global Group AG

12.15–13.00

### Zurück zu den Wurzeln – Die wiedererstarke Sparkassenfiliale als Heimat für alle Kundensegmente

- ▶ Die Grenzen der Einkommens- und Vermögenssegmentierung
- ▶ Die Filiale als „Stadtteilsparkasse“ zur Absicherung der dezentralen Kompetenz
- ▶ Vermögende Kunden als Top-Segment im Retailgeschäft
- ▶ Erfolgsfaktoren für die Umsetzung  
**Thomas Boots**, stv. Mitglied des Vorstandes, Sparkasse Düsseldorf

13.00–13.15 Fragen und Diskussion

13.15–14.30 Gemeinsames Mittagessen

### Geschäftsfeldübergreifende Marktbearbeitung durch eine Win/Win-Überleitungsstrategie

14.30–15.00

### Herausforderungen und Positionierung der UBS Deutschland AG im Private Banking Markt Deutschland

- ▶ 4 Grundpfeiler – die richtigen Mitarbeiter, die richtigen Kunden, die richtige Technik, der lange Atem in der Akquisition und dem Aufbau Private Banking  
**Dr. Martin Deckert**, Vorstand, UBS Deutschland AG

15.00–15.45

### Überleitung von vermögenden Kunden zum Private Banking gegen Vergütung

- ▶ Kundensegmentierung: „Strenge Rechnung – gute Freundschaft“
- ▶ Wahlangebot im Praxistest
- ▶ Eigenständigkeit der Vertriebsseinheiten: Chancen und Risiken
- ▶ Individuell beim Kunden, standardisiert im Unternehmen!  
**Mag. Dr. Christian Ohswald**, Leiter Raiffeisen Private Banking, Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG

### Vom Vermögensmanagement zum Private Banking – Strategien und Visionen

15.45–16.15

### Kein erfolgreicher „share of wallet“ ohne ausreichenden „share of heart“ – Die große Bedeutung emotionaler Faktoren im Private Banking

- ▶ Der „Betreuungsanteil“ am liquiden Kundenvermögen steht zunehmend im Fokus
- ▶ „Was“ der Kunde im Private Banking erlebt ist wichtig – „Wie“ er es erlebt ist noch wichtiger!
- ▶ Funktionales/technisches versus emotionalem Leistungsversprechen
- ▶ Werteorientierte Personal- und Projektarbeit
- ▶ Das „gute Gefühl“ des Kunden als Leitbild der Private Banking-Arbeit  
**Reinhard Carl**, Geschäftsführer, metamorf business consulting GmbH

16.15–16.45 Pause mit Kaffee und Tee

16.45–17.30

### Die Strategie der Weberbank im Private Banking – Partner und Dienstleister der Sparkassenorganisation

- ▶ Die strategische Ausrichtung der S-Finanzgruppe im Private Banking
- ▶ Erfolgreiche Integration der Weberbank im Private Banking
- ▶ Produkt- und Dienstleistungsangebot der Weberbank für Sparkassen  
**Klaus Siegers**, Mitglied des Vorstandes, Weberbank Actiengesellschaft

### Auswirkungen der MIFID auf Dienstleistungen und Gebührenstruktur im Vermögensmanagement

17.30–18.15

### Zuwendungen nach Umsetzung der MiFID: Kein Thema mehr für die Gerichte?

- ▶ Kick-Back Rechtsprechung des BGH
- ▶ Konsequenzen daraus für die Praxis
- ▶ Situation nach Novellierung des WpHG in Umsetzung der MiFID
- ▶ Kann die Ausnahme zur Regel werden?  
**Jens Graf**, Kanzlei Jens Graf Rechtsanwälte

18.15–18.30 Abschlussdiskussion

18.30

### Ende des ersten Konferenztages

Zum Abschluss des ersten Konferenztages laden wir Sie herzlich zu einem Umtrunk mit Imbiss ein. Vertiefen Sie die Gespräche des Tages in angenehmer Atmosphäre.

