

VORWORT

Seit 2001 bietet die Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) in Paderborn die Spezialisierungsrichtung Finanzdienstleistungen im Rahmen eines betriebswirtschaftlichen Studiums an. Vorliegende Diplomarbeit stellt die erstmalige Veröffentlichung einer Abschlussarbeit eines Studenten dieser Studienrichtung an der FHDW dar.

Christian Hinck untersucht in seiner Arbeit das Thema des Family Office im Finanzdienstleistungsbereich, also die Betreuung des Human- und Sozialvermögens sehr vermögender Familien. Über diesen Bereich existiert bisher nur wenig Literatur, wohl insbesondere aufgrund der Exklusivität und Vertraulichkeit, die in diesen sehr vermögenden Gesellschaftsschichten anzutreffen ist. So wurde in dieser Arbeit ein gutes Maß an Pionierarbeit geleistet, die Hauptbasis bildet dabei eine Befragung fast sämtlicher Family-Office-Anbieter, die im deutschsprachigen Raum ansässig sind.

Im Ergebnis liefert diese Arbeit einerseits eine Klärung der grundlegenden Aspekte des Family Office, darüber hinaus wird u. a. detailliert auf die Dienstleistungskomponenten des Family Office sowie auf die Zielgruppe für Family Office eingegangen. Insgesamt ist durch diese Arbeit somit ein in dieser Form bisher nicht vorhandener Marktüberblick entstanden, der für Anbieter und Kunden gleichermaßen interessant ist.

Mit dieser Veröffentlichung soll dieses exklusive Thema nun einem größeren Kreis zugänglich gemacht werden. Wir erhoffen uns, eine Anregung zu weiteren Forschungsarbeiten in diesem Bereich gegeben zu haben.

Prof. Dr. Micha Bergsiek

Prof. Dr. Frank Wallau

FHDW-Fachbericht

Band 1/2006

Christian Hinck
Micha Bergsiek (Hrsg.)
Frank Wallau (Hrsg.)

**Family Office im Finanzdienstleistungsbereich –
Konzeptvorstellung und kritische Würdigung anhand
einer empirischen Untersuchung**

Shaker Verlag
Aachen 2006

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Copyright Shaker Verlag 2006

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN-10: 3-8322-5422-6

ISBN-13: 978-3-8322-5422-3

ISSN 1861-3292

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: www.shaker.de • E-Mail: info@shaker.de

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	VI
TABELLENVERZEICHNIS	VII
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	VIII
1 EINLEITUNG.....	1
2 AUFBAU UND STRUKTUR DER ARBEIT.....	3
3 GRUNDLAGEN	5
3.1 Begriffsbestimmung Private Banking/Private Wealth Management	5
3.1.1 Private Banking.....	5
3.1.1.1 Definition.....	5
3.1.1.2 Anbieter.....	6
3.1.1.3 Zielgruppe	7
3.1.1.4 Dienstleistungen.....	7
3.1.2 Private Wealth Management	8
3.2 Family Office	12
3.2.1 Begriffliche Klärung	12
3.2.1.1 Entwicklung einer allgemeinen Definition	12
3.2.1.2 Bestandteile des Family Office	15
3.2.1.2.1 Private Vermögenssituation (family)	15
3.2.1.2.1.1 Humanvermögen.....	18
3.2.1.2.1.2 Sozialvermögen.....	20
3.2.1.2.2 Geschäftliche Vermögenssituation (office).....	21
3.2.2 Unterschiede der Vermögensarten im Überblick.....	27
3.2.3 Ursprung des Family Offices	28
3.2.4 Übersicht der Formen des Family Offices	30
3.2.4.1 Anzahl der betreuten Familien.....	33
3.2.4.2 Mindestvermögen.....	34
3.2.5 Abgrenzung zum Private Banking/Private Wealth Management	38
4 KONZEPT DES FAMILY OFFICES	40
4.1 Kundensegmentierung	40
4.1.1 Retailkunden	41

4.1.2	Affluent Clients.....	41
4.1.3	HNWI/U-HNWI.....	42
4.1.3.1	New Clients.....	43
4.1.3.1.1	Herkunft des Vermögens	43
4.1.3.1.2	Bedürfnisse	44
4.1.3.1.3	Charakteristik der New Clients im Überblick	46
4.1.3.2	Old Clients.....	47
4.1.3.2.1	Herkunft des Vermögens	47
4.1.3.2.2	Bedürfnisse	47
4.1.3.2.3	Charakteristik der Old Clients im Überblick	49
4.1.3.3	Erfolgsfaktoren im Umgang mit der Zielgruppe.....	49
4.2	System des Family Offices.....	52
4.2.1	Notwendigkeit eines Family Offices	52
4.2.2	Betreuung durch ein Family Office	53
4.3	Dienstleistungskomponenten des Family Offices.....	58
4.3.1	Bestandsaufnahme	59
4.3.2	Vermögenserhaltung.....	61
4.3.2.1	Nachfolgeplanung	61
4.3.2.1.1	Gestaltungsmittel.....	62
4.3.2.1.2	Unternehmensnachfolge	64
4.3.2.1.3	Nachfolgeplanung als dynamischer Prozess.....	67
4.3.2.2	Rechtsgebilde	68
4.3.2.2.1	Private Investment Company.....	68
4.3.2.2.2	Stiftung	69
4.3.2.2.2.1	Familienstiftung.....	70
4.3.2.2.2.2	Gemeinnützige Stiftung.....	71
4.3.2.2.3	Trust.....	72
4.3.2.3	Steuerplanung und -optimierung.....	73
4.3.3	Vermögensmehrung.....	74
4.3.3.1	Asset Allocation.....	75
4.3.3.1.1	Definition.....	75
4.3.3.1.2	Der Anlageausschuss	77
4.3.3.1.3	Die Anlagerichtlinien.....	77
4.3.3.2	Auswahl der Vermögensverwalter.....	79