## Donnerstag, 29. Mai 2008

8.30–9.00

Empfang mit Kaffee und Tee

9.00–9.15

### Begrüßung und Eröffnung durch den Vorsitzenden

**Prof. Dr. Rolf Tilmes**, Stiftungslehrstuhl Private Finance & Wealth Management, European Business School International University

### Asset Management Strategien für vermögende Privatkunden

9.15–10.00

### Nachhaltiges Investieren zur Steigerung der Lebensqualität: Der Wertewandel bei Investoren

- ▶ Konsum und Wachstum – zu welchem Zweck?
- ▶ Werte, die durch das heutige Wirtschaftssystem gefördert werden
- ▶ Die Hauptkomponenten der nachhaltigen Lebensqualität

- ▶ Geld muss Anlegern in Zukunft mehr bieten als die reine Befriedigung der finanziellen Bedürfnisse  
**Antoinette Hunziker-Ebnetter**, CEO und Gründungspartnerin, Forma Futura Invest AG und ehemalige Vorstandsvorsitzende der Schweizer Börse

### Dienstleistungen/Netzwerkpartner im Private Banking

10.00–10.45

#### PPS – Die Private Banking-Marke der Volksbanken und Raiffeisenbanken

- ▶ Die Private-Banking-Fähigkeit des genossenschaftlichen Sektors
- ▶ Die Strategie der DZ BANK-Gruppe im Private Banking
- ▶ Modelle der Zusammenarbeit  
**Uwe Krönert**, Direktor Private Banking, DZ BANK International S.A. Luxemburg

10.45–11.15 Pause mit Kaffee und Tee

11.15–12.00

#### Das Beste aus On- und Offshore Private Banking – Mehrwert für den Kunden

- ▶ Ausgangslage: SWOT-Analyse On- und Offshore Private Banking
- ▶ Fragestellungen und Problemfelder
- ▶ Verschiedene Lösungsansätze
- ▶ Erfahrungen aus der Praxis am Beispiel Deka (Swiss)
- ▶ Lessons learned – Gedanken zur Zukunft  
**Herbert Mattle**, Sprecher der Geschäftsleitung, Deka (Swiss), Zürich

### Strategien für eine effektivere Kundenbetreuung

12.00–12.45

#### Neukundengewinnung und Bestandskundenmanagement durch Kooperation im Private Banking

- ▶ Darstellung der Private Banking-Kooperation zwischen Regionalbank/Sparkasse und Berenberg Bank
- ▶ Festigung und Ausbau der Marktposition im Segment „vermögende Privatkunden“ durch
- ▶ Gewinnung von Neukunden und Ausbau der Beziehung zu Bestandskunden mit Hilfe der SIGMA-Vermögensstrukturanalyse
- ▶ Aktivierung des Segments „Unternehmer“, Tipps zur erfolgreichen Ansprache
- ▶ Verlängerung der Wertschöpfungskette durch Erweiterung des Netzwerkes zu den Themen Family Office, Multidepotcontrolling, Stiftungsmanagement  
**Lorenz Behnke**, Abteilungsleiter Private Banking, Berenberg Bank, Joh. Berenberg Gossler & Co. KG

12.45–13.15 Diskussionsrunde mit den Referenten des Vormittages

13.15–14.30 Gemeinsames Mittagessen

### Strategien für Kundenakquisition

14.30–15.15

#### Neukundengewinnung im Private Banking – Überwindung von Marktwiderständen durch vertrauensvolle Beziehungsarbeit

- ▶ Eine stetig gefüllte Zielkunden-Pipeline als Schlüssel zur wachsenden Organisation
- ▶ Erfolgsfaktoren bei der Kontaktabbauung – Individualisierung und Personalisierung
- ▶ Systematische und zielgerichtete Beziehungsarbeit als Vertrauen schaffendes Qualitätsmerkmal
- ▶ Aktivierung zufriedener Kunden zur Empfehlungsgabe als Hebel überdurchschnittlicher Kundengewinnung  
**Stefan Kurz**, Geschäftsführer, Value Scope GmbH

15.15–16.00

#### Vom Generationen-Management zum Empfehlungsmanagement

- ▶ Generationen-Management – Das Leistungsversprechen der besonderen Art
- ▶ Spezialisten und Netzwerkpartner garantieren ein „Individual Office“
- ▶ Rechtliche Vereinbarungen, Gestaltung und Optimierung bis hin zur Versorgungsregelung
- ▶ Lösungsmöglichkeit Kunden zu gewinnen: heute, morgen und langfristig sowie generationenübergreifend
- ▶ Weiterempfehlung: „Das Gute liegt so nah“ Mehrwert für Kunde und Kollegen
- ▶ Emotionale Komponenten zur Kundenüberleitung Mitarbeiter begeistern = Kunden gewinnen  
**Anton Wegscheider**, Direktor und Leiter des Private Banking, Sparkasse Pforzheim Calw

#### Erfahrungsbericht nach 9 Jahren Private Banking – „lessons learned“

16.00–16.45

#### Aufbau und erfolgreiche Positionierung des Private Banking in einer Sparkasse am Beispiel der TaunusSparkasse

- ▶ Vertriebsaufbau und Steuerung in der TaunusSparkasse
- ▶ Positionierung des Private Banking
- ▶ Produktauswahl
- ▶ Das Kundenbetreuungskonzept
- ▶ Die Beratungssoftware  
**Robert Recknagel**, Leiter Private Banking, TaunusSparkasse

16.45–17.00 Abschlussdiskussion

17.00 Ende der Veranstaltung

## Der Förderer



UBS ist eines der weltweit führenden Finanzinstitute. Die Bank verfolgt eine globale Geschäftsstrategie, die auf Wachstum ausgerichtet ist. Als integriertes Unternehmen greift sie auf die Ressourcen und das Know-how aller ihrer Geschäftseinheiten zurück und schafft so Mehrwert für ihre Kunden. UBS ist der führende globale Anbieter im Wealth-Management-Geschäft, gehört zu den wichtigsten Investmentbanken und Wertschriftenhäusern und zählt zu den weltweit größten Vermögensverwaltern.

### UBS Deutschland AG

Stephanstraße 14-16  
60313 Frankfurt am Main  
[www.ubs.com/deutschland](http://www.ubs.com/deutschland)

Ansprechpartner: Thomas Kronenberger  
Telefon: 0 69/21 79-60 41  
Telefax: 0 69/21 79-62 23  
E-Mail: [thomas.kronenberger@ubs.com](mailto:thomas.kronenberger@ubs.com)

## Informationsmaterial hält für Sie bereit



Die **Global Group Dialog Solutions AG** ist einer der führenden Anbieter für ganzheitliches Kundenmanagement. Das Unternehmen bietet Unterstützung bei der Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen in allen Vertriebs- und Marketingaufgaben. Das Produktportfolio reicht von der Beratung, Konzeption und Kreation von Marketingmaßnahmen über die Datenanalyse und Zielgruppenselektion bis hin zur Umsetzung und Erfolgskontrolle.

### Global Group Dialog Solutions AG

Itzbachweg 16-20  
65510 Idstein  
Internet: [www.global-group.de](http://www.global-group.de)

Ansprechpartner: Claudia Isabel Knoll  
Telefon: 0 61 26/93 75-0  
Telefax: 0 61 26/93 75-93  
E-Mail: [Marketing@global-group.de](mailto:Marketing@global-group.de)

### INFOLINE

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung?  
Wir helfen Ihnen gerne weiter.

#### Konzeption und Inhalt:

**Anja Heker** (Senior-Konferenz-Managerin)

#### Organisation:

**Caroline Huxdorff** (Konferenz-Koordinatorin)

E-Mail: [caroline.huxdorff@euroforum.com](mailto:caroline.huxdorff@euroforum.com)

**Telefon: 02 11/96 86-34 69**

### SPONSORING UND AUSSTELLUNGEN

Im Rahmen der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, dem exklusiven Teilnehmerkreis Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Ihre Fragen zu Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten sowie zur Zielgruppe beantwortet Ihnen gerne:

**Viola Kerssenfischer** (Sales-Managerin)

**Telefon: 02 11/96 86-37 16**

**Fax: 02 11/96 86-47 16**

E-Mail: [viola.kerssenfischer@euroforum.com](mailto:viola.kerssenfischer@euroforum.com)

### MANAGED EVENTS

Möchten Sie selbst eine Konferenz, einen Kongress oder eine Fachausstellung organisieren? Wir unterstützen Sie gerne – maßgeschneidert nach Ihren Wünschen: z.B. in den Bereichen Konzept- und Zielgruppenberatung, Referentenakquisition, Marketing, Sponsoring und Ausstellung, Veranstaltungslogistik und bei der Betreuung vor Ort. Bitte nehmen Sie für weitere unverbindliche Informationen Kontakt mit uns auf.