4.3.3.3 Asset-Management und Überwachung	82
4.3.4 Vermögenskontrolle	83
4.3.4.1 Global Custody	83
4.3.4.2 Performanceanalyse	85
4.3.4.3 Reporting	86
4.3.5 Weitere Dienstleistungen	89
4.3.5.1 Family Governance	91
4.3.5.2 Family Office als Privatbüro	93
4.3.6 Tatsächlich angebotene Dienstleistungen	95
4.3.6.1 Finanzvermögen	95
4.3.6.2 Humanvermögen	98
4.3.6.3 Sozialvermögen	99
4.4 Honorar für die Dienstleistungen	100
4.5 Der Markt für Family Office	102
4.5.1 HNWI/U-HNWI weltweit	102
4.5.1.1 Überblick HNWI/U-HNWI	102
4.5.1.2 Wachstum der Zielgruppe	104
4.5.2 HNWI/U-HNWI in Deutschland	105
4.5.2.1 High Networth Individuals	105
4.5.2.2 Ultra-High Networth Individuals	106
4.5.2.3 Regionale Aufteilung	106
4.5.2.4 Wachstum der Zielgruppe	108
4.5.2.5 Einschätzung des Marktes durch die Anbieter	109
4.5.2.6 Akquisitionsmethoden	113
5 SCHLUSSBETRACHTUNG	115
ANHANG	118
QUELLENVERZEICHNIS	173

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Unterschiede zwischen PB und PWM aus Anbietersicht	10
Abb. 2: Zustimmung der Anbieter zur formulierten Definition.....	13
Abb. 3: Anzahl der betreuten Familien in einem „Multi-User Family Office“	33
Abb. 4: Anzahl der betreuten Familien in einem „Single-User Family Office“.....	34
Abb. 5: Mindestvermögen für die Nutzung eines „Multi-User Family Offices“	36
Abb. 6: Mindestvermögen für die Nutzung eines „Single-User Family Offices“	37
Abb. 7: Grobsegmentierung im Privatkundengeschäft	40
Abb. 8: Herkunft des Vermögens in Europa im Jahr 2002	44
Abb. 9: Beziehungsstruktur ohne Family Office	52
Abb. 10: Beziehungsstruktur mit Family Office	54
Abb. 11: Kooperationen mit externen Beratern.....	55
Abb. 12: Einsatz externer Berater im Family Office	57
Abb. 13: Dienstleistungen des Family Offices.....	58
Abb. 14: Planungsphasen im Family Office	59
Abb. 15: Stiftungsadministration	70
Abb. 16: Magisches Dreieck der Geldanlage	76
Abb. 17: Prozess zur Findung der Anlagerichtlinien.....	78
Abb. 18: Einsatz externer Vermögensverwalter	80
Abb. 19: Beauty Contest	81
Abb. 20: Traditioneller Allokationsansatz.....	83
Abb. 21: Informationsmanagement durch Global Custodian.....	84
Abb. 22: Family Office Reporting	86
Abb. 23: Häufigkeit des Reportings.....	87
Abb. 24: Online-Informationsmöglichkeit	88
Abb. 25: Vorgehensweise zur Entwicklung einer Family Governance	92
Abb. 26: Dienstleistungen im Bereich Finanzvermögen.....	96
Abb. 27: Dienstleistungen im Bereich Humanvermögen.....	98
Abb. 28: Dienstleistungen im Bereich Sozialvermögen	99
Abb. 29: Zusammensetzung des Honorars.....	101
Abb. 30: High Networth Individuals je Region im Jahr 2004	103
Abb. 31: Ultra-High Networth Individuals je Region im Jahr 2004	104
Abb. 32: Länderbezogenes Wachstum der Gruppe der HNWI.....	105

VII

Abb. 33: Anzahl der U-HNWI in Deutschland	106
Abb. 34: Anzahl U-HNWIs in den alten Bundesländern pro 100.000 Einwohnern.....	107
Abb. 35: Anzahl U-HNWIs in den neuen Bundesländern pro 100.000 Einwohnern...	108
Abb. 36: Einschätzung des Marktpotentials für Family Offices in Deutschland.....	110
Abb. 37: Einschätzung der neuen Anbieter im Bereich Family Office	111
Abb. 38: Konkurrenzdruck durch neue Anbieter.....	112
Abb. 39: Akquisitionsmethoden der Anbieter.....	113

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Aufbau einer Bilanz	24
Tab. 2: Gliederung einer Privatbilanz nach Anlageklassen.....	26
Tab. 3: Übersicht der Formen des Family Offices	32

Abkürzungsverzeichnis

AG	Aktiengesellschaft
FDL	Finanzdienstleistungen
FO	Family Office
GuV	Gewinn- und Verlustrechnung
HGB	Handelsgesetzbuch
HNWI	High Networth Individual
Ltd.	Limited
MTM	Mid-Tier Millionaire
PB	Private Banking
PWM	Private Wealth Management
U-HNWI	Ultra-High Networth Individual