**Peter Altes** (Leiter Managed Events)

**Telefon: 02 11/96 86-37 50**

**Fax: 02 11/96 86-47 50**

E-Mail: [peter.altes@euroforum.com](mailto:peter.altes@euroforum.com)

### WIR ÜBER UNS

Der Name EUROFORUM steht in Europa für hochwertige Kongresse, Seminare und Workshops. Ausgewählte, praxiserfahrene Referenten berichten zu aktuellen Themen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung. Darüber hinaus bieten wir Führungskräften ein erstklassiges Forum für Informations- und Erfahrungsaustausch. Die EUROFORUM Deutschland GmbH ist ein Unternehmen der Informa plc, einem börsennotierten Medienunternehmen für Finanz- und Wirtschaftsinformationen mit Sitz in London.

[Kenn-Nummer]

## Private Banking für Sparkassen und Genossenschaftsbanken

Geschäftsfelder definieren – Potentiale heben – Kundenüberleitungen sichern

**28. und 29. Mai 2008**

**Hotel Königshof, München**

Karlsplatz 25, 80335 München, Telefon: 089 / 55 13 60

Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11/96 86–40 40

**Ja, ich nehme am 28. und 29. Mai 2008 teil**

[P1102640M012]

zum Preis von € 1.899,- zzgl. MwSt. p.P.

[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.]

[Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]

Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die **Tagungsunterlagen** zum Preis von € 299,- zzgl. MwSt.

[Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]

Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten**.

Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.

[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86–33 33.]

**TEILNAHMEBEDINGUNGEN.** Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken beträgt € 1.899,- zzgl. MwSt. pro Person und ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

**IHRE DATEN.** Ihre Daten werden von der EUROFORUM Deutschland GmbH und Partnerunternehmen zur Organisation der Veranstaltung verwendet. Wir werden Sie gerne künftig über unsere Veranstaltungen informieren. Mit Ihrer Unterschrift geben Sie Ihre **Einwilligung**, dass wir Sie auch per Fax, E-Mail oder Telefon kontaktieren sowie Ihre Daten mit anderen Unternehmen (insb. der Informa plc) in Deutschland und international zu Zwecken der Werbung austauschen dürfen. Sollten Sie die Einwilligung nicht in dieser Form geben wollen, so streichen Sie bitte entsprechende Satzteile oder setzen sich mit uns in Verbindung [Tel.: 02 11/96 86–33 33]. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Sie können der Verwendung Ihrer Daten zu den genannten Zwecken jederzeit widersprechen.

**IHRE ZIMMERRESERVIERUNG.** Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.**

Name	
Position/Abteilung	
E-Mail	
Firma	
Ansprechpartner im Sekretariat	
Anschrift	
Telefon	Fax

Datum, Unterschrift

Rechnung an (Name)
Abteilung
Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme?  Ich selbst oder  Name: \_\_\_\_\_ Position: \_\_\_\_\_

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort:  bis 20  21–50  51–100  101–250  251–500  501–1000  1001–5000  über 5000

### Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11/96 86–40 40

per E-Mail: [anmeldung@euroforum.com](mailto:anmeldung@euroforum.com)  
[info@euroforum.com](mailto:info@euroforum.com)

telefonisch: +49 (0)2 11/96 86–34 69 [Caroline Huxdorff]

im Internet: [www.euroforum.de/p1102640](http://www.euroforum.de/p1102640)

Zentrale: +49 (0)2 11/96 86–30 00

schriftlich: **EUROFORUM Deutschland GmbH**  
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf