HSLU Hochschule Luzern

Wirtschaft
Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ

Private Banking in der Schweiz

Anlageverhalten, Erwartungen und Zufriedenheit vermögender Personen

Von Prof. Dr. Simon Amrein, Nadine Berchtold, Prof. Dr. Andreas Dietrich, Dr. Moreno Frigg und Dr. Anastasia Steinberger

Eine Studie der Hochschule Luzern in Zusammenarbeit mit

Luzerner Kantonalbank

FH Zentralschweiz

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung 3

2 Vier Private Banking-Typen 6
2.1 Private Banking-Kundschaft im Vergleich mit der Schweizer Gesamtbevölkerung 6
2.2 Beliebteste Anlageklassen 9
2.3 Zusammensetzung der Anlageportfolios 11
2.4 Unterschiede der vier Private Banking-Typen 13
2.5 Vermögensziele 14

3 Nutzung von Haupt- und Anlagebanken 17
3.1 Hauptbank-Beziehungen 17
3.2 Anlagebank-Beziehungen 19

4 Erwartungen an Bank, Berater:in und Dienstleistungen 22
4.1 Kundenzufriedenheit 22
4.2 Kriterien bei der Wahl der Anlagebank 23
4.3 Selbst anlegen vs. delegieren 24
4.4 Kriterien bei der Anlageberatung 25
4.5 Wechselhäufigkeit 26

5 Beratungs- und Kontaktbedürfnisse 28
5.1 Vermögensstrukturierung als Dienstleistung 29
5.2 Ausgeprägtes Kontaktbedürfnis im Private Banking 32

6 Fazit 34

1 Einleitung

Von Prof. Dr. Simon Amrein, Nadine Berchtold, Prof. Dr. Andreas Dietrich, Dr. Moreno Frigg und Dr. Anastasia Steinberger[1]

Der Private Banking-Markt in der Schweiz ist zentral für den Finanzplatz Schweiz. Allein die verwalteten Wertschriftenvermögen von Privatpersonen betragen knapp CHF 1.8 Billionen, was dem Doppelten des schweizerischen Bruttoinlandprodukts entspricht. Dazu kommen CHF 845 Milliarden, welche Privathaushalte auf Konten halten (Stand Juni 2026).[2] Einerseits ist das Geschäft mit Kund:innen mit einem Wohnsitz ausserhalb der Schweiz weiterhin wichtig (Offshore-Geschäft). Andererseits gibt es in der Schweiz eine grosse Anzahl an Personen mit einem Vermögen von mehr als CHF 1 Million. Per Ende 2022 gab es rund 392'000 Steuerpflichtige mit einem Reinvermögen von mehr als CHF 1 Million. Diese 392'000 Personen sind im Besitz von rund 70 Prozent des gesamten Reinvermögens aller natürlichen Personen in der Schweiz.[3] Aufgrund unterschiedlicher Definitionen lässt sich aus diesen 400'000 Personen nicht direkt die Anzahl Private Banking-Kund:innen in der Schweiz ableiten. Denn Banken rechnen in der Regel mit dem frei verfügbaren Vermögen. Das Reinvermögen umfasst hingegen zusätzlich Immobilien (abzüglich Schulden). Trotzdem ist in der Schweiz von einer substanziellen Basis von Private Banking-Kund:innen auszugehen.

Die Bedürfnisse dieser vermögenden Privatkund:innen haben sich in den letzten Jahren verändert. Wesentliche Treiber dieser Entwicklung sind die Digitalisierung und die damit einhergehenden sich wandelnden Ansprüche, eine neue Generation von Kund:innen, darunter auch viele «Digital Natives», sowie das anhaltend tiefe respektive über lange Zeit negative Zinsumfeld. Letzteres hat dazu geführt, dass klassische Sparanlagen an Attraktivität verloren haben und Kund:innen vermehrt aktive Anlagelösungen oder alternative Anlageklassen nachfragen.

Obwohl dieses Kundensegment für Banken und den gesamten Schweizer Finanzplatz von zentraler Bedeutung ist, gibt es bislang wenige (neuere) Daten und Studien, die dieses Segment aus Kundensicht beleuchten. Die vorliegende Studie soll diese Lücke schliessen und das Private Banking seitens Kund:innen betrachten. Dabei stehen unter anderem die folgenden Fragestellungen im Fokus:

1. Wie unterscheidet sich die Private Banking-Kundschaft von der Schweizer Gesamtbevölkerung?

2. Welche Ziele verfolgen Private Banking-Kund:innen mit ihrem Vermögen?

3. Wie investieren Private Banking-Kund:innen ihr Vermögen und welche Anlageformen spielen dabei eine besondere Rolle?

4. Welche unterschiedlichen Typen von Private Banking-Kund:innen gibt es und wie unterscheiden sich deren Bedürfnisse?

5. Welche Finanzinstitute wählen vermögende Privatkund:innen für ihre Anlagen aus und was ist ihnen dabei wichtig?

6. Wie häufig möchten Private Banking-Kund:innen von ihrer Bank respektive ihrer Kundenberaterin oder ihrem Kundenberater kontaktiert werden?

7. Welche Erwartungen haben vermögende Personen an ihre Bank(en)?

8. Wie häufig wechseln Private Banking-Kund:innen die Bank?

Grundlage für die Beantwortung dieser Fragen bildet eine Befragung von 307 Personen mit Wohnsitz in der

[1] Anastasia Steinberger arbeitet im Asset Management Advisory bei der Luzerner Kantonalbank.

[2] SNB (2026). SNB Datenportal. Verpflichtungen aus Kundeneinlagen, sektorale Gliederung. Online (05.08.2026): https://data.snb.ch/de/warehouse/BSTA/cube/BSTA@SNB.MONA_US.BIL.PAS.VKE | SNB (2026). SNB Datenportal. Wertschriftenbestände in Kundendepots nach Domizil und Wirtschaftssektor der Depotinhaber. Online (05.08.2026): https://data.snb.ch/de/topics/banken/chart/bawebedosecmch

[3] Vgl. Kapitel 2 für detaillierte Diskussion sowie Hinweise zu Anzahl Steuerfälle. Eidgenössische Steuerverwaltung ESTV (2025). Gesamtschweizerische Statistik der besteuerten Vermögen (Vermögenssteuerstatistik) vom 20. November 2025. Online (05.08.2026): https://www.estv.admin.ch/de/gesamtschweizerische-vermoegenssteuerstatistik

Schweiz, welche über ein freies Vermögen von mehr als CHF 1 Million verfügen. Die Mehrheit der befragten Personen verfügen über ein Vermögen zwischen CHF 1 und 3 Millionen. Sehr vermögende Personen, häufig als «Ultra High Net Worth Individuals» bezeichnet, werden von der Stichprobe nur in einer sehr geringen Anzahl abgedeckt.

Die Studie gliedert sich in vier Teile. In Kapitel 2 wird anhand von vier Private Banking-Typen aufgezeigt, wie sich die Bedürfnisse und Anlageentscheidungen des Segments von jenen der breiten Bevölkerung der Schweiz unterscheiden. Im dritten Kapitel wird dargelegt, bei welchen Finanzinstituten sie ihr Vermögen anlegen und welche Kriterien ihnen bei der Wahl wichtig sind. Im vierten Kapitel werden die Kundenzufriedenheit sowie ihre Erwartungen an die Bank, die Beraterin und den Berater sowie an das Dienstleistungs- und Produktangebot untersucht. Im fünften Kapitel wird die Beratung vertieft, indem die Themen Vermögensstrukturierung und die Kontakthäufigkeit in den Fokus gestellt werden. Abschliessend werden im Fazit die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst und zentrale Implikationen daraus abgeleitet.

Die vorliegende Untersuchung wurde in Zusammenarbeit mit der Luzerner Kantonalbank durchgeführt, die den Prozess inhaltlich begleitete und zur Ausrichtung und Vertiefung der Arbeit beitrug.

Methodik und Beschreibung der Stichprobe

Die Studie basiert auf einer Befragung von insgesamt 307 in der Schweiz wohnhaften Personen zwischen 38 und 90 Jahren und mit einem frei verfügbaren Vermögen von mehr als CHF 1 Million. Die Erhebung wurde im Zeitraum vom 7. bis 18. Mai 2026 online durch das Marktforschungsinstitut intervista durchgeführt. Für die Kategorisierung nach Alter wurden drei Gruppen gebildet:

– Generation X/Y (geb. 1965 – 1996 / 30 – 61 Jahre)
– Babyboomer (geb. 1946 – 1964 / 62 – 80 Jahre)
– Silent Generation (geb. vor 1946 / 81 Jahre+)

Tabelle 1 zeigt die deskriptiven Statistiken der Stichprobe. Unter den befragten Personen sind 86 Prozent Männer. 75 Prozent der Befragten gehören zur Alterskategorie der Babyboomer, 16 Prozent zur Silent Generation und die restlichen 9 Prozent zur Generation X/Y. Knapp drei Viertel der Befragten verfügen über einen tertiären Bildungsabschluss, welcher einer Ausbildung auf Stufe höherer Berufsbildung (Berufs- und höhere Fachprüfungen sowie höhere Fachschulen) oder auf Hochschul-Niveau (universitäre Hochschulen, Fachhochschulen und pädagogische Hochschulen) entspricht. Zusätzlich verfügt der Grossteil der Stichprobe (73 %) über ein frei verfügbares Vermögen zwischen einer und drei Millionen Schweizer Franken. Ebenfalls in der Tabelle ersichtlich sind die Verteilungen von Sprachregionen und Einkommen, Siedlungstyp sowie subjektiv eingeschätztem Finanzwissen.

Die Aussagekraft hinsichtlich der Repräsentativität der Stichprobe lässt sich nicht abschliessend beurteilen, da für die Grundgesamtheit der vermögenden Schweizerinnen und Schweizer (freies Vermögen > CHF 1 Mio.) keine ausreichenden Informationen zu relevanten Merkmalen wie Alter, Bildung, Geschlecht oder Migrationshintergrund vorliegen. Bei den befragten Personen handelt es sich überwiegend um Personen mit einem Vermögen zwischen CHF 1 und 3 Millionen, während «Ultra High Net Worth Individuals» in der Stichprobe nur vereinzelt vertreten sind.

		Anteil (n=307)
Geschlecht (n=307)	Männlich	86.0 %
	Weiblich	13.7 %
	Divers / anderes	0.3 %
Alterskategorie (n=307)	Generation X/Y	9.1 %
	Babyboomer	75.2 %
	Silent Generation	15.6 %
Region (n=307)	Deutschschweiz	80.5 %
	Westschweiz	19.5 %
Siedlungstyp (n=307)	Stadt	63.8 %
	Land	36.2 %
Bildung (n=307)	Kein Tertiärabschluss	25.7 %
	Tertiärabschluss	74.3 %
Freies Vermögen in CHF (n=307)	1 – 3 Mio.	72.6 %
	> 3 Mio.	27.4 %
Einkommen in CHF (n=265)	< 100’000	37.4 %
	100’001 – 200’000	40.8 %
	200’001 – 300’000	12.5 %
	300’001 – 500’000	4.2 %
	> 500’000	5.3 %
Finanzwissen (subjektiv; n=301)	deutlich unterdurchschnittlich	3.7 %
	leicht unterdurchschnittlich	3.7 %
	durchschnittlich	14.0 %
	leicht überdurchschnittlich	39.9 %
	deutlich überdurchschnittlich	38.9 %

Tabelle 1: Deskriptive Übersicht der Stichprobe

2 Vier Private Banking-Typen

Nur ein relativ kleiner Anteil der in der Schweiz lebenden Personen zählt zum Kundensegment des Private Bankings. Als wesentliches Abgrenzungskriterium für dieses Kundensegment verwenden Banken häufig ein frei verfügbares Vermögen von mehr als CHF 1 Million. Zum freien Vermögen gehören beispielsweise Kontoguthaben und Wertschriften, nicht aber Vermögenswerte wie Immobilien, Vorsorgeguthaben oder Firmenbeteiligungen.

Im Jahr 2022 betrug das durchschnittliche Reinvermögen einschliesslich Immobilienbesitz der Schweizer Bevölkerung CHF 441'000. Insgesamt erfasste die Eidgenössische Steuerverwaltung im selben Jahr rund 392'000 Steuerfälle mit einem Reinvermögen von mehr als CHF 1 Million. Dies entsprach knapp 7 Prozent aller Steuerfälle. Die Vermögensverteilung in der Schweiz ist jedoch sehr ungleich: Die 392'000 Steuerfälle vereinten 2022 71.3 Prozent des Gesamtvermögens der steuerpflichtigen Personen.[4] Aus der Anzahl der Steuerfälle lässt sich aber nicht direkt auf die Zahl der Private Banking-Kund:innen schliessen. Zum einen unterscheiden sich die zugrunde liegenden Vermögensdefinitionen. Banken berücksichtigen in der Regel das frei verfügbare Vermögen, während die Statistik der Eidgenössischen Steuerverwaltung das steuerbare Reinvermögen ausweist, das unter anderem Immobilien einschliesst und bestehende Schulden berücksichtigt. Zum anderen werden verheiratete Paare grundsätzlich gemeinsam veranlagt und somit als ein Steuerfall erfasst.

Innerhalb des Private Banking-Segments unterscheiden Banken ihre Kund:innen häufig noch weiter nach deren Vermögen (z.B. High Net Worth oder Ultra High Net Worth Individuals), der Vermögensherkunft (z.B. Unternehmer oder Führungskräfte), der geografischen Herkunft oder nach der Art der Beratungsmandate (z.B. «execution only» oder Vermögensverwaltungsmandat). Auch die vorliegende Untersuchung unterscheidet verschiedene Typen von Private Banking-Kund:innen. Im Gegensatz zu den gängigen Segmentierungsansätzen der Banken stehen dabei jedoch nicht Kriterien wie Vermögenshöhe, Vermögensherkunft oder geografische Herkunft im Vordergrund. Stattdessen wird empirisch untersucht, in welchen Dimensionen sich die befragten Personen hinsichtlich ihres Verhaltens und ihrer Anlageklassen besonders deutlich unterscheiden.

Nachfolgend wird zuerst aufgezeigt, wie sich Private Banking-Kund:innen von der Gesamtbevölkerung unterscheiden. Danach wird die Portfolioallokation näher betrachtet. Daraus abgeleitet werden im Anschluss vier Typen von Private Banking-Kund:innen identifiziert und charakterisiert. Ebenfalls diskutiert werden die Ziele, welche Kund:innen mit ihrem Vermögen verfolgen.

2.1 Private Banking-Kundschaft im Vergleich mit der Schweizer Gesamtbevölkerung

Neben den bereits durch die Definition des Private Banking-Segments gegebenen Vermögensunterschieden zeigen sich auch bei der Finanzmarktpartizipation, beim Finanzinteresse und bei der Angst vor Verlusten deutliche Unterschiede zwischen Vermögenden und der Gesamtbevölkerung in der Schweiz. Abbildung 1 zeigt den Anteil der Personen, die Wertschriften besitzen. Die Vergleichsdaten zur Schweizer Bevölkerung stammen aus der Befragung des Vorjahres.[5]

In der Schweizer Bevölkerung investiert etwa jede zweite Person in Wertschriften. Im Jahr 2025 lag dieser Anteil bei durchschnittlich 52 Prozent. Bereits die Vorjahresstudie zeigte, dass der Anteil der Anleger:innen mit zunehmendem Vermögen steigt. Unter den Personen mit einem Vermögen von weniger als CHF 20'000 investierte rund jede vierte Person in Wertschriften. Bei Personen mit einem Vermögen von mehr als CHF 250'000 belief sich der Anteil auf 83 Prozent. Die nun erhobenen Daten zu Personen mit einem Vermögen von mehr als CHF 1 Million zeigen, wenig überraschend, ein noch deutlicheres Bild: Praktisch alle Befragten investieren in Wertschriften. Der Anteil der Anleger:innen beträgt 99 Prozent.

[4] Eidgenössische Steuerverwaltung ESTV (2025). Gesamtschweizerische Statistik der besteuerten Vermögen (Vermögenssteuerstatistik) vom 20. November 2025. Online (05.08.2026): https://www.estv.admin.ch/de/gesamtschweizerische-vermoegenssteuerstatistik

[5] Amrein, S., Rey, R., Dietrich, A. und Steinberger, A. (2025). Anlegen und Vorsorgen in der Schweiz – eine ganzheitliche Betrachtung. Deren Stichprobe ist hinsichtlich des Alters, des Geschlechts und der Sprachregion der befragten Personen für die Schweiz repräsentativ.

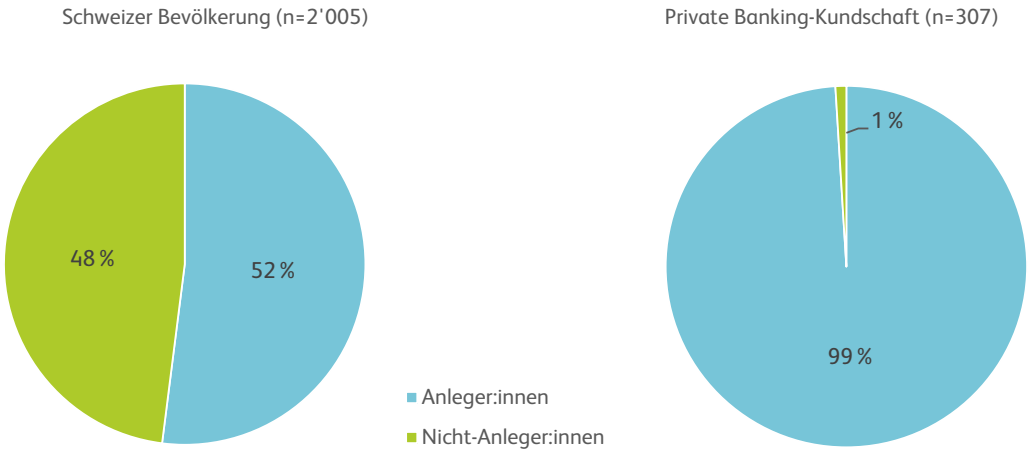


Abbildung 1: Anteil Wertschriften-Anleger:innen in der Schweizer Bevölkerung (Erhebung 2025) vs. Private Banking-Kundschaft (Erhebung 2026)

Neben dem Vermögen sind auch das Finanzwissen, das Finanzinteresse sowie die Angst vor Verlusten wesentliche Faktoren, weshalb Personen in der Schweiz anlegen oder nicht.[6] Abbildung 2 zeigt das Interesse an Finanzmärkten sowie die Angst vor Verlusten nach Vermögensklassen. Die Werte für Personen mit einem Vermögen von weniger als CHF 1 Million stammen wiederum aus der Vorjahresbefragung.

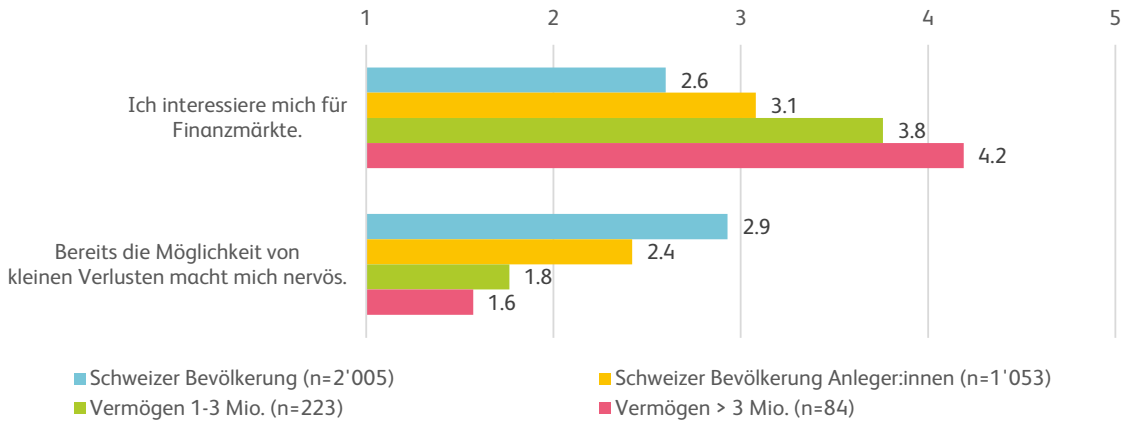


Abbildung 2: Zustimmung zu Aussagen zum Thema Anlegen (1=«trifft überhaupt nicht zu»; 5=«trifft voll und ganz zu»)[7]

[6] Amrein, S., Rey, R., Dietrich, A. und Steinberger, A. (2025).

[7] Die Daten zur Schweizer Bevölkerung stammen aus einer Erhebung von 2025: Amrein, S., Rey, R., Dietrich, A. und Steinberger, A. (2025).

Das Interesse wurde auf einer Skala von 1 («trifft überhaupt nicht zu») bis 5 («trifft voll und ganz zu») anhand der Zustimmung zu Aussagen zum Thema Anlegen erhoben, wobei höhere Werte ein stärkeres Interesse widerspiegeln. Vermögende weisen mit einem Mittelwert von 3.8 und 4.2 ein deutlich höheres Interesse an den Finanzmärkten auf als die Schweizer Bevölkerung, deren durchschnittliches Interesse bei 2.6 liegt. Das Interesse der Vermögenden ist auch höher als jenes der Anleger:innen in der Gesamtbevölkerung (Mittelwert 3.1). Analog zur breiten Bevölkerung zeigt sich auch unter Vermögenden ein positiver Zusammenhang zwischen Vermögen und dem Finanzmarktinteresse: Personen mit höherem Vermögen weisen im Durchschnitt ein höheres Interesse auf. Männer interessieren sich mit einem Mittelwert von 4.0 stärker für Finanzmärkte als Frauen, die einen Mittelwert von 3.3 aufweisen. Das Interesse der Frauen im Private Banking-Segment liegt jedoch immer noch über jenem der breiten Bevölkerung.

Ein deutlicher Unterschied zwischen Vermögenden und der breiten Bevölkerung zeigt sich auch hinsichtlich der Verlustangst. Während kleine Verluste bei Private Banking-Kund:innen mit einem Mittelwert von 1.7 nur geringe Nervosität auslösen, liegt der entsprechende Mittelwert in der Allgemeinbevölkerung mit 2.9 deutlich höher. Auch hier zeigt sich ein leichter Zusammenhang zwischen Vermögen und Verlustangst. Befragte mit einem Vermögen zwischen CHF 1 und 3 Millionen erreichen einen Mittelwert von 1.8, während Personen mit einem Vermögen von mehr als CHF 3 Millionen einen Mittelwert von 1.6 aufweisen. Die insgesamt geringe Nervosität gegenüber kleineren Verlusten zeigt sich unabhängig von den betrachteten demografischen Merkmalen, wobei der Mittelwert in keiner demographischen Untergruppe über 2.0 liegt. Zwischen Vermögen und Risikobereitschaft dürfte dabei eine wechselseitige Beziehung bestehen. Einerseits kann ein höheres Vermögen aufgrund des grösseren finanziellen Spielraums die Auswirkungen von Verlusten abfedern und damit die Verlustangst reduzieren. Andererseits könnte eine höhere Risikobereitschaft langfristig auch zur Bildung eines grösseren Vermögens beitragen.

Schliesslich wurden die Befragten gebeten, ihr eigenes Finanzwissen einzuschätzen. Frühere Analysen zeigen,

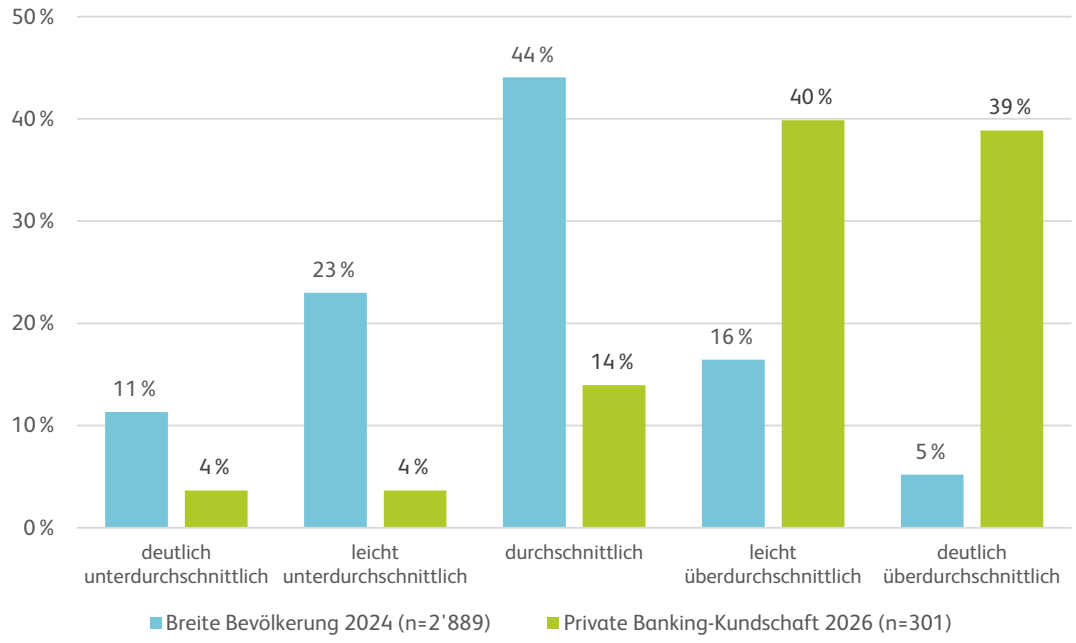


Abbildung 3: Selbsteinschätzung des Finanzwissens in der Schweizer Bevölkerung (Erhebung 2024) vs. Private Banking-Kundschaft (Erhebung 2026)

dass die meisten Personen ihr Finanzwissen ziemlich gut einschätzen können.[8] Fast die Hälfte der breiten Bevölkerung schätzte bei einer Befragung aus dem Jahr 2024 das eigene Finanzwissen als durchschnittlich ein und mehr als ein Drittel als unterdurchschnittlich. Die Ergebnisse der diesjährigen Befragung von Private Banking-Kund:innen zeichnen hingegen ein deutlich anderes Bild. Die Befragten schätzen ihr eigenes Finanzwissen wesentlich höher ein. Lediglich 8 Prozent stufen ihr Finanzwissen als unterdurchschnittlich ein, während 79 Prozent ihr Finanzwissen als überdurchschnittlich bewerten (vgl. Abbildung 3). Auch hier dürfte eine wechselseitige Beziehung zwischen Vermögen und Finanzwissen bestehen. Wer bereits über ein höheres Vermögen verfügt, hat möglicherweise stärkere Anreize, sich mit dessen Anlage auseinanderzusetzen und entsprechendes Finanzwissen aufzubauen. Gleichzeitig kann ein höheres Finanzwissen bessere Anlageentscheidungen begünstigen und damit langfristig zur Vermögensbildung beitragen.

2.2 Beliebteste Anlageklassen

Die hohe Beteiligung an Wertschriftenanlagen im Private Banking-Segment schafft günstige Voraussetzungen für einen langfristigen Vermögensaufbau über Kapitalerträge. Im Gegensatz dazu verzichtet fast die Hälfte der Bevölkerung auf eine Beteiligung an den Kapitalmärkten und damit auf entsprechende Ertragschancen. Gleichzeitig kann nicht investiertes Vermögen durch Inflation an Kaufkraft verlieren. Diese Unterschiede im Anlageverhalten können langfristig zu einer unterschiedlichen Vermögensentwicklung beitragen. Vor diesem Hintergrund ist von besonderem Interesse, in welche Anlageklassen Private Banking-Kund:innen investieren und wie sich ihre Vermögensallokation zusammensetzt.

Abbildung 4 illustriert den Anteil der befragten Private Banking-Kund:innen, die in die jeweiligen Anlageklassen investieren. Sie zeigt damit, wie verbreitet die einzelnen Anlageklassen unter den Befragten sind. Die effektive Vermögensallokation, also die Anteile der entsprechenden Anlageklassen am Gesamtvermögen der Befragten, ist jedoch nicht ersichtlich.[9]

Aktien als Einzeltitel stellen mit einem Anteil von 90 Prozent die am häufigsten genutzte Anlageklasse dar. Dieser Anteil liegt deutlich über jenem der Allgemeinbevölkerung, in welcher 35 Prozent der Personen direkt in Aktien investieren.[10] Auch im Vergleich zu den Anleger:innen in der breiten Bevölkerung zeigt sich ein höherer Anteil (67 %).

Am zweithäufigsten investieren die Befragten in selbstbewohntes Wohneigentum. Drei Viertel der Befragten besitzen eine eigene Liegenschaft, während die schweizweite Wohneigentumsquote gemäss Bundesamt für Statistik lediglich 36 Prozent beträgt (Stand 2024).[11] Der höhere Anteil unter vermögenden Personen lässt sich zumindest teilweise durch die finanziellen Eintrittshürden des Immobilienerwerbs erklären.[12] Entsprechend ist der Anteil an Wohneigentum innerhalb der Private Banking-Kundschaft erwartungsgemäss deutlich höher als in der Gesamtbevölkerung.

An dritter Stelle stehen Anlagefonds, die von 68 Prozent der Private Banking-Kundschaft genutzt werden. In der breiten Bevölkerung investiert nur rund ein Drittel in Anlagefonds. Werden jedoch Anleger:innen betrachtet, liegt der Anteil mit 63 Prozent deutlich näher am Wert der Private Banking-Kundschaft. Etwas mehr als die Hälfte (53 %) der befragten Private Banking-Kundschaft investiert zudem indirekt in Immobilien, beispielsweise über Immobilienfonds.

Bei den alternativen und weniger klassischen Anlageformen zeigen sich ebenfalls Unterschiede. Fast die Hälfte der Befragten (46 %) verfügt über Anlagen in Gold. Unter den anlegenden Personen der breiten Bevölkerung investieren hingegen 28 Prozent in alternative Anlagen wie Gold und andere Rohstoffe. Auch risikoreichere Anlageformen wie Optionen oder

[8] Unveröffentlichte Daten aus einer Datenerhebung im Jahr 2024. Die Stichprobe ist hinsichtlich des Alters, des Geschlechts und der Sprachregion der befragten Personen für die Schweiz repräsentativ.

[9] Effektive Vermögensallokationen sind basierend auf Online-Befragungen schwierig zu erheben, bzw. führen erfahrungsgemäss häufig zu wenig belastbaren Zahlen.

[10] Amrein, S., Rey, R., Dietrich, A. & Steinberger, A. (2025).

[11] Bundesamt für Statistik (2026). Mieter/Eigentümer. Bewohnertyp der bewohnten Wohnungen 2024. Online (01.08.2026): https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bau-wohnungswesen/wohnungen/wohnverhaeltnisse/mieter-eigentuemer.html

[12] Banken verlangen in der Regel mindestens 20 Prozent des Kaufpreises als liquides Eigenkapital, was bei einer Immobilie im Wert von CHF 1 Million bereits einem Betrag von CHF 200’000 entspricht.

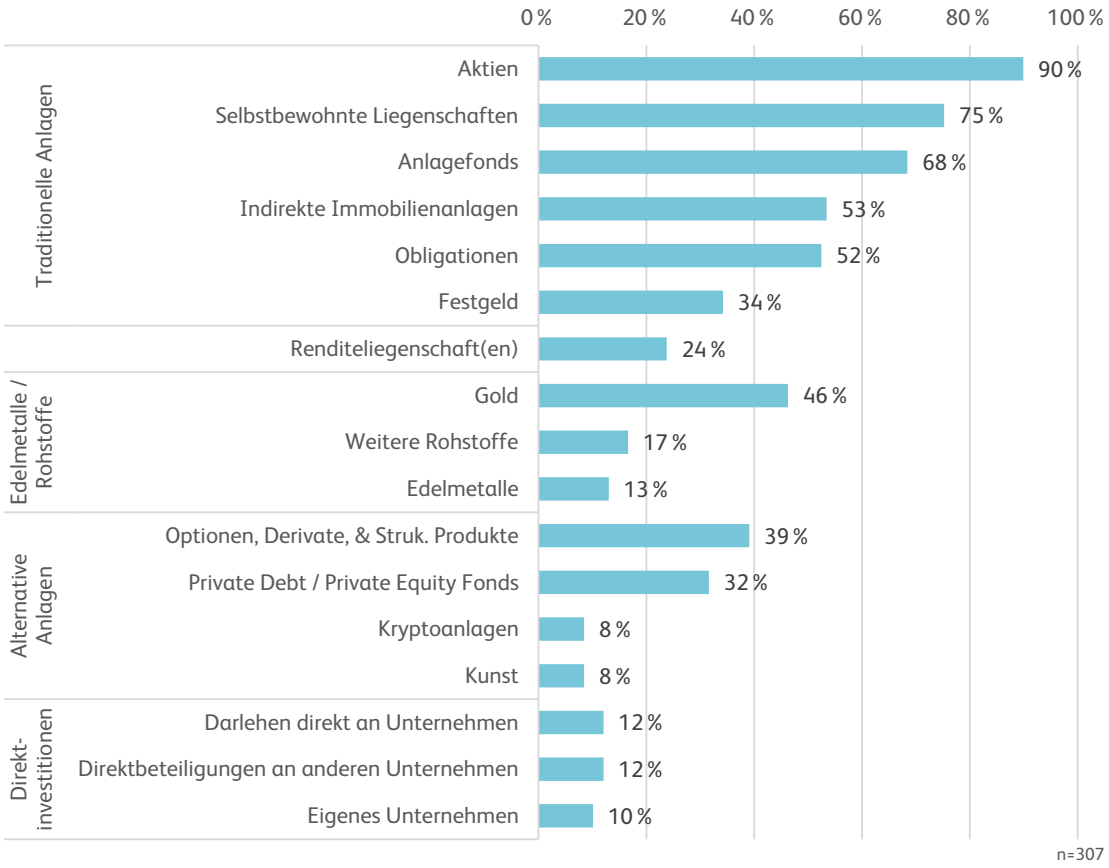


Abbildung 4: Anteil Private Banking-Kund:innen im Besitz der entsprechenden Anlageklasse

strukturierte Produkte sind bei Private Banking-Kund:innen stärker verbreitet. Rund 39 Prozent investieren in solche Anlageprodukte. Im Vergleich dazu liegen die Anteile unter den Anleger:innen der breiten Bevölkerung deutlich tiefer. Optionen besitzen 6 Prozent und strukturierte Produkte 9 Prozent.[13]

Anders verhält es sich bei Investitionen in Kryptoanlagen. Während lediglich 8 Prozent der Private Banking-Kund:innen in Kryptoanlagen investieren, liegt der Anteil in der breiten Bevölkerung höher. Unter allen Personen betrug dieser Anteil im Jahr 2026 18 Prozent.[14] Eine mögliche Erklärung für die geringere Verbreitung von Kryptoanlagen unter Private Banking-Kund:innen liegt in der Altersstruktur dieses Segments beziehungsweise der vorliegenden Stichprobe. Die Ergebnisse der Studie aus dem Jahr 2026 zeigen, dass Kryptoanlagen insbesondere unter jüngeren Personen der Generationen Y und Z verbreitet sind und ihre Verbreitung mit zunehmendem Alter abnimmt.[15]

[13] Dietrich, A., Amrein, S. & Rey, R. (2024). Kryptoanlagen in der Schweiz: Bekanntheit, Relevanz und Investitionsgründe.

[14] Dietrich, A., Bieri, D, Huber, P, Rey, R, Kaulitz, S. & Meier, M. (2026). Kryptoanlagen in der Schweiz 2026: Wer investiert, wer zögert – und was Banken daraus lernen können

[15] Dietrich, A., Bieri, D, Huber, P, Rey, R, Kaulitz, S. & Meier, M. (2026).

Auch Kunst spielt als Anlageklasse nur eine geringe Rolle: Lediglich 8 Prozent der Private-Banking-Kund:innen investieren darin. Im Vergleich zu anderen Anlageklassen dürften dabei persönliche Interessen eine besonders wichtige Rolle spielen.

Insgesamt zeigt sich, dass Anlagen in nahezu allen betrachteten Anlageklassen unter Vermögenden stärker verbreitet sind als in der breiten Bevölkerung, mit Ausnahme der Kryptoanlagen. Trotz der breiteren Diversifikation über verschiedene Anlageklassen dominieren auch bei der Private Banking-Kundschaft traditionelle Anlageklassen und Vermögenswerte wie Aktien, Wohneigentum und Anlagefonds klar. Die höhere Diversifikation mit verschiedenen Anlageklassen kann mit mehreren Faktoren zusammenhängen. Einerseits verfügen Personen mit höherem Vermögen über grössere finanzielle Spielräume, um in unterschiedliche Anlageklassen zu investieren. Dadurch können sie auch in Anlageklassen mit vergleichsweise hohen Eintrittsschwellen investieren. Andererseits könnte die Nutzung einer breiteren Palette von Anlageklassen mit dem höheren Interesse an Finanzmärkten und der geringeren Verlustangst dieser Kundengruppe zusammenhängen.

2.3 Zusammensetzung der Anlageportfolios

Die bisherigen Auswertungen betrachten die Private Banking-Kundschaft weitgehend als eine einheitliche Gruppe. Innerhalb dieses Kundensegments bestehen jedoch deutliche Unterschiede im Anlageverhalten und insbesondere darin, welche Anlageklassen genutzt werden. Um diese Unterschiede innerhalb des Private Banking-Segments genauer zu untersuchen, wurden die Befragten anhand ihres Anlageverhaltens zu unterschiedlichen Typen zusammengefasst. Ziel war es, Gruppen mit möglichst charakteristischen und voneinander unterscheidbaren Anlageprofilen zu identifizieren.

Abbildung 5 zeigt die Ergebnisse dieser Typisierung und stellt für jede Anlageklasse dar, wie stark deren Nutzung innerhalb der einzelnen Gruppen vom Durchschnitt der gesamten Private Banking-Stichprobe aus Abbildung 4 abweicht. Die ausgewiesenen Werte entsprechen den Abweichungen vom Durchschnitt in Prozentpunkten. Positive Werte zeigen, dass eine Anlageklasse innerhalb einer Gruppe überdurchschnittlich häufig vertreten ist, negative Werte weisen auf eine unterdurchschnittliche Verbreitung hin.

Aus der Analyse ergeben sich vier Typen innerhalb der Private Banking-Kundschaft:
- Immobilienorientierte Anleger:innen,
- Unternehmerische Anleger:innen,
- Konventionelle Anleger:innen sowie
- Kapitalmarktorientierte Anleger:innen.

Immobilienorientierte Anleger:innen (n=55) zeichnen sich neben traditionellen Anlagen insbesondere durch eine überdurchschnittlich häufige Nutzung von Renditeimmobilien aus. Mit durchschnittlich rund sechs unterschiedlichen Anlageklassen nutzt diese Gruppe eine vergleichsweise geringe Bandbreite an Anlageformen. In nahezu allen weiteren Anlageklassen investiert dieser Private Banking-Typ weniger häufig als die durchschnittliche Private Banking-Kundschaft und ist damit etwas weniger breit aufgestellt. Charakteristisch für diesen Private Banking-Typ ist somit die Kombination klassischer Anlageinstrumente mit einem ausgeprägten Fokus auf Renditeimmobilien, während weitere Anlageformen eine untergeordnete Rolle spielen.

Unternehmerische Anleger:innen (n=22) bilden eine vergleichsweise kleine Gruppe innerhalb der Stichprobe und zeichnen sich durch eine auffällig hohe Beteiligung an unternehmerischen und privaten Anlageformen abseits der öffentlichen Kapitalmärkte aus. Mit durchschnittlich rund neun unterschiedlichen Anlageklassen nutzt diese Gruppe die grösste Bandbreite an Anlageklassen unter den vier Private Banking-Typen. 86 Prozent dieses Private Banking-Typs halten Direktbeteiligungen an anderen Unternehmen, 68 Prozent vergeben Darlehen an Unternehmen und 64 Prozent besitzen ein eigenes Unternehmen, in welches sie über Beteiligungen investiert sind. Im Gegensatz zu immobilienorientierten sind unternehmerische Anleger:innen überdurchschnittlich häufig in zahlreichen weiteren Anlageklassen investiert und kombinieren private Anlageformen mit traditionellen und weiteren Investments, darunter auch Renditeliegenschaften.

Konventionelle Anleger:innen (n=150) bilden die grösste Gruppe und weisen mit durchschnittlich rund vier unterschiedlichen Anlageklassen die geringste Diversifikation aller Private Banking-Typen auf. Ihre Anlagen konzentrieren sich vorwiegend auf klassische und liquide Anlageinstrumente. Illiquidere Anlageklassen und komplexere Instrumente mit höheren Eintrittsschwellen sind in dieser Gruppe hingegen unterdurchschnittlich verbreitet. Dieser Private Banking-Typ zeichnet sich somit durch ein vergleichsweise fokussiertes Anlageprofil mit einem Schwerpunkt auf traditionellen Anlageklassen aus.



Abbildung 5: Anlageklassen pro Private Banking-Typ: Prozentpunktabweichung vom Durchschnitt

Kapitalmarktorientierte Anleger:innen (n=80) zeichnen sich durch eine überdurchschnittlich breite Nutzung verschiedener Anlageklassen aus. Mit durchschnittlich rund acht unterschiedlichen Anlageklassen weisen sie nach den unternehmerischen Anleger:innen die zweitgrösste Bandbreite an Anlageformen auf. Besonders deutlich zeigt sich dies bei komplexeren und alternativen Instrumenten: Optionen, weitere Derivate und strukturierte Produkte werden von 75 Prozent genutzt und Private Debt/Equity von 63 Prozent. Auch bei klassischeren Anlagen wie Obligationen und Fonds liegt diese Gruppe deutlich über dem Durchschnitt. Gleichzeitig sind liquidere Anlageformen bei kapitalmarktorientierten Anlegenden stärker verbreitet als illiquidere Anlagen mit höheren Eintrittsschwellen, wie etwa Renditeliegenschaften und Direktinvestitionen. Kapitalmarktorientierte Anleger:innen lassen sich damit als stark diversifizierte und finanzmarktaffine Gruppe charakterisieren, die ein breites Spektrum an klassischen wie auch komplexeren Anlageinstrumenten nutzt.

2.4 Unterschiede der vier Private Banking-Typen

Die vier oben identifizierten Typen innerhalb der Private Banking-Kundschaft unterscheiden sich nicht nur in Bezug auf ihr Anlageverhalten und die von ihnen genutzten Anlageklassen. Unterschiede zeigen sich auch beim Bedürfnis nach persönlichem Kontakt mit der Bank sowie dem Finanzwissen. Abbildung 6 ordnet die vier Private Banking-Typen entlang dieser beiden Dimensionen ein: Interesse Finanzmarkt (X-Achse, von hoch bis sehr hoch) und Kontaktbedürfnis (Y-Achse, von tief bis hoch).

Mit einem Anteil von 49 Prozent stellen die konventionellen Anleger:innen die grösste Gruppe innerhalb der Private Banking-Kundschaft dar. Darauf folgen die kapitalmarktorientierten Anleger:innen mit einem Anteil von 26 Prozent sowie die immobilienorientierten Anleger:innen mit 18 Prozent. Mit 7 Prozent bilden die unternehmerischen Anleger:innen die kleinste Gruppe. Tabelle 2 fasst das Interesse an Finanzmärkten der vier Private Banking-Typen zusammen und beschreibt, wie häufig sie kontaktiert werden möchten.

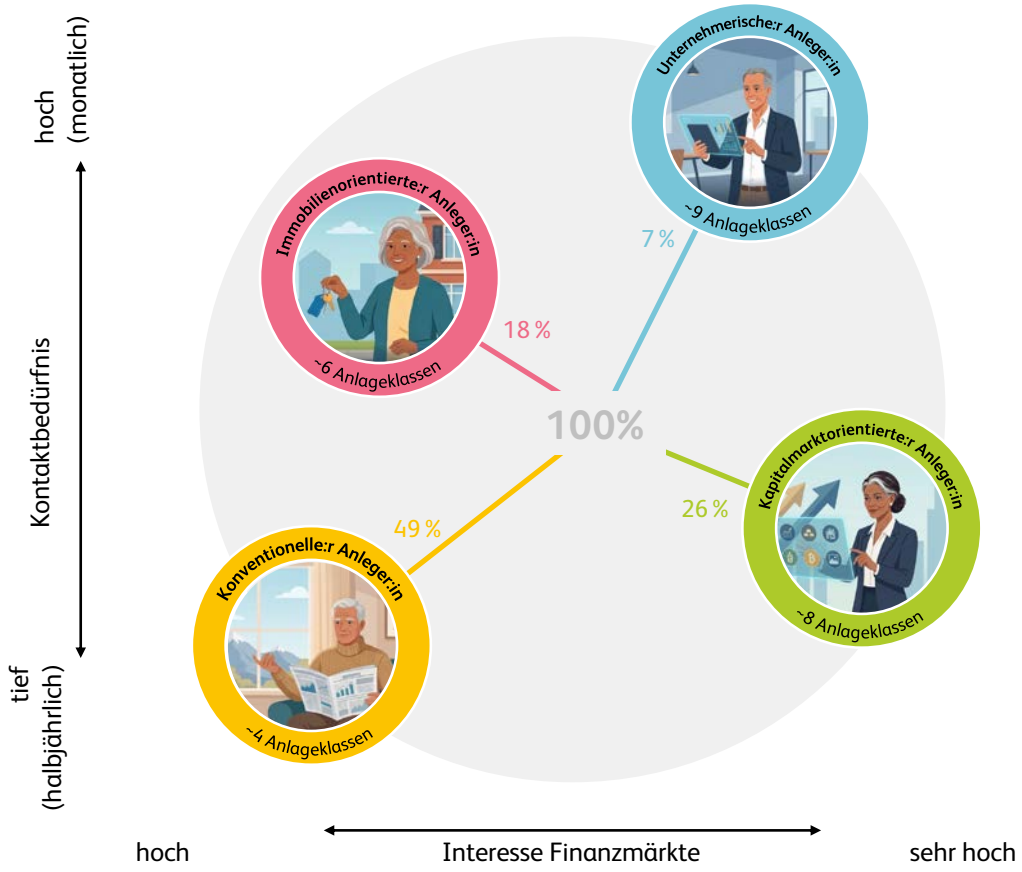


Abbildung 6: Vier Private Banking-Typen nach Finanzinteresse und Kontaktbedürfnis und gewählten Anlageklassen[16]

[16] Personen-Visualisierungen erstellt mit ChatGPT

Immobilienorientierte Anleger:innen	Unternehmerische Anleger:innen
Sie weisen ein hohes Finanzmarktinteresse (3.8) und ein Kontaktbedürfnis gegenüber der Bank von einmal pro Quartal auf. Zudem ist ihnen Expertise der Bank im Bereich Immobilien wichtig. Immobilienorientierte Anleger:innen nutzen entsprechend im Vergleich zu den anderen Typen häufiger Beratungen zum Thema Immobilienentwicklung.	Sie zeichnen sich durch ein sehr hohes Finanzmarktinteresse (4.1) und ein monatliches Kontaktbedürfnis aus. Das Kontaktbedürfnis umfasst häufig auch Berührungspunkte aus der unternehmerischen Tätigkeit. Entsprechend ist ihnen die Expertise der Bank im Bereich Unternehmensdienstleistungen wichtig. Im Vergleich mit den anderen Typen lassen sich unternehmerische Anleger:innen insbesondere bei unternehmensbezogenen und steuerlichen Themen häufiger beraten.
Konventionelle Anleger:innen	**Kapitalmarktorientierte Anleger:innen**
Sie weisen ein hohes Finanzmarktinteresse (3.7) und ein geringes Kontaktbedürfnis auf. Der bevorzugte Kontakt mit der Bank erfolgt etwa halbjährlich. Konventionelle Anleger:innen lassen sich über alle Themenbereiche hinweg vergleichsweise weniger häufig beraten.	Sie weisen ein sehr hohes Finanzmarktinteresse (4.3) und ein eher geringes Kontaktbedürfnis auf. Der gewünschte Kontakt mit der Bank erfolgt etwa alle vier Monate. In der Beratung nehmen diese Personen über nahezu alle Themenbereiche hinweg eine überdurchschnittliche Nutzung von Beratungsleistungen in Anspruch.

Tabelle 2: Übersicht der vier Private Banking-Typen

Hinweis: Weitere Informationen zu Erwartungen und Beratungsnutzung der Private Banking-Typen folgen weiter unten

Die vier Private Banking-Typen unterscheiden sich somit nicht nur darin, welche und wie viele Anlageklassen sie nutzen, sondern auch hinsichtlich ihres Finanzmarktinteresses und ihres Kontaktbedürfnisses gegenüber der Bank. Damit zeigen sich innerhalb der Private Banking-Kundschaft unterschiedliche Anlage- und Verhaltensprofile, die über die reine Zusammensetzung der Anlagen hinausgehen.

Insbesondere ein hohes Finanzmarktinteresse geht dabei nicht zwangsläufig mit einem hohen Kontaktbedürfnis einher. Während kapitalmarktorientierte Anleger:innen trotz ihres ausgeprägten Finanzmarktinteresses vergleichsweise wenig Kontakt zur Bank wünschen, weisen unternehmerische Anleger:innen sowohl ein hohes Finanzmarktinteresse als auch ein ausgeprägtes Kontaktbedürfnis auf. Eine mögliche Erklärung hierfür liegt in der unternehmerischen Tätigkeit dieser Kundengruppe: 64 Prozent der unternehmerischen Anleger:innen sind in das eigene Unternehmen investiert. Dadurch können sich neben der privaten Vermögensanlage weitere Berührungspunkte mit Banken ergeben, etwa im Zusammenhang mit Unternehmensfinanzierungen oder anderen Bankdienstleistungen für das eigene Unternehmen. Das ausgewiesene Kontaktbedürfnis dürfte daher teilweise über die reine Anlageberatung und Vermögensverwaltung hinausgehen.

Für Banken bedeutet dies, dass eine Segmentierung anhand des Vermögens die unterschiedlichen Bedürfnisse der Kund:innen nur unzureichend abbildet. Verhaltensbezogene Merkmale können eine wichtige Ergänzung darstellen, um Beratungs- und Betreuungsmodelle stärker an den tatsächlichen Bedürfnissen der Kund:innen auszurichten.

2.5 Vermögensziele

Vermögensziele bilden die Grundlage jeder Vermögensplanung und beeinflussen die Wahl der Anlagestrategie sowie die Nutzung von Private Banking-Dienstleistungen. Je nach Lebensphase, Einkommenssituation und finanziellen Prioritäten können sich diese Ziele deutlich unterscheiden. Ergänzend zur Analyse des Anlageverhaltens wurde daher untersucht, welche Ziele Private Banking-Kund:innen mit ihrem Vermögen verfolgen (vgl. Abbildung 7).

Für vermögende Personen stehen insbesondere die Generierung von Einkommen, das langfristige Vermögenswachstum sowie der Vermögensverbrauch zur Finanzierung des gewünschten Lebensstandards bis ans Lebensende im Vordergrund. Damit verfolgen die Befragten unterschiedliche, sich ergänzende Vermögensziele. Das Vermögen soll langfristig wachsen, laufende Erträge generieren und zugleich zur Finanzierung des eigenen Lebensstandards zur Verfügung stehen. Die Finanzierung grösserer Projekte und insbesondere philanthropische Vorhaben spielen demge-

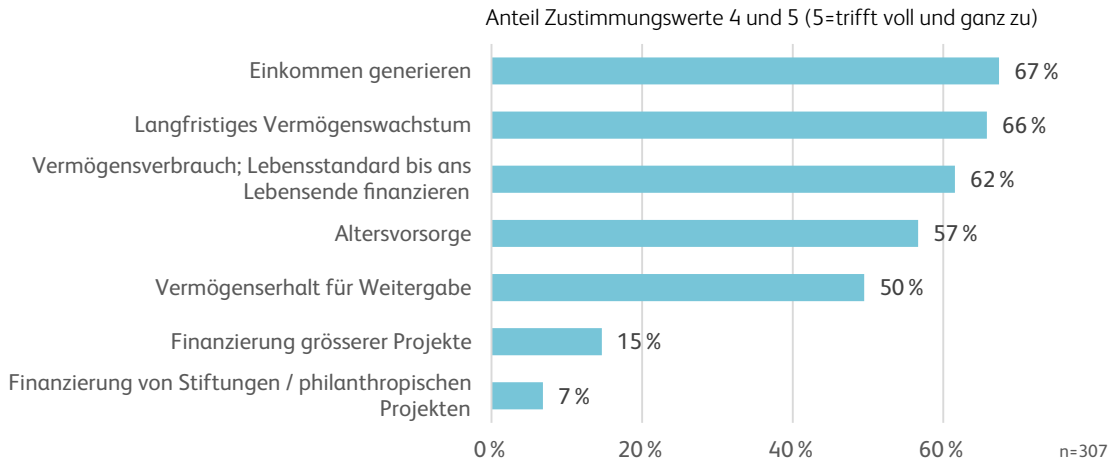


Abbildung 7: Vermögensziele

genüber eine deutlich geringere Rolle. Dies könnte aber auch mit der Zusammensetzung der Stichprobe zusammenhängen, die überwiegend Vermögende mit einem freien Vermögen zwischen CHF 1 und 3 Millionen und nur wenige noch vermögendere Personen umfasst. Philanthropische Zielsetzungen könnten bei sehr hohen Vermögen eine grössere Bedeutung einnehmen.

Dass sich die Vermögensziele mit dem Alter verändern, zeigt sich beim Vergleich der verschiedenen Generationen innerhalb der Private Banking-Kundschaft. Der Vermögenserhalt hat für die Babyboomer-Generation die höchste Bedeutung. Demgegenüber messen die Generationen X und Y dem langfristigen Vermögenswachstum und der Altersvorsorge die höchste Bedeutung bei. Die Wichtigkeit der Altersvorsorge nimmt tendenziell mit zunehmendem Alter ab und ist primär für noch erwerbstätige Kund:innen wichtig. Bei der Wichtigkeit der Altersvorsorge ist zudem ein Geschlechterunterschied erkennbar. Frauen messen der Altersvorsorge zudem eine höhere Bedeutung bei als Männer. Im Vergleich zu den Babyboomern und der Silent Generation betrachten jüngere Befragte ebenfalls die Finanzierung grösserer Projekte häufiger als Vermögensziel.

Unterschiede zeigen sich auch bei den vier identifizierten Private Banking-Typen. Für unternehmerische und kapitalmarktorientierte Anleger:innen hat das langfristige Vermögenswachstum eine höhere Bedeutung als für konventionelle und immobilienorientierte Anleger:innen. Die Finanzierung von grösseren Projekten spielt hingegen vor allem für immobilienorientierte sowie unternehmerische Anleger:innen eine vergleichsweise wichtige Rolle.

Präferenz für Schweizer Wertschriften

Neben den Anlageinstrumenten zählt auch die geografische Ausrichtung des Portfolios zu den zentralen Anlageentscheidungen, da sie die Diversifikation und das Risiko-Rendite-Profil beeinflusst. In der Finanzmarktforschung wird häufig beobachtet, dass Anleger:innen heimische Wertschriften gegenüber ausländischen Anlagen bevorzugen. Dieses Phänomen wird als Home Bias bezeichnet, da die tatsächliche Portfoliogewichtung inländischer Anlagen deutlich über jener liegt, die aufgrund moderner Portfoliotheorie empfohlen wird.[17]

Rund 68 Prozent der Befragten geben an, Schweizer Unternehmen gegenüber internationalen Unternehmen zu bevorzugen. Diese Präferenz ist bei älteren Generationen stärker ausgeprägt als bei jüngeren. Während die Hälfte der Befragten aus den Generationen X und Y angibt, Schweizer Anlagen zu bevorzugen, steigt die Zustimmungsquote bei den Babyboomern auf 69 Prozent und bei der Silent Generation auf 76 Prozent. Zudem zeigt sich ein Zusammenhang mit dem subjektiv eingeschätzten Finanzwissen: Je höher dieses ausfällt, desto weniger Befragte geben an, eine Präferenz für Schweizer Anlagen zu haben. Zwischen den Private Banking-Typen sind ebenfalls Unterschiede erkennbar. Die stärkste Angabe einer Präferenz für Schweizer Anlagen weisen die kapitalmarktorientierten (69 %) sowie die immobilienorientierten Anleger:innen (67 %) auf, gefolgt von den konventionellen (65 %). Die unternehmerischen Anleger:innen zeigen mit rund 59 Prozent die geringste Präferenz für Schweizer Unternehmen und weisen damit unter den vier Private Banking-Typen die geringste Ausprägung eines potenziellen Home Bias auf.

Als Nächstes stellt sich die Frage nach den Gründen für die Präferenz für Schweizer Unternehmen (vgl. Abbildung 8). Über 80 Prozent der Befragten, die Schweizer Unternehmen bevorzugen, nennen das Vertrauen in die Schweizer Wirtschaft und den Schweizer Franken als wichtigste Beweggründe. Rund 70 Prozent geben zudem die Vermeidung respektive die Reduzierung von Wechselkursrisiken als Motivation an.

Die hohen Zustimmungsquoten der genannten Gründe deuten darauf hin, dass bei der Präferenz für Schweizer Anlagen neben ökonomischen Überlegungen auch psychologische Faktoren eine Rolle spielen. Die Nähe zu bekannten Unternehmen und die Vertrautheit mit dem eigenen Wirtschaftsraum können dazu führen, dass Anleger:innen die Risiken einer zu starken Konzentration auf den Heimmarkt unterschätzen.

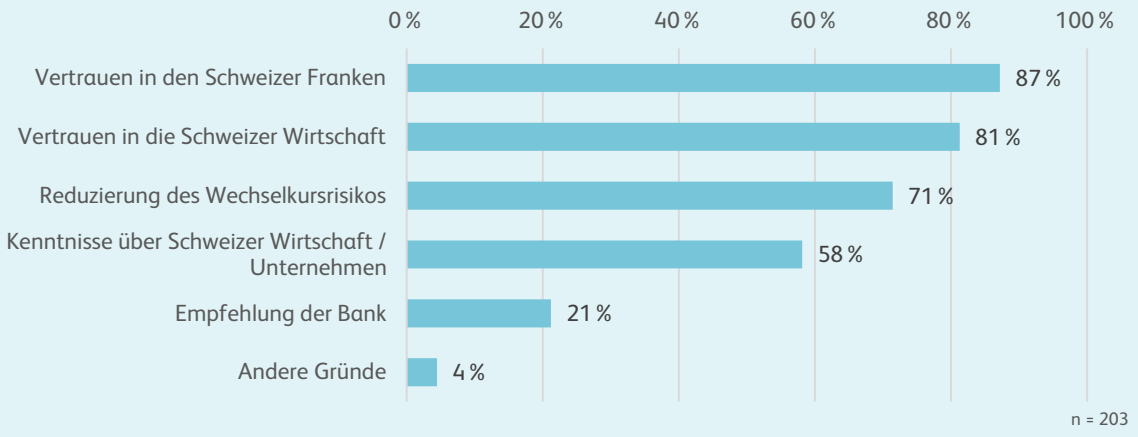


Abbildung 8: Gründe für Präferenz Schweizer Wertschriften

[17] French, K. R., & Poterba, J. M. (1991). Investor Diversification and International Equity Markets. The American Economic Review, 81(2), 222–226. http://www.jstor.org/stable/2006858

3 Nutzung von Haupt- und Anlagebanken

Neben der Frage, wie Private Banking-Kund:innen ihr Vermögen investieren, stellt sich auch die Frage, welchen Finanzdienstleistern sie ihr Vermögen anvertrauen. Die folgenden Abschnitte zeigen, wie viele Bankbeziehungen Private Banking-Kund:innen im Durchschnitt pflegen. Dabei wird zwischen der Hauptbank, definiert als die Bank, über welche der Zahlungsverkehr abgewickelt wird, und der Haupt-Anlagebank, bei der ein wesentlicher Teil der Anlagen gehalten wird, unterschieden. Zudem wird untersucht, aus welchen Gründen Vermögende mehrere Bankbeziehungen unterhalten. Anschliessend wird analysiert, wie zufrieden Private Banking-Kund:innen mit ihrer Haupt-Anlagebank sind, wie häufig sie diese wechseln und welche Aspekte für sie bei der Wahl der Haupt-Anlagebank besonders wichtig sind.

3.1 Hauptbank-Beziehungen

Vermögende Personen unterhalten deutlich mehr Bankbeziehungen als die breite Bevölkerung. Private Banking-Kund:innen verfügen im Durchschnitt über 3.3 Bankbeziehungen, während in der Schweiz wohnhafte Personen durchschnittlich 2.1 Bankbeziehungen pflegen (vgl. Abbildung 9).[18] Damit liegt die Anzahl Bankbeziehungen bei Private Banking-Kund:innen deutlich über dem Wert der Schweizer Gesamtbevölkerung. Besonders ausgeprägt sind die Unterschiede zwischen jüngeren und älteren Private Banking-Kund:innen. Während Kund:innen der Generationen X und Y die Dienstleistungen von durchschnittlich 4.5 unterschiedlichen Banken nutzen, pflegt die Silent Generation nur 2.7 Bankbeziehungen. Jüngere Vermögende unterhalten also mehr Bankbeziehungen als ältere Generationen. Ein Grund für die hohe Anzahl an Bankbeziehungen dürfte in der Nutzung von Digitalbanken liegen. Insbesondere bei jüngeren Kund:innen könnte die stärkere Nutzung von Digitalbanken und Brokern zur höheren Anzahl an Bankbeziehungen beitragen. Innerhalb der Generationen X und Y unterhält rund jede dritte befragte Person eine Beziehung zu einer Digitalbank oder einem Broker. Der einfache digitale Zugang zu solchen Anbietern könnte die Nutzung zusätzlicher Finanzdienstleister begünstigen. Aufgrund der vergleichsweise kleinen Stichproben-Fallzahl der Generationen X und Y (n=28) ist dieser Unterschied jedoch mit entsprechender Vorsicht zu interpretieren.

Auch zwischen den in Kapitel 2 identifizierten vier Private Banking-Typen zeigen sich gewisse, wenn auch nur geringe Unterschiede in der Anzahl der Bankbeziehungen. Konventionelle Anleger:innen haben im Durchschnitt 3.1 Bankbeziehungen. Unternehmerische Anleger:innen verfügen im Durchschnitt über 3.7 Bankbeziehungen. Die beiden Typen kapitalmarktorientierte und immobilienorientierte Anleger:innen liegen mit durchschnittlich 3.3 beziehungsweise 3.6 Bankbeziehungen dazwischen. Damit unterhalten die Private Banking-Typen mit höherem Kontaktbedürfnis tendenziell auch mehr Bankbeziehungen.

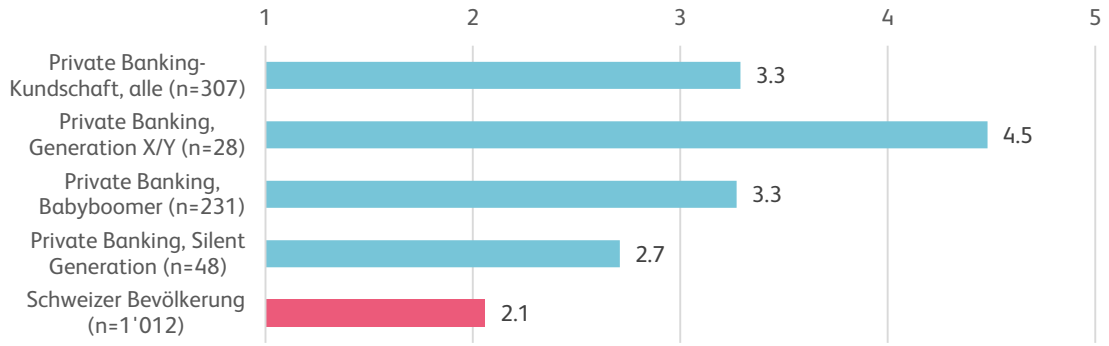


Abbildung 9: Anzahl Bankbeziehungen im Private Banking und in der Schweizer Bevölkerung

[18] Unveröffentlichte IFZ-Zahlen, basierend auf einer repräsentativen intervista-Befragung im Jahr 2026.

Abbildung 10 zeigt, bei welchen Banken wohlhabende Privatpersonen in der Schweiz Bankbeziehungen unterhalten. Gemäss der Befragung sind Kantonalbanken und die UBS die wichtigsten Banken für Private Banking-Kund:innen. Deutlich mehr als die Hälfte (59 %) der Private Banking-Kund:innen unterhält mindestens eine Bankbeziehung mit einer Kantonalbank, wobei mit 29 Prozent knapp die Hälfte davon die Kantonalbank als Hauptbank (z.B. mit Zahlungskonto) nutzt. Wie andere unveröffentlichte Auswertungen der Hochschule Luzern zeigen, ist dieser Anteil vergleichbar mit jenem der breiten Bevölkerung.[19]

An zweiter Stelle folgt die UBS. Mit 48 Prozent unterhält fast die Hälfte der Befragten eine Bankbeziehung mit ihr. Bemerkenswert ist dabei der vergleichsweise hohe Anteil der Befragten, die die UBS auch als ihre Hauptbank bezeichnen. Obwohl insgesamt mehr Personen eine Bankbeziehung mit einer Kantonalbank unterhalten, liegt der Anteil der Vermögenden mit der UBS als Hauptbank mit 32 Prozent höher als jener der Kantonalbanken (29 %).

Während die Raiffeisenbanken und die Kantonalbanken in der breiten Bevölkerung am häufigsten als Hauptbank genannt werden, ist der Raiffeisen-Anteil im Private Banking-Segment deutlich geringer. Dort bezeichnen nur 10 Prozent der Kund:innen die Raiffeisenbank als ihre Hauptbank, während es in der breiten Bevölkerung 25 Prozent sind.[20] Banken der Kategorie «Weitere Banken» (unter anderem Migros Bank, Bank Cler, WIR Bank oder VZ Depotbank) werden von 13 Prozent der Private Banking-Kundschaft als Hauptbank genutzt und erreichen damit einen ähnlich hohen Anteil wie die Raiffeisenbanken.

Das Private Banking ist primär ein Beratungsgeschäft, bei dem die persönliche Betreuung im Vordergrund steht. Dennoch nutzen viele Private Banking-Kund:innen ergänzend Broker oder Digitalbanken. Gemäss den Aussagen der Befragten gelten diese allerdings in der Regel als Nebenbank und nicht als Hauptbank. Bei den 28 befragten Personen aus den Generationen X und Y unterhalten 10 Personen (36 %) eine Bankbeziehung zu einem Broker oder einer Digitalbank. Bei den anderen Generationen liegt der Anteil tiefer. Dies deutet darauf

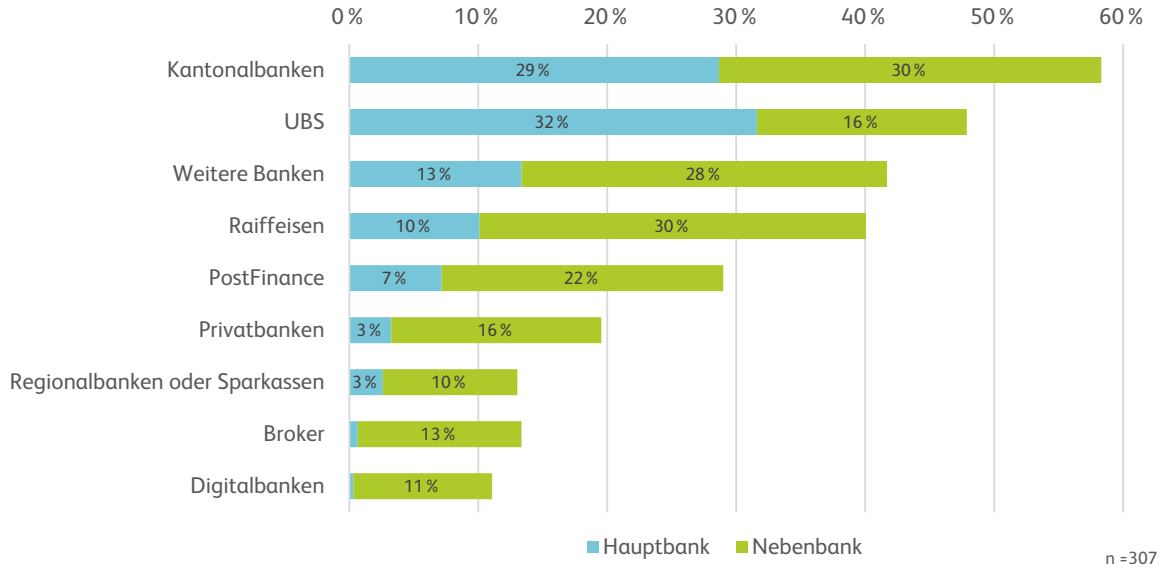


Abbildung 10: Anteil Hauptbank und Nebenbank pro Bankengruppe bei Private Banking-Kund:innen

[19] Unveröffentlichte IFZ-Zahlen, basierend auf einer repräsentativen intervista-Befragung im Jahr 2024.

[20] Unveröffentlichte IFZ-Zahlen, basierend auf einer repräsentativen intervista-Befragung im Jahr 2024.

hin, dass Kundinnen und Kunden Broker primär ergänzend nutzen, etwa für den Handel mit Wertschriften, ohne dabei ihre bestehende Hausbankbeziehung aufzugeben. Aufgrund der kleinen Fallzahl der Generationen X und Y ist dieser Befund jedoch mit Vorsicht zu interpretieren.

Als Hauptbank spielen Digitalbanken und Broker im Private Banking-Segment bislang noch keine Rolle. Auch in der breiten Bevölkerung liegt der Anteil der Neobanken als Hauptbank derzeit bei unter 2 Prozent. Digitale Anbieter werden somit zwar als zusätzliche Bankbeziehung genutzt, haben sich bislang jedoch nur selten als Hauptbank etabliert.[21]

Privatbanken wiederum sind vor allem bei den von uns befragten Private Banking-Kund:innen mit einem Vermögen von über CHF 3 Millionen beliebt. Über ein Drittel (36 %) dieser Gruppe unterhält eine Bankbeziehung mit einer Privatbank. Bei Personen mit einem Vermögen zwischen CHF 1 und 3 Millionen liegt der Anteil bei 13 Prozent. Damit nimmt die Verbreitung von Privatbankbeziehungen innerhalb der vorliegenden Stichprobe mit der Vermögenshöhe tendenziell zu. Aussagen über Ultra High Net Worth Individuals lassen sich auf Basis der Befragung jedoch nicht treffen, da Personen mit sehr hohen Vermögen in der Stichprobe nur in geringer Zahl vertreten sind.

3.2 Anlagebank-Beziehungen

Die Hauptbank, über welche hauptsächlich der Zahlungsverkehr abgewickelt wird (vgl. Abbildung 10), muss nicht zwingend die Bank sein, bei welcher die Kundschaft hauptsächlich ihre Anlagen hält (vgl. Abbildung 11). Dies zeigt sich bei Private Banking-Kund:innen deutlich, denn nur etwa die Hälfte der Befragten nutzt die gleiche Bank sowohl als Hauptbank als auch als Haupt-Anlagebank.

Besonders gross ist die Differenz zwischen der Nutzung als Hauptbank und als Haupt-Anlagebank bei den Kantonalbanken. 28.7 Prozent der befragten Personen nennen eine Kantonalbank als Hauptbank. Jedoch nutzen nur 21 Prozent der Befragten diese auch als Haupt-Anlagebank. Daraus ergibt sich ein Potenzial von rund

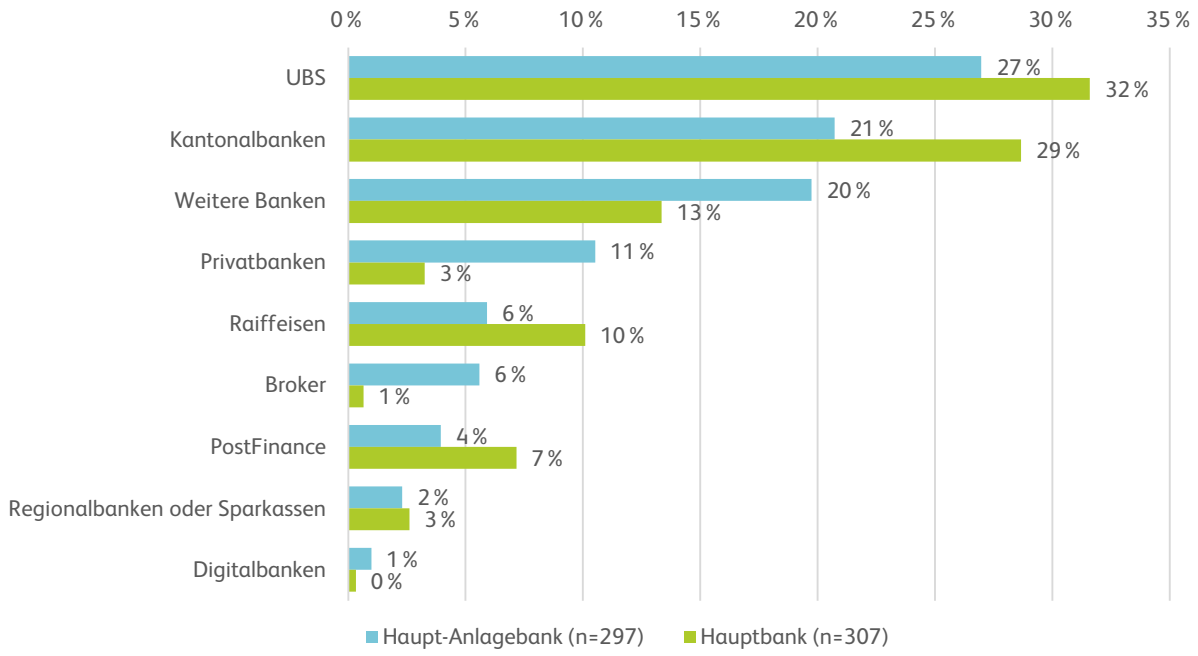


Abbildung 11: Marktanteil als Hauptbank und Haupt-Anlagebank pro Bankengruppe bei Private Banking-Kund:innen

[21] Unveröffentlichte IFZ-Zahlen, basierend auf einer repräsentativen intervista-Befragung im Jahr 2025.

8 Prozentpunkten, welche die Kantonalbanken durch die Weiterentwicklung von bereits bestehenden Kundenbeziehungen im Anlagebereich erschliessen könnten. In einer ähnlichen Situation befinden sich die stark im Retailgeschäft verankerten Raiffeisenbanken und die PostFinance (Differenz von 4.2 beziehungsweise 3.2 Prozentpunkten).

Gerade Banken mit einer starken Position als Hauptbank verfügen damit über einen bestehenden Kundenzugang, den sie für eine stärkere Positionierung im Anlagegeschäft nutzen könnten.

Umgekehrt verhält es sich bei den Privatbanken und den Brokern. Diese werden häufiger als Haupt-Anlagebank denn als Hauptbank genutzt. Bei Privatbanken ist dies teilweise auf deren strategische Ausrichtung zurückzuführen. Sie suchen oftmals ganz bewusst nicht die Positionierung als Hauptbank für das alltägliche Bankgeschäft. Broker verfolgen unterschiedliche Strategien. Einige positionieren sich primär nur im Anlagegeschäft, während sich beispielsweise Swissquote auch stärker im «Alltagsbanking» etablieren will.

Abbildung 12 zeigt, welche Banken als Haupt-Anlagebanken und welche ergänzend für weitere Anlagebeziehungen genutzt werden. Insgesamt investieren 43 Prozent der Befragten über mehr als eine Bank.

Die UBS ist mit Abstand die am häufigsten genannte Haupt-Anlagebank unter den befragten Private Banking-Kund:innen. Von den Befragten mit einer Anlagebeziehung zur UBS bezeichnen rund 90 Prozent diese zugleich als ihre Haupt-Anlagebank. Im Gegensatz dazu werden Kantonalbanken häufiger als zusätzliche «Neben-Anlagebank» genutzt. Insgesamt unterhält rund jede dritte befragte Person eine Anlagebeziehung mit einer Kantonalbank, wobei diese nicht in allen Fällen die Haupt-Anlagebank darstellt.

Als wichtigster Grund für die Wahl mehrerer Anlagebanken (vgl. Abbildung 13) wird die Risikosteuerung genannt (57 %). Zudem ist die Nutzung mehrerer Anbieter bei über einem Drittel (35 %) der Befragten situationsbedingt entstanden, wie beispielsweise durch einen Wohnortswechsel oder einen Erbfall. Alle weiteren genannten Gründe wurden von weniger als einem Drittel der Befragten gewählt. Bemerkenswert ist dennoch, dass knapp ein Viertel der Befragten die Unabhängigkeit von einzelnen Anbietern als Grund für mehrere Anlagebeziehungen nennt. Dies deutet darauf hin, dass ein Teil der Kund:innen bewusst auf verschiedene

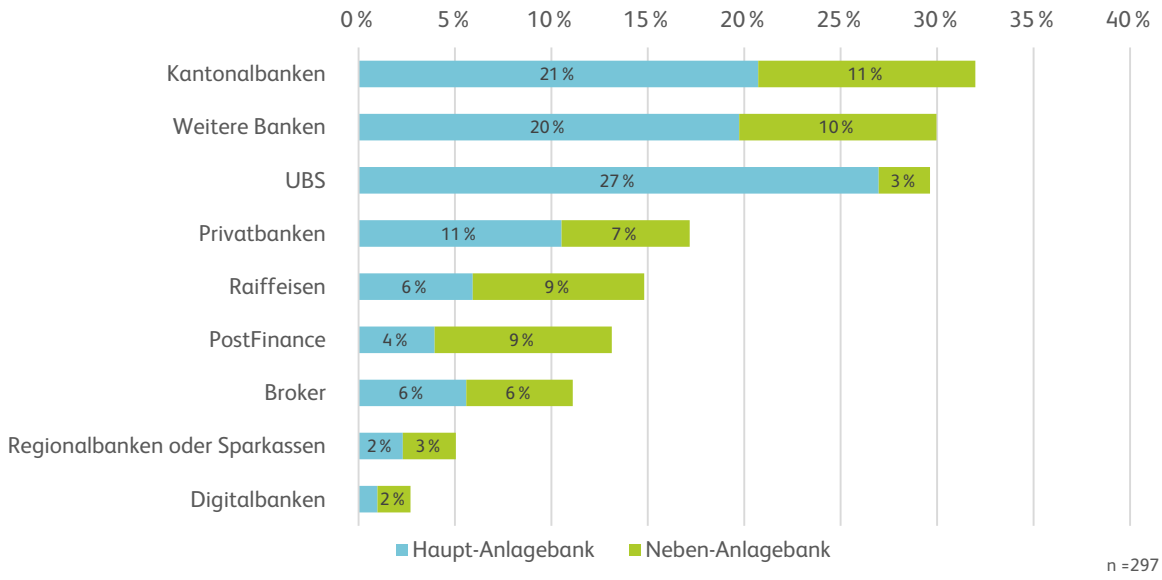


Abbildung 12: Anteil Haupt-Anlagebank und Anlage-Nebenbank pro Bankengruppe

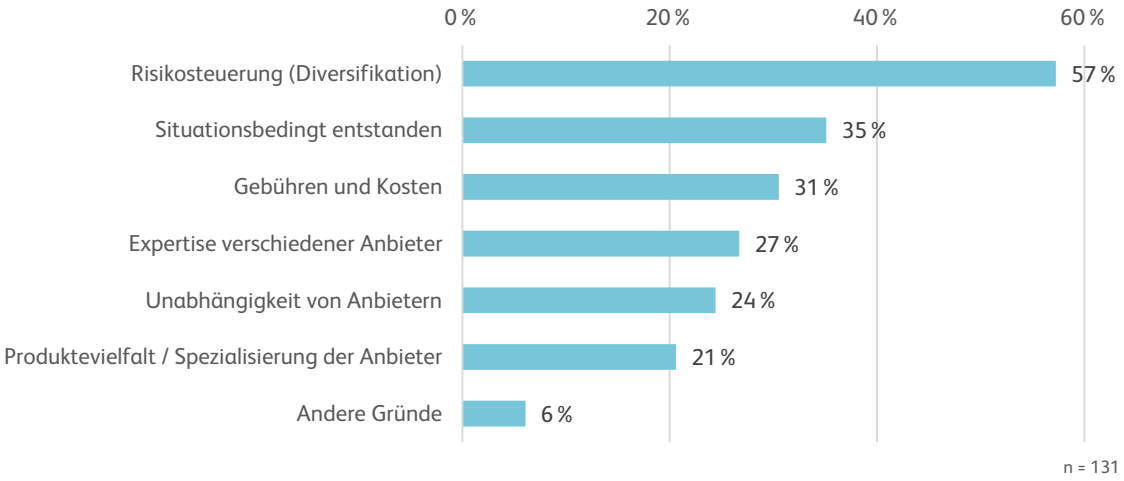


Abbildung 13: Gründe für die Nutzung mehrerer Anlageanbieter

Anbieter setzt, um eine zu starke Abhängigkeit von einem einzelnen Finanzdienstleister zu vermeiden. Zudem kann dies womöglich zu einem gewissen Grad die Bedeutung von unabhängigen Vermögensverwaltern in diesem Segment in der Schweiz erklären.

Zwischen den vier Private Banking-Typen zeigen sich deutliche Unterschiede hinsichtlich der Gründe für die Nutzung mehrerer Anbieter. Die Risikosteuerung spielt insbesondere für die kapitalmarktorientierten Anleger:innen eine wichtige Rolle. Rund 68 Prozent nennen dieses Motiv, womit dieser Anteil deutlich über jenem der übrigen Private Banking-Typen liegt. Demgegenüber steht für unternehmerische Anleger:innen vor allem der Zugang zur Expertise verschiedener Anbieter im Vordergrund. Mit 57 Prozent ist dieser Anteil deutlich höher als bei den konventionellen Anleger:innen, von denen lediglich 16 Prozent dieses Motiv nennen. Ein ähnliches Muster zeigt sich bei der Produktevielfalt, die insbesondere für kapitalmarktorientierte Anleger:innen (37 %) sowie unternehmerische Anleger:innen (29 %) relevant ist. Die Unabhängigkeit von einzelnen Anbietern ist hingegen insbesondere für immobilienorientierte Anleger:innen von Bedeutung. Rund 43 Prozent nennen dieses Motiv, womit dieser Anteil höher ausfällt als bei den übrigen Private Banking-Typen.

4 Erwartungen an Bank, Berater:in und Dienstleistungen

Die vorangehenden Kapitel haben gezeigt, wie unterschiedlich Private Banking-Kund:innen ihr Vermögen anlegen und welche Finanzinstitute sie dafür nutzen. Als Nächstes stellt sich die Frage, wie zufrieden diese Personen mit ihrer Haupt-Anlagebank, ihrer Anlageberater:in sowie den angebotenen Produkten und Dienstleistungen sind.

4.1 Kundenzufriedenheit

Die Befragung zeigt, dass 82 Prozent der Private Banking-Kund:innen mit ihrer Haupt-Anlagebank insgesamt zufrieden bis sehr zufrieden sind (vgl. Abbildung 14). Auf einer Skala von 1 bis 5 liegt die durchschnittliche Zufriedenheit bei 4.2 (vergleichbar mit der Schulnote 5.25). Insbesondere Kund:innen der Raiffeisenbanken (4.6) und der Kantonalbanken (4.3) sind überdurchschnittlich zufrieden mit ihrer Bank.

Die Zufriedenheit von Private Banking-Kund:innen liegt damit etwas höher als bei der Schweizer Bevölkerung insgesamt. In einer repräsentativen Befragung aus dem Jahr 2024 gaben 63.6 Prozent der Befragten an, mit ihrer Hauptbank zufrieden oder sehr zufrieden zu sein.[22] Bei diesem Vergleich ist allerdings zu berücksichtigen, dass die beiden Befragungen zu unterschiedlichen Zeitpunkten durchgeführt wurden.

Auch im internationalen Vergleich mit Private Banking-Kund:innen aus Österreich und Deutschland zeigt sich eine hohe Zufriedenheit der Schweizer Private Banking-Kundschaft. In Deutschland gaben im Jahr 2020 über 90 Prozent der befragten vermögenden Personen an, mit ihrer Haupt-Anlagebank zufrieden bis sehr zufrieden zu sein. In Österreich lag die Zufriedenheit etwas tiefer als in der Schweiz (71 % sind zufrieden bis sehr zufrieden).[23] Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass es sich bei diesen Vergleichswerten um eine ältere Studie aus dem Jahr 2020 handelt und die Vergleichbarkeit nur eingeschränkt gegeben ist.[24]

Neben der Zufriedenheit mit der Bank ist auch jene mit der Qualität und Kompetenz des Anlageberaters beziehungsweise der Anlageberaterin hoch: 73 Prozent geben an, (sehr) zufrieden zu sein. Auch mit dem Produkt- und Dienstleistungsangebot sind zwei Drittel der Befragten (sehr) zufrieden. Auffällig ist hier allerdings der mit fast 13 Prozent vergleichsweise hohe Anteil an «Weiss nicht»-Rückmeldungen. Damit zeigt sich beim Produkt- und Dienstleistungsangebot im Vergleich zu den anderen betrachteten Bereichen das grösste Potenzial, die Zufriedenheit der Kundschaft weiter zu erhöhen.

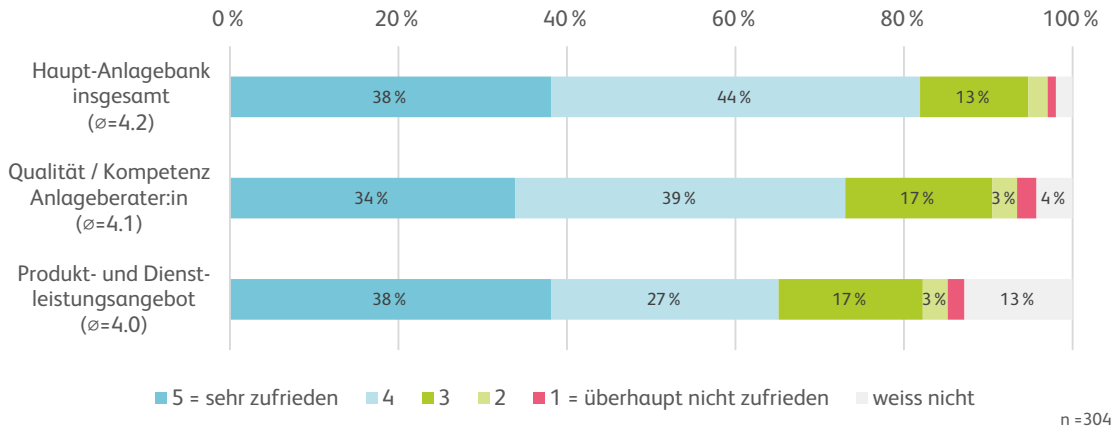


Abbildung 14: Zufriedenheit mit Anlagebank, Anlageberater:in sowie Produkten und Dienstleistungen

[22] Unveröffentlichte IFZ-Zahlen, basierend auf einer repräsentativen intervista-Befragung im Jahr 2024.

[23] Cocca et al. (2020). LGT Private Banking Report 2020. Eine Untersuchung des Anlageverhaltens von vermögenden Privatpersonen in Deutschland, Österreich und der Schweiz inklusive Zusatzbefragung zur Corona-Krise.

[24] In der entsprechenden Studie von Cocca et al. (2020) gaben 86 Prozent der Schweizer Stichprobe an, zufrieden oder sehr zufrieden zu sein.

Werden die Zufriedenheitskriterien nach den vier Private Banking-Typen analysiert, zeigen sich mehrere Unterschiede. Hinsichtlich der Zufriedenheit mit der Haupt-Anlagebank unterscheiden sich die Private Banking-Typen kaum. Je nach Typ geben zwischen 81 und 86 Prozent an, mit ihrer Haupt-Anlagebank (sehr) zufrieden zu sein. Auch bei der Zufriedenheit mit der Qualität und Kompetenz der Anlageberater:innen sind die Unterschiede vergleichsweise gering: Je nach Private Banking-Typ liegt der Anteil der (sehr) zufriedenen Kund:innen zwischen 64 und 73 Prozent. Deutlichere Unterschiede zeigen sich hingegen beim Produkt- und Dienstleistungsangebot. Während 82 Prozent der unternehmerischen Anleger:innen und 79 Prozent der immobilienorientierten Anleger:innen mit dem Angebot (sehr) zufrieden sind, liegt dieser Anteil bei den konventionellen und den kapitalmarktorientierten Anleger:innen mit 66 beziehungsweise 64 Prozent deutlich tiefer.

4.2 Kriterien bei der Wahl der Anlagebank

Wie weiter oben beschrieben, nutzt nur etwa die Hälfte der Befragten die gleiche Bank als Hauptbank und als Haupt-Anlagebank. Dies deutet darauf hin, dass für die Wahl der Hauptbank andere Kriterien relevant sein können als für die Wahl der Haupt-Anlagebank. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welche Faktoren bei der Wahl der Haupt-Anlagebank am wichtigsten sind. Abbildung 15 zeigt die Bedeutung der verschiedenen Auswahlkriterien für die befragte Private Banking-Kundschaft. Auf einer Skala von 1 bis 5 erreichen fünf Aspekte eine durchschnittliche Wichtigkeit von über 4.0: Die finanzielle Stabilität der Bank, die Transparenz bei Kosten und Risiken, die Unabhängigkeit des Produktangebots, niedrige Gebühren beziehungsweise Kosten sowie die langjährige Zusammenarbeit mit der Bank.

Die Wichtigkeit von niedrigen Gebühren und Kosten wird ähnlich hoch eingestuft wie jene einer langjährigen und vertrauensvollen Beziehung zur Bank und zum Berater oder der Beraterin. Dies zeigt, dass auch im Private Banking-Segment ein angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis erwartet wird. Im Vergleich zur Gesamtstichprobe sind für Kund:innen der Kantonalbanken fast alle abgefragten Merkmale mindestens gleich wichtig oder wichtiger. Besonders wichtig ist für Kantonalbank-Kund:innen die Staatsgarantie (Ø 4.3). Aber auch die Nachhaltigkeitsstrategie der Bank wird von der Hälfte der Kantonalbanken-Kund:innen als (sehr) wichtig eingestuft, während es in der Gesamtstichprobe lediglich 35 Prozent entsprechend hoch bewerten.

Im Direktvergleich zwischen den Kund:innen der zwei meistgenutzten Haupt-Anlagebanken, der UBS und den Kantonalbanken, fallen vor allem zwei Punkte auf: Erstens ist die Nachhaltigkeitsstrategie der Bank für Kund:innen der UBS deutlich weniger wichtig als für Kantonalbanken-Kund:innen. Lediglich 28 Prozent der

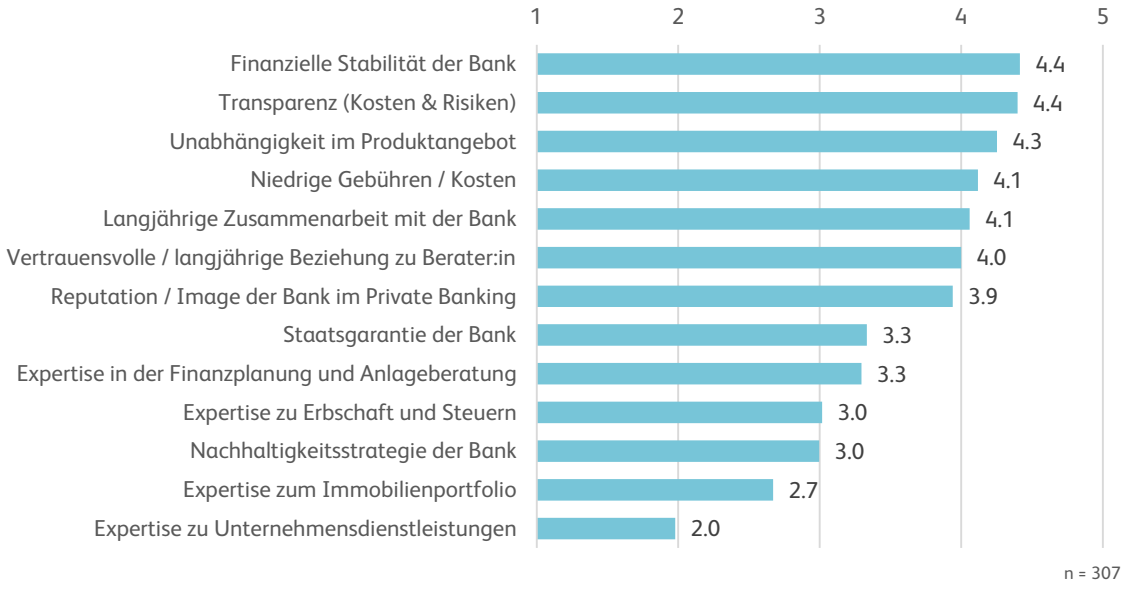


Abbildung 15: Wichtigkeit verschiedener Aspekte bei der Wahl der Haupt-Anlagebank

UBS-Kund:innen bewerten diese als (sehr) wichtig. Zweitens ist auch die Unabhängigkeit des Produktangebots für UBS-Kund:innen weniger wichtig als den Befragten mit einer Kantonalbank als Haupt-Anlagebank (73 % vs. 86 %).

Für Kund:innen von Kantonalbanken ist die Reputation besonders wichtig: 81 Prozent beurteilen diese als (sehr) wichtig, während es über alle Private Banking-Kund:innen mit 72 Prozent deutlich weniger sind.

Die Wichtigkeit der verschiedenen Aspekte unterscheidet sich deutlich zwischen den vier Private Banking-Typen und unterstreicht die Relevanz einer kunden- respektive auch verhaltensspezifischen Betrachtung. Konventionelle Anleger:innen messen der Expertise im Bereich Immobilienportfolio mit einem Durchschnittswert von 2.4 eine geringere Bedeutung bei als die Private Banking-Kund:innen insgesamt. Das gegenteilige Bild zeigt sich bei den immobilienorientierten Anleger:innen, für die dieser Aspekt mit einem Durchschnittswert von 3.2 deutlich wichtiger ist. Darüber hinaus bewerten sie auch die Expertise in den Bereichen Erbschaft und Steuern mit einem Durchschnittswert von 3.3 als vergleichsweise wichtig. Für unternehmerische Anleger:innen ist insbesondere die Expertise im Bereich Unternehmensdienstleistungen deutlich wichtiger als für die durchschnittlichen Private Banking-Kund:innen (2.8 vs. 2.0). Darüber hinaus legen sie einen grösseren Wert auf die Reputation der Bank (4.3) und die finanzielle Stabilität des Instituts (4.7). Kapitalmarktorientierte Anleger:innen messen insbesondere der Expertise in der Finanzplanung mit einem Durchschnittswert von 3.5 eine höhere Bedeutung bei als die durchschnittliche Private Banking-Kundschaft.

4.3 Selbst anlegen vs. delegieren

Welche Aspekte Kund:innen wichtig sind, hängt nicht zuletzt davon ab, wie sie ihre Entscheidungen über Investitionen treffen und wie sie ihre Wertschriften verwalten (lassen). Mehr als die Hälfte der Befragten nutzen eine Mischung aus einem Wertschriftendepot ohne Beratung, einem Wertschriftendepot mit Beratung und einem Vermögensverwaltungsmandat. Jene welche nur eine Form nutzen, sind häufig Personen, welche ohne Beratung selbst investieren.

Abbildung 16 zeigt auf, wie sich das Wertschriftenvermögen der befragten Private Banking-Kund:innen insgesamt auf die drei Anlagemodelle verteilt. Es entfallen 46 Prozent des Wertschriftenvermögens auf Depots ohne Beratung («execution only»), 22 Prozent auf Beratungsdepots und 32 Prozent auf Vermögensverwaltungsmandate. Damit wird für 54 Prozent des Wertschriftenvermögens eine Form der professionellen Unterstützung – sei es im Rahmen einer Beratung oder einer Vermögensverwaltung – in Anspruch genommen, während knapp die Hälfte des Wertschriftenvermögens ohne Beratung verwaltet wird.

Zwischen den einzelnen Kundengruppen zeigen sich teilweise deutliche Unterschiede in der Nutzung der Anlagemodelle. Frauen weisen einen höheren Anteil an

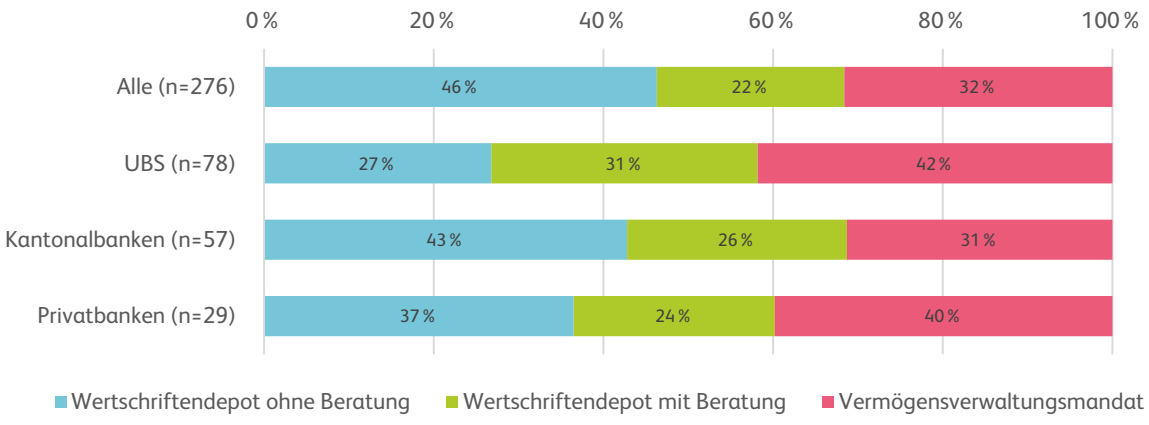


Abbildung 16: Nutzung der Anlagemodelle nach Haupt-Anlagebank UBS, Kantonalbank und Privatbank

Vermögensverwaltungsmandaten auf als Männer (44 % gegenüber 30 %), während Männer häufiger auf Depots ohne Beratung setzen (48 % gegenüber 33 %). Auch zwischen den Sprachregionen bestehen Unterschiede: In der Westschweiz entfällt ein höherer Anteil des Wertschriftenvermögens auf Vermögensverwaltungsmandate (41 %) als in der Deutschschweiz (30 %). Zwischen den vier Private Banking-Typen gibt es kaum Unterschiede.

Die Ergebnisse verdeutlichen zudem die unterschiedliche Positionierung der Bankengruppen der vier meistgewählten Haupt-Anlagebank-Kategorien in der Stichprobe. Während die Kund:innen der Kantonalbanken nahe am Durchschnitt der Gesamtstichprobe liegen, nutzen Kund:innen der UBS und von Privatbanken insbesondere Vermögensverwaltungsmandate überdurchschnittlich stark. UBS-Kund:innen halten zudem einen überdurchschnittlichen Anteil ihres Vermögens in einem Wertschriftendepot mit Beratung.

4.4 Kriterien bei der Anlageberatung

Um besser zu verstehen, welche Aspekte den Vermögenden an einem Anlageberater oder einer Anlageberaterin sowie bei den Produkten und Dienstleistungen einer Bank wichtig sind, wurde die Wichtigkeit verschiedener Kriterien erhoben.

Unabhängig vom gewählten Anlagemodell und Private Banking-Typ messen die Befragten der fachlichen Kompetenz sowie einer belastbaren Vertrauensbasis die grösste Bedeutung bei (vgl. Abbildung 17). Unterschiede zeigen sich jedoch in der Gewichtung der einzelnen Merkmale. Jene, welche beim Investieren primär auf eine Beratung oder ein Vermögensverwaltungsmandat setzen, bewerten sämtliche abgefragten Eigenschaften höher als jene, welche ihr Vermögen primär über ein Wertschriftendepot ohne Beratung anlegen. Insgesamt werden benutzerfreundliche digitale Kanäle sowie eine verständliche Übersicht über die getätigten Anlagen als wichtig bis sehr wichtig beurteilt. Besonders hoch bewertet werden die

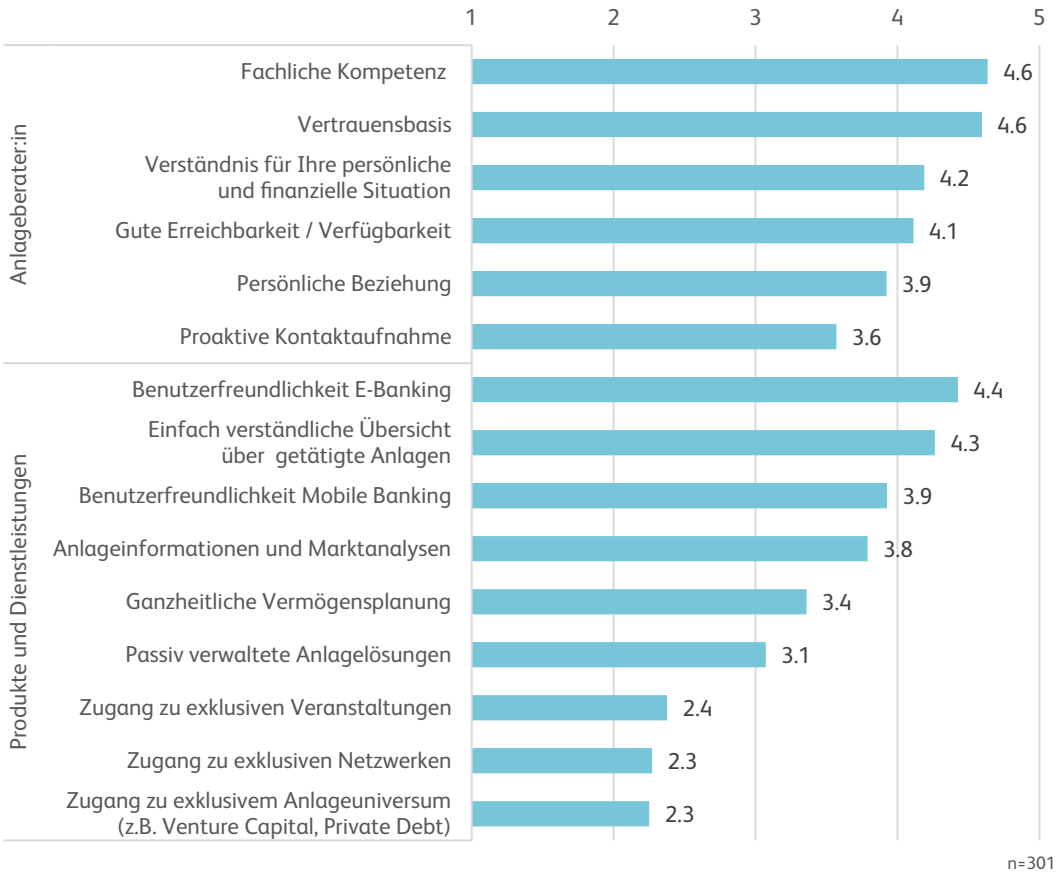


Abbildung 17: Wichtigkeit ausgewählter Eigenschaften der Anlageberatung sowie des Produkt- und Dienstleistungsangebots

Benutzerfreundlichkeit des E-Bankings (Ø 4.4; Skala 1–5), eine einfach verständliche Übersicht über die getätigten Anlagen (Ø 4.3) sowie die Benutzerfreundlichkeit des Mobile Bankings (Ø 3.9). Ebenfalls von hoher Bedeutung sind Anlageinformationen und Marktanalysen (Ø 3.8). Für Beratungskund:innen sind nahezu alle Produkte und Dienstleistungen wichtiger als solche ohne Beratung. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Personen, die ihre Investitionen primär ohne Beratung erledigen, insgesamt geringere Erwartungen an ergänzende Dienstleistungen der Bank haben und ihren Fokus stärker auf die eigenständige Verwaltung ihrer Anlagen legen. Besonders ausgeprägt ist dieser Unterschied bezüglich Anlageinformationen und Marktanalysen, der ganzheitlichen Vermögensplanung sowie passiv verwalteten Anlagelösungen. Dies deutet darauf hin, dass Beratungskund:innen insbesondere den Zugang zu Fachwissen schätzen. Demgegenüber wird exklusiven Zusatzleistungen durchgehend die geringste Bedeutung zugewiesen. Sowohl der Zugang zu exklusiven Veranstaltungen und Netzwerken als auch jener zu einem umfassenden, exklusiven Anlageuniversum werden als vergleichsweise wenig wichtig eingestuft. Dies legt nahe, dass funktionale und beratungsnahe Dienstleistungen für Private Banking-Kund:innen deutlich wichtiger sind als exklusive Zusatzangebote.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass die fachliche Kompetenz und die Vertrauensbasis zur Anlageberaterin beziehungsweise zum Anlageberater eine etwas höhere Bedeutung haben als die einzelnen abgefragten Kriterien zu Produkten und Dienstleistungen. Dies unterstreicht die zentrale Bedeutung der persönlichen Beratung im Private Banking.

Den vier Private Banking-Typen sind die Eigenschaften der Anlageberatung sowie die Produkte und Dienstleistungen in Abbildung 17 meist ähnlich wichtig. Unterschiede gibt es vor allem bei den unternehmerischen Anleger:innen. Personen dieses Typs ist der Zugang zu exklusiven Netzwerken, Veranstaltungen sowie einem umfassenden und exklusiven Anlageuniversum – welches beispielsweise auch Private Equity/Debt und Venture Capital umfasst – im Durchschnitt wichtiger als bei den anderen Private Banking-Typen. Insgesamt gilt aber auch hier: Im Vordergrund stehen Kompetenz und Vertrauen.

4.5 Wechselhäufigkeit

Trotz dieser insgesamt hohen Zufriedenheit kommt es vereinzelt zu einem Wechsel der Haupt-Anlagebank. Wie in Abbildung 18 dargestellt wechselt der Grossteil der Private Banking-Kund:innen ihre Haupt-Anlagebank nur selten. Knapp 30 Prozent haben noch nie gewechselt, 34 Prozent zuletzt vor mehr als 10 Jahren, doch immerhin ein Viertel der Befragten hat innerhalb der letzten fünf Jahre einen Wechsel der Haupt-Anlagebank vollzogen. Ein möglicher Erklärungsansatz dafür ist die enge Bindung zwischen Private Banking-Kund:innen und ihrem Kundenberater beziehungsweise ihrer Kundenberaterin. Wechselt diese Beratungsperson die Bank, folgt ihr manchmal ein Teil der Kundschaft. Im Einzelfall betrifft dies zwar jeweils nur wenige Kund:innen, kumuliert über die Zeit kann sich daraus jedoch ein relevanter Anteil an Bankwechseln ergeben. Zusätzlich dürfte auch der Wegfall der Credit Suisse einen Teil der in den vergangenen Jahren erfolgten

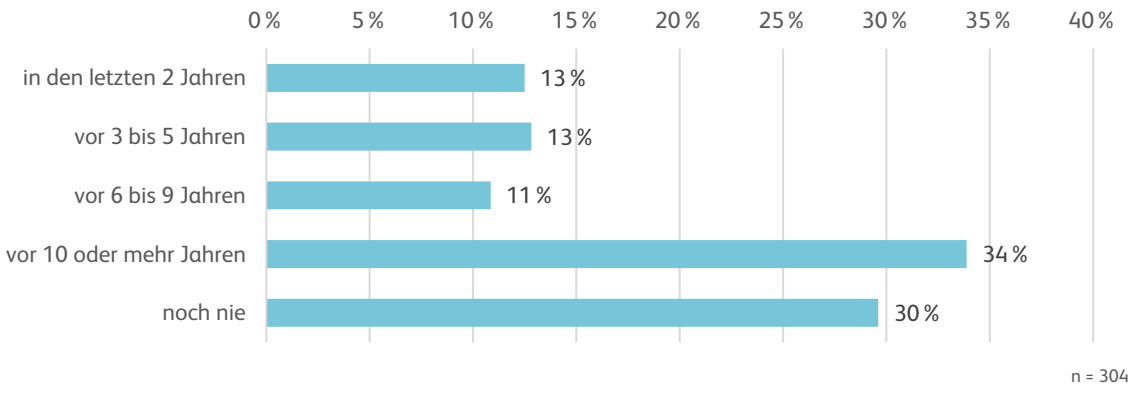


Abbildung 18: Wechselhäufigkeit der Haupt-Anlagebank

Wechsel erklären. Die vergleichsweise hohe Wechselbereitschaft bedeutet, dass Banken ihre Qualität stets aufrechterhalten müssen, um konkurrenzfähig zu bleiben. Andererseits bietet dies Banken auch eine Chance, neue Private Banking-Kund:innen zu gewinnen, sofern sie auf ganzer Linie zu überzeugen wissen.

Kleine Unterschiede zeigen sich auch zwischen den vier identifizierten Private Banking-Typen. Während von den konventionellen und den immobilienorientierten Anleger:innen rund 60 Prozent noch nie oder vor mehr als zehn Jahren sowie 27 Prozent in den letzten fünf Jahren die Haupt-Anlagebank gewechselt haben, war die Wechselbereitschaft der kapitalmarktorientierten Anleger:innen wesentlich tiefer. Von ihnen haben rund 70 Prozent noch nie oder vor mehr als zehn Jahren einen Wechsel vollzogen und 18 Prozent haben in den letzten fünf Jahren die Haupt-Anlagebank gewechselt. Die unternehmerischen Anleger:innen wechseln häufiger: Knapp ein Drittel von ihnen hat in den letzten fünf Jahren gewechselt, während 54 Prozent noch nie oder vor mehr als zehn Jahren gewechselt haben.

5 Beratungs- und Kontaktbedürfnisse

Dieses Kapitel widmet sich der Frage, welche Beratungsdienstleistungen von welchen Private Banking-Kund:innen gewünscht werden und wie häufig sie den Kontakt mit ihrer Bank wünschen.

Der Grossteil der Vermögenden hat bereits Beratungsdienstleistungen zu verschiedenen Vermögensthemen in Anspruch genommen (vgl. Abbildung 19). Rund 80 Prozent haben sich beispielsweise bereits zu Anlagethemen beraten lassen, 61 Prozent zu Erbschafts- und Nachlassregelungen. Fast die Hälfte hat zudem bereits eine Steuerberatung oder eine Beratung zur Pensionierungsplanung in Anspruch genommen.

Es gibt aber auch Beratungsbedarf, der noch nicht gedeckt ist: Am grössten ist das Interesse an zusätzlicher Beratung bei den Themen Steuern (13 %), Immobilienentwicklung (12 %) sowie Erbschafts- und Nachlassregelung (10 %). Diese drei Themen eint, dass sie vergleichsweise komplex sind und die langfristige Entwicklung und Weitergabe von Vermögen betreffen. Entsprechend liegt hier für Finanzdienstleister eine naheliegende Chance, das Beratungsangebot auszubauen und sich als ganzheitlicher Partner zu positionieren.

Deutlich zurückhaltender zeigt sich das Interesse an einer Beratung im Bereich der Unternehmensnachfolge. Dies liegt jedoch primär daran, dass dieses Thema nur für eine kleine Gruppe der Befragten, nämlich selbstständige Unternehmerinnen und Unternehmer, überhaupt relevant ist. Von den 25 selbstständigen Personen in der Stichprobe haben immerhin bereits sieben eine entsprechende Beratung in Anspruch genommen. 17 von ihnen äussern derzeit (noch) kein Interesse daran. Aufgrund der kleinen Fallzahl sind diese Ergebnisse jedoch mit Vorsicht zu interpretieren.

Beim Thema Pensionierungsplanung zeigt sich erwartungsgemäss ein klarer Unterschied zwischen bereits pensionierten Personen und solchen, die den Ruhe-

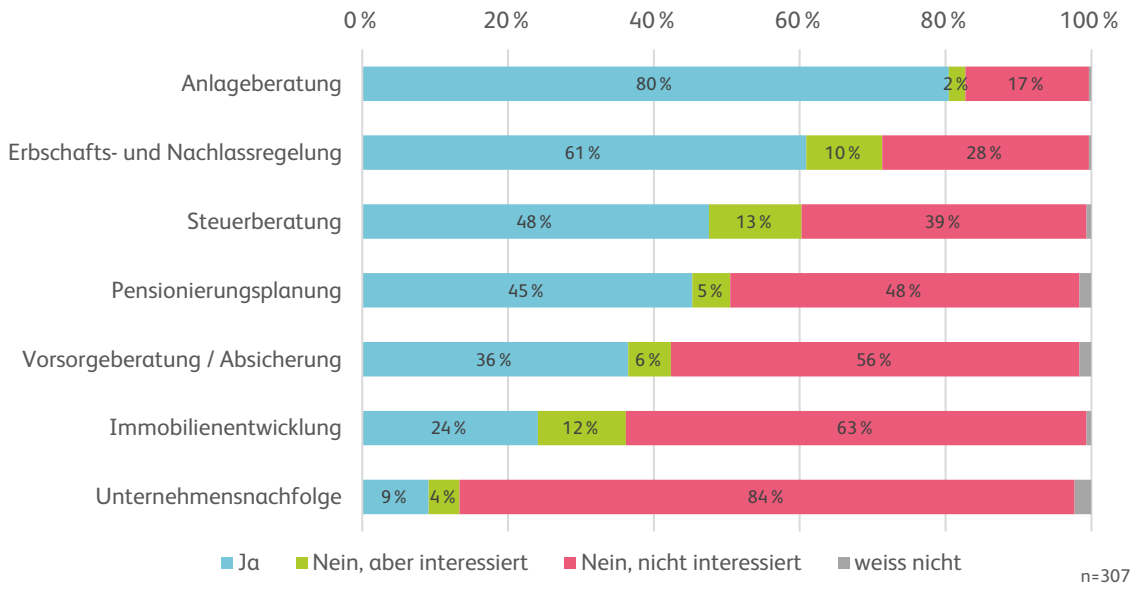


Abbildung 19: Inanspruchnahme und Beratungsbedarf zu Vermögensthemen (Frage: Haben Sie sich zu den folgenden Themen schon einmal beraten lassen?)

stand noch vor sich haben. Von den noch Erwerbstätigen hat bereits rund die Hälfte eine entsprechende Beratung in Anspruch genommen. Weitere 15 Prozent gaben an, daran interessiert zu sein, bisher jedoch noch keine solche Beratung in Anspruch genommen zu haben. Bei der Interpretation dieser Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass die Hälfte der noch nicht pensionierten Personen in der Stichprobe bereits mindestens 63 Jahre alt ist. Die Mehrheit dieser Gruppe befindet sich somit nahe am oder bereits über dem offiziellen Referenzalter.

Bezüglich der vier Private Banking-Typen zeigen sich weitere deutliche Unterschiede in der bisherigen Inanspruchnahme von Beratungsleistungen. Konventionelle Anleger:innen haben sich über alle Themenbereiche hinweg vergleichsweise weniger beraten lassen. Immobilienorientierte Anleger:innen nehmen hingegen insbesondere bei Fragen zur Immobilienentwicklung häufiger Beratungsleistungen in Anspruch (33 %). Zudem ist für sie die Beratung zu Erbschafts- und Nachlassregelung von überdurchschnittlicher Bedeutung (71 %). Im Vergleich zum Durchschnitt haben sich unternehmerische Anleger:innen insbesondere bei unternehmensbezogenen und steuerlichen Themen häufiger beraten lassen. Dies zeigt sich vor allem bei der Unternehmensnachfolge, zu der sich 41 Prozent beraten liessen, gegenüber 9 Prozent im Durchschnitt. Auch bei der Steuerberatung liegt der Anteil mit 68 Prozent deutlich über dem Durchschnitt von 48 Prozent. Kapitalmarktorientierte Anleger:innen weisen schliesslich über nahezu alle Themenbereiche hinweg eine überdurchschnittliche Nutzung von Beratungsleistungen auf, mit Ausnahme der Unternehmensnachfolge.

5.1 Vermögensstrukturierung als Dienstleistung

Die Kundenberatung im Private Banking hat das Ziel, das Vermögen der Kund:innen möglichst ganzheitlich und bedürfnisorientiert zu strukturieren. Je stärker die eigenen Vermögenswerte auf verschiedene Finanzinstitute und Anlageklassen verteilt sind, desto schwieriger wird es, den Überblick über das Gesamtvermögen und dessen Entwicklung zu behalten. Gerade für Private Banking-Kund:innen stellt dies eine besondere Herausforderung dar. Wie die Auswertungen der vorherigen Kapitel gezeigt haben, verfügen Vermögende typischerweise über eine grosse Bandbreite an Vermögenswerten und unterhalten im Schnitt 3.3 Bankbeziehungen sowie Anlagen in rund sechs verschiedenen Anlageklassen. Bereits dadurch wird eine konsolidierte Übersicht über die liquiden Vermögenswerte erschwert. Hinzu kommen häufig illiquide Vermögenswerte wie Immobilien, Kunst oder Unternehmensbeteiligungen, deren aktueller Marktwert nicht ohne Weiteres verfügbar ist. Bereits durch den hohen Anteil an Kund:innen mit einer selbstbewohnten Liegenschaft (vgl. Abbildung 4) verfügen rund drei Viertel der Befragten auch über illiquide Vermögenswerte.

Eine vollständige und aktuelle Übersicht über das Gesamtvermögen lässt sich deshalb heute vielfach nur mit erheblichem manuellem Aufwand erstellen. Vor diesem Hintergrund wurde untersucht, wie gross das Interesse an einer ganzheitlichen Vermögensberatung ist, die sämtliche Vermögenswerte berücksichtigt. Dazu zählen unter anderem Vermögenswerte bei der Haupt- und bei Nebenbanken, Vorsorgeguthaben, Unternehmensbeteiligungen, Liegenschaften sowie weitere Vermögenswerte.

Insgesamt bekunden 43 Prozent der Befragten Interesse an einer solchen Dienstleistung respektive Beratung (vgl. Abbildung 20). Zwischen den einzelnen demographischen Kundengruppen zeigen sich nur geringe Unterschiede. Tendenziell ist das Interesse bei Frauen sowie bei Personen mit einem Tertiärabschluss etwas höher. Ein Zusammenhang mit der Vermögenshöhe lässt sich hingegen nicht erkennen. Das Interesse ist damit über unterschiedliche Gruppen hinweg breit vorhanden.

Bei der Betrachtung der verschiedenen Private Banking-Typen zeigen sich hingegen deutlichere Unterschiede. Besonders ausgeprägt ist das Interesse bei kapitalmarktorientierten und immobilienorientierten Anleger:innen, von denen 54 beziehungsweise 47 Prozent Interesse an einer solchen Dienstleistung bekunden. Bei den konventionellen Anleger:innen liegt dieser Anteil mit 38 Prozent deutlich tiefer. Am geringsten fällt das Interesse bei den unternehmerischen Anleger:innen aus, von denen lediglich 32 Prozent eine solche Dienstleistung beziehungsweise Beratung in Anspruch nehmen würden.

Als Hauptgründe gegen eine Beratung zur Vermögensstrukturierung werden genannt, dass das Vermögen bewusst selbst verwaltet wird oder dass aktuell kein konkreter Handlungsbedarf für eine Konsolidierung besteht (vgl. Abbildung 21).

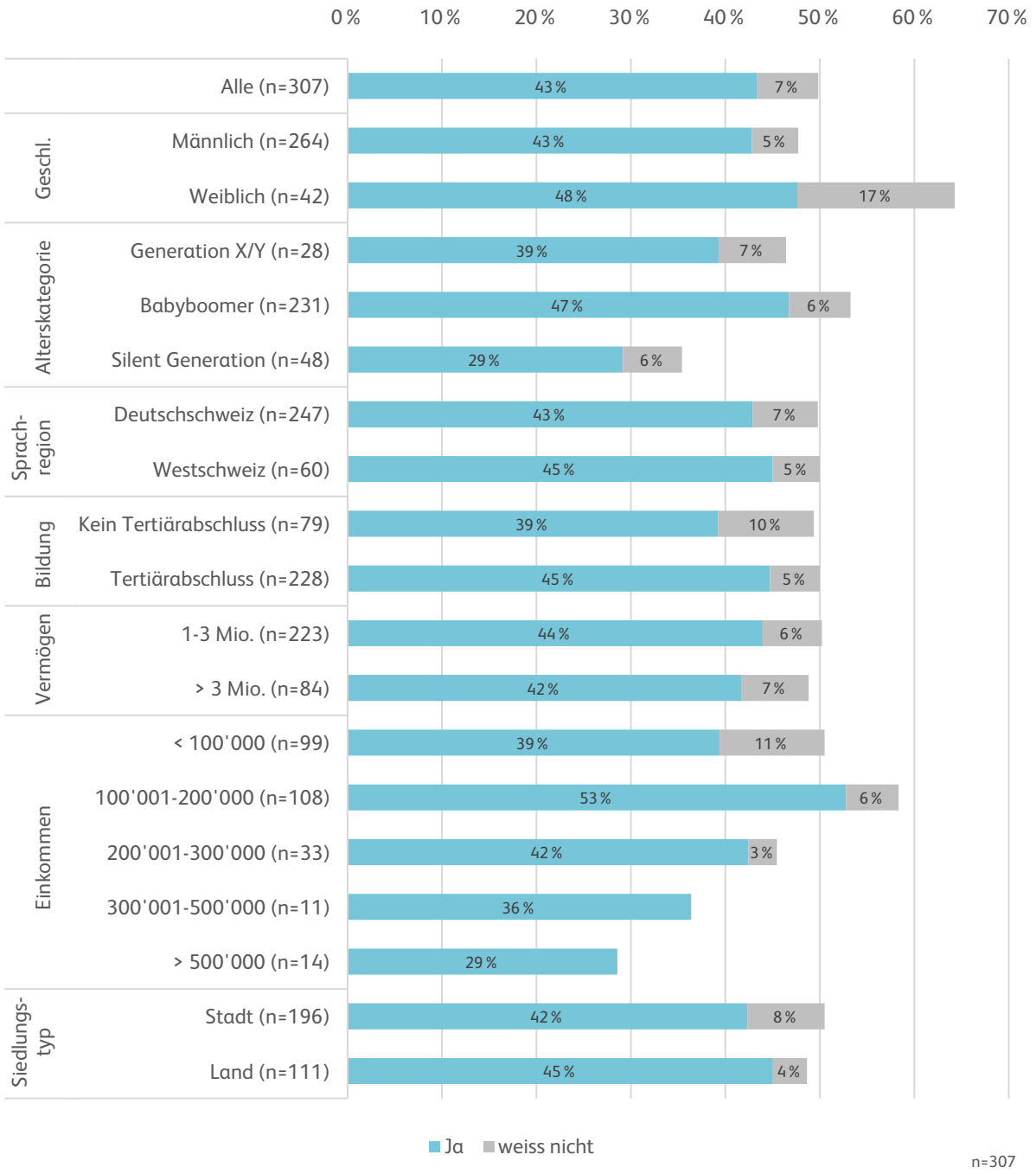


Abbildung 20: Interesse an einer Beratung zur Vermögensstrukturierung

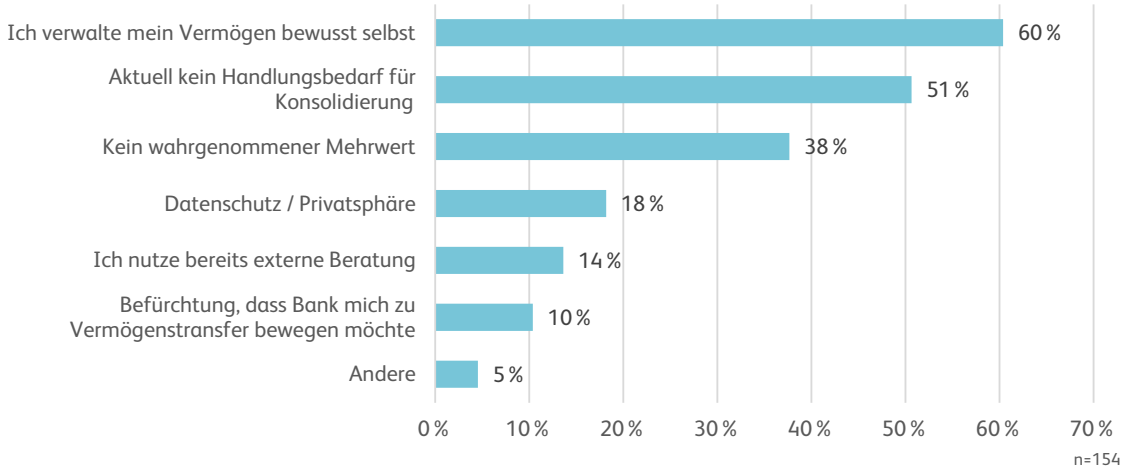


Abbildung 21: Gründe gegen die Nutzung einer ganzheitlichen Vermögensberatung

Bemerkenswert ist, dass über ein Drittel der Befragten in der ganzheitlichen Vermögensstrukturierung und Vermögensberatung keinen Mehrwert erkennt, obwohl die Zusammenführung sämtlicher Vermögenswerte in der Praxis nach wie vor mit erheblichem manuellem Aufwand verbunden ist. Da entsprechende Lösungen heute noch wenig verbreitet sind, ist davon auszugehen, dass ein Teil der Befragten den daraus resultierenden Nutzen noch nicht vollständig abschätzen kann. Dies könnte sich allerdings zukünftig zumindest zum Teil ändern. Mit Open Finance[25] wird angestrebt, den Datenaustausch über den Bankensektor hinaus auf weitere Finanzbereiche auszuweiten. Dadurch könnten künftig nicht nur Vermögenswerte bei verschiedenen Banken («Multibanking»), sondern beispielsweise auch Vorsorgeguthaben der zweiten und dritten Säule sowie AHV-Daten automatisiert in eine konsolidierte Vermögensübersicht integriert werden. Die Einbindung illiquider Vermögenswerte bleibt hingegen eine grössere Herausforderung. Für Vermögenswerte wie Immobilien, Unternehmensbeteiligungen, Kunst oder Sammlerstücke existieren in der Regel keine standardisierten Schnittstellen und häufig auch keine laufend aktualisierten Marktwerte. Eine vollständige Vermögensübersicht wird deshalb auch künftig nicht allein durch Open Finance erreicht werden können. Hier werden ergänzende Lösungen erforderlich sein, etwa die manuelle Erfassung, regelmässige Bewertungen oder spezialisierte Bewertungsplattformen.

Die ganzheitliche Betrachtung des Vermögens kann neben der Anlageberatung insbesondere in der Vorsorgeberatung wie der Pensionierungsplanung einen grossen Nutzen stiften. Bei diesen Beratungen ist es besonders wichtig, alle Vermögenswerte und Vorsorgeansprüche zu berücksichtigen, um die beste Lösung für die individuellen Ausgangslagen der Kund:innen zu finden.

Die Gründe gegen eine ganzheitliche Vermögensberatung unterscheiden sich je nach Private Banking-Typ deutlich. So geben 73 Prozent der unternehmerischen und 72 Prozent der immobilienorientierten Anleger:innen an, das Vermögen bewusst selbst zu verwalten, wohingegen dieser Anteil bei den konventionellen Anleger:innen mit 52 Prozent deutlich tiefer liegt. Bei den immobilienorientierten Anleger:innen zeigt sich zudem ein vergleichsweise geringer wahrgenommener Bedarf für eine Konsolidierung der Vermögensanlagen. 60 Prozent geben an, keinen entsprechenden Bedarf zu sehen, während gleichzeitig 28 Prozent befürchten, dass die Bank sie zu einem Vermögenstransfer bewegen möchte. Der fehlende wahrgenommene Mehrwert einer Vermögenskonsolidierung stellt insbesondere für unternehmerische und kapitalmarktorientierte Anleger:innen einen wichtigen Grund gegen die Beratung dar. 53 beziehungsweise 44 Prozent dieser beiden Gruppen geben an, keinen entsprechenden Mehrwert zu erkennen.

[25] Open Finance basiert auf standardisierten Schnittstellen (APIs), die einen sicheren und interoperablen Datenaustausch zwischen verschiedenen Finanzdienstleistern ermöglichen.

5.2 Ausgeprägtes Kontaktbedürfnis im Private Banking

Neben der Qualität der Beratung spielt auch die Häufigkeit des persönlichen Austauschs mit der Beraterin oder dem Berater eine wichtige Rolle in der Kundenbeziehung. Während einige Kundinnen und Kunden einen regelmässigen Austausch schätzen, bevorzugen andere nur bei konkretem Bedarf eine Kontaktaufnahme. Für Banken besteht die Herausforderung darin, die Kontaktfrequenz möglichst an die individuellen Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden anzupassen. Vor diesem Hintergrund wurde untersucht, wie häufig sich Private Banking-Kund:innen eine Kontaktaufnahme durch ihre Beraterin oder ihren Berater wünschen.

Die Befragung zeigt, dass rund zwei Drittel der Kundschaft genau so häufig kontaktiert werden, wie sie es sich wünschen. Das andere Drittel hingegen gibt an, entweder zu selten oder zu häufig kontaktiert zu werden.

Insgesamt wünschen sich 36 Prozent mindestens quartalsweise eine proaktive Kontaktaufnahme durch die Beraterin oder den Berater (vgl. Abbildung 22). Die Ergebnisse zeigen jedoch, dass sich die bevorzugte Kontaktfrequenz deutlich nach Anlage-Entscheidungstyp unterscheidet. Dabei werden, wie in Kapitel 4.3 beschrieben, drei Formen unterschieden: Anlagen ohne Beratung («execution only»), Anlagen mit Beratung sowie Anlagen im Rahmen eines Vermögensverwaltungsmandats. Dabei wurden die Befragten danach klassifiziert, wie sie den grössten Teil ihrer Wertschriften anlegen. Eine Person, welche beispielsweise angibt, 60 Prozent ihrer Wertschriften in einem Beratungsmandat anzulegen, wird für diese Auswertung entsprechend als «Kund:in mit Beratung» klassifiziert.

Erwartungsgemäss zeigen Personen, die überwiegend ohne Beratung anlegen, den geringsten Wunsch nach regelmässigem Austausch. Von ihnen möchten 43 Prozent gar nicht proaktiv kontaktiert werden. Gleichzeitig wünschen sich auch immerhin 40 Prozent dieser Gruppe mindestens einen halbjährlichen Kontakt. Dies deutet darauf hin, dass selbst Kund:innen, die ihre Anlageentscheide überwiegend eigenständig treffen, einen periodischen Austausch mit ihrer Bank durchaus schätzen (würden). Dies dürfte auch damit zusammenhängen, dass 80 Prozent der Personen, die vorwiegend selbstständig investieren, einen Teil ihres freien Vermögens dennoch über ein Beratungs- und/oder Vermögensverwaltungsmandat anlegen.

Private Banking-Kund:innen, welche sich primär zu Anlageentscheiden beraten lassen, weisen den höchsten Kontaktbedarf auf. Fast die Hälfte (47 %) wünscht sich einen quartalsweisen Austausch, weitere 18 Prozent sogar eine mindestens monatliche oder gar wöchentliche Kontaktaufnahme. Weitere 28 Prozent bevorzugen einen halbjährlichen Kontakt. Von den Private Banking-Kund:innen, die vorwiegend ein Vermögensver-

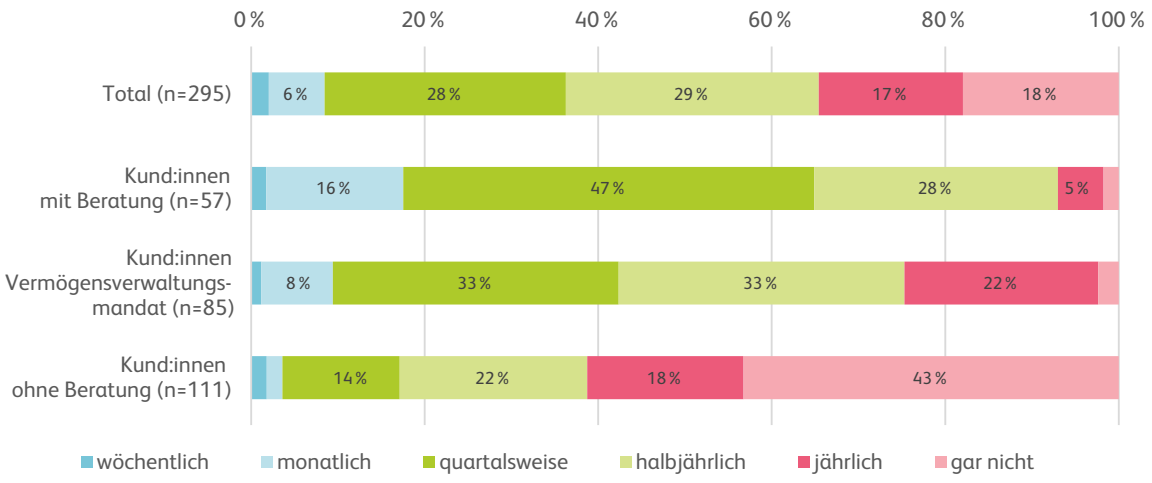


Abbildung 22: Gewünschte Häufigkeit der Kontaktaufnahme durch den Berater/die Beraterin

waltungsmandat nutzen, bevorzugt jeweils rund ein Drittel einen quartalsweisen beziehungsweise halbjährlichen Austausch. 9 Prozent wünschen sich mindestens eine monatliche Kontaktaufnahme, während für 22 Prozent ein jährlicher Austausch ausreicht. Der Kontaktbedarf ist bei Beratungskund:innen also am höchsten, während Kund:innen mit Vermögensverwaltungsmandat trotz Delegation der Anlageentscheide mehrheitlich einen regelmässigen Austausch wünschen.

Die Citibank hat dieses Bedürfnis nach regelmässigem Austausch bereits erkannt und verlangt von ihren Private Banking-Berater:innen, jede Kundin und jeden Kunden mindestens einmal alle 90 Tage proaktiv zu kontaktieren. Gleichzeitig wird die Kontaktfrequenz systematisch erfasst und dokumentiert.[26] Eine derart hohe Kontaktfrequenz ist zeit- und kostenintensiv. Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung zeigen jedoch, dass sich Private Banking-Kund:innen im Durchschnitt rund drei proaktive Kontakte pro Jahr wünschen. Besonders ausgeprägt – und aus Bankensicht besonders relevant – ist das Bedürfnis nach regelmässigem Austausch bei den «Beratungskund:innen». Auf Basis der Befragung wünschen sie sich durchschnittlich rund 4.3 proaktive Kontakte pro Jahr und damit etwa einen Kontakt pro Quartal. Dieses Ergebnis unterstreicht, dass Kund:innen, die Anlageentscheide gemeinsam mit ihrer Beraterin oder ihrem Berater treffen, eine kontinuierliche und enge Betreuung erwarten. Die Ergebnisse unterstreichen entsprechend die anhaltende Bedeutung einer regelmässigen persönlichen Betreuung als zentraler Bestandteil des Leistungsversprechens im Private Banking.

Eine Erhöhung der Kontaktfrequenz stellt viele Banken vor organisatorische und wirtschaftliche Herausforderungen. Persönliche Kundengespräche erfordern nicht nur Zeit für den eigentlichen Austausch, sondern auch für die Vor- und Nachbereitung sowie die Dokumentation der Gespräche. Gerade im Private Banking, wo eine individuelle Betreuung erwartet wird, begrenzt dieser Aufwand die Anzahl persönlicher Kontakte pro Kundenberater:in. Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) bietet hier erhebliches Potenzial zur Effizienzsteigerung. KI-gestützte Systeme könnten künftig die Vorbereitung von Kundengesprächen unterstützen, indem sie relevante Informationen aus dem CRM, dem Portfolio oder aktuellen Marktentwicklungen automatisch zusammenführen und personalisierte Handlungsempfehlungen aufbereiten. Während des Gesprächs könnten Gesprächsinhalte automatisiert transkribiert und strukturiert dokumentiert werden. Anschliessend könnten Gesprächsprotokolle, CRM-Einträge, Aufgaben oder Follow-up-Massnahmen weitgehend automatisiert vorbereitet werden. Dadurch liesse sich der administrative Aufwand deutlich reduzieren und die Beraterinnen und Berater könnten mehr Zeit für die eigentliche Kundenbetreuung aufwenden. KI würde dabei die persönliche Beratung nicht ersetzen, sondern könnte dazu beitragen, diese effizienter zu gestalten und damit die Voraussetzungen schaffen, den von vielen Kund:innen gewünschten regelmässigen persönlichen Austausch häufiger zu ermöglichen.

[26] Financial Times (2024). Citigroup starts tracking how often private bankers call clients. (07.08.2026). https://www.ft.com/content/8d041fd4-d56c-42fa-ad16-697a2ca09681?syn-25a6b1a6=1

6 Fazit

Vermögende setzen konsequent auf Wertschriften – und schätzen einen häufigen Kontakt mit der Bank

Private Banking-Kund:innen mit einem Vermögen von mehr als CHF 1 Million unterscheiden sich grundlegend von der breiten Bevölkerung. Sie pflegen deutlich mehr Bankbeziehungen und fast jede Person investiert in Wertschriften. Zudem interessieren sich Vermögende deutlich stärker für die Finanzmärkte und lassen sich von kurzfristigen Verlusten weniger aus der Ruhe bringen. Zusätzlich schätzen sie ihr eigenes Finanzwissen als überdurchschnittlich ein. Diese Unterschiede manifestieren sich in der Art, wie Vermögende ihr Geld investieren: Für diese Kundengruppe ist das Investieren am Kapitalmarkt selbstverständlich. Bei ihren Investitionen setzen sie zwar auf traditionelle Anlagen wie Aktien oder Anlagefonds. Doch auch andere Anlageformen wie Derivate, Renditeliegenschaften und Direktinvestitionen in Unternehmen sind unter Private Banking-Kund:innen deutlich stärker verbreitet als bei der breiten Bevölkerung. Eine bemerkenswerte Ausnahme bilden Kryptowährungen. Hier verhält es sich genau umgekehrt: Das Private Banking-Segment ist etwas weniger stark in Kryptowährungen investiert als die breite Bevölkerung. Trotz des hohen Finanzmarktinteresses, überdurchschnittlich eingeschätzten Finanzwissens und hoher Kapitalmarkterfahrung bleibt der persönliche Kontakt relevant. Besonders bemerkenswert ist, dass selbst Kund:innen, die überwiegend selbstständig Anlageentscheide treffen, teilweise einen regelmässigen Austausch mit ihren Berater:innen wünschen. Finanzkompetenz und Kontaktbedarf sind also keine Gegensätze.

Private Banking-Kund:innen sind sehr verschieden

Hinter dem Begriff Private Banking verbirgt sich eine heterogene Kundschaft mit unterschiedlichen Anlagepräferenzen und Bedürfnissen. Auf Basis des Anlageverhaltens lassen sich (mindestens) vier Anlagetypen identifizieren, die sich nicht nur hinsichtlich der genutzten Anlageklassen und der Breite ihres Anlageportfolios unterscheiden, sondern auch bezüglich ihres Finanzinteresses und ihres Kontaktbedürfnisses gegenüber der Bank. Während kapitalmarktorientierte Anleger:innen ein hohes Finanzinteresse mit einem vergleichsweise geringen Kontaktbedürfnis verbinden, wünschen unternehmerische Anleger:innen trotz ebenfalls hohen Finanzmarktinteresses einen intensiveren Austausch mit ihrer Bank. Immobilienorientierte Anleger:innen weisen ebenfalls ein höheres Kontaktbedürfnis auf, während konventionelle Anleger:innen sowohl beim Finanzinteresse als auch beim Kontaktbedürfnis zurückhaltender sind. Für Banken bedeutet dies, dass eine Segmentierung allein nach der Vermögenshöhe zu kurz greifen kann. Anlageverhalten, Finanzinteresse und Betreuungsbedürfnisse liefern zusätzliche Ansatzpunkte, um Beratung und Angebot stärker auf unterschiedliche Kundentypen auszurichten. Eine stärkere verhaltens- und bedürfnisorientierte Segmentierung ermöglicht es, unterschiedliche Kundenprofile auch innerhalb derselben Vermögensklasse zu erkennen und gezielter anzusprechen.

UBS und Kantonalbanken prägen das Anlagegeschäft im Private Banking

Vermögende verteilen ihr Vermögen bewusst auf mehrere Institute. Im Durchschnitt unterhalten die befragten Private Banking-Kund:innen 3.3 Bankbeziehungen, wobei insbesondere jüngere Vermögende deutlich mehr Institute nutzen als ältere. Gleichzeitig zeigt sich, dass Hauptbank und Haupt-Anlagebank häufig nicht identisch sind. Nur etwa die Hälfte der Vermögenden nutzt dieselbe Bank für den alltäglichen Zahlungsverkehr und als primäre Bank für ihre Anlagen. Für Banken, die sich im Private Banking etablieren möchten, genügt es somit nicht, eine starke Position als Hausbank einzunehmen. Sie müssen sich auch im Anlagegeschäft gegenüber anderen Instituten profilieren.

Aktuell besonders stark positioniert im Segment der Personen mit einem Vermögen zwischen CHF 1 und 3 Millionen sind die UBS und die Kantonalbanken, die zusammen bei fast der Hälfte der Befragten als Haupt-Anlagebank fungieren. Die UBS ist besonders erfolgreich darin, von ihrer bestehenden Anlagekundschaft als Haupt-Anlagebank gewählt zu werden. Kantonalbanken verfügen demgegenüber über eine sehr breite Kundenbasis, werden jedoch häufiger lediglich als zusätzliche Anlagebank genutzt.

Bei der Einordnung dieser Ergebnisse ist allerdings die Zusammensetzung der Stichprobe zu berücksichtigen. Ultra High Net Worth Individuals sind in der Stichprobe nur in geringer Zahl vertreten. Die Ergebnisse können deshalb nicht ohne Weiteres auf die deutlich vermögendere Ultra High Net Worth Individual-Kundschaft

übertragen werden. Gerade die Bedeutung von Privatbanken und spezialisierten Anbietern könnte in diesem Segment anders ausfallen.

Trotz der insgesamt hohen Zufriedenheit mit den Haupt-Anlagebanken besteht eine gewisse Wechselbereitschaft. Rund ein Viertel der Befragten hat die Haupt-Anlagebank innerhalb der vergangenen fünf Jahre gewechselt. Für Banken ergibt sich daraus eine zweifache Herausforderung: Einerseits müssen sie versuchen, bestehende Kund:innen langfristig zu binden. Andererseits müssen sie auch stets versuchen, neue Kundschaft zu gewinnen, die für einen Wechsel offen ist. Eine weitere Herausforderung zeichnet sich bei jüngeren Private Banking-Kund:innen ab. Sie unterhalten mehr Bankbeziehungen als ältere Generationen und nutzen vergleichsweise häufiger zusätzlich Digitalbanken oder Broker. Diese Anbieter ersetzen die traditionelle Hauptbank bislang nicht, erweitern jedoch die Anzahl der genutzten Finanzdienstleister und erhöhen damit den Wettbewerb um einzelne Teile der Kundenbeziehung. Für etablierte Banken wird es deshalb wichtiger, nicht nur ihre Position als Hauptbank- oder Haupt-Anlagebank zu sichern, sondern auch im Anlagegeschäft und bei digitalen Dienstleistungen relevant zu bleiben.

Substanz schlägt Exklusivität

Für Private Banking-Kund:innen stehen fachliche Kompetenz und eine vertrauensvolle Beziehung zur Anlageberaterin oder zum Anlageberater im Zentrum einer guten Bankbeziehung. Daneben zählen auch die finanzielle Stabilität der Bank, Transparenz sowie ein unabhängiges Produktangebot zu den wichtigen Kriterien. Auch benutzerfreundliche digitale Kanäle sowie eine verständliche Übersicht über die getätigten Anlagen werden als wichtig bis sehr wichtig beurteilt.

Persönliche Beratung und digitale Dienstleistungen sind damit weniger als Gegensätze, sondern vielmehr als sich ergänzende Bestandteile einer überzeugenden Kundenbetreuung zu verstehen. Demgegenüber weisen exklusive Zusatzleistungen wie der Zugang zu exklusiven Veranstaltungen und Netzwerken eine deutlich geringere Bedeutung auf. Die Ergebnisse relativieren damit das traditionelle Bild des Private Banking, bei dem Exklusivität und besondere Zusatzleistungen einen wesentlichen Teil des Leistungsversprechens darstellen. Für die befragten Personen entsteht Mehrwert primär durch fachliche Qualität, Vertrauen, Stabilität und Transparenz sowie durch eine funktionale digitale Unterstützung, und weniger durch Exklusivität. Für Banken bedeutet dies, dass Investitionen in die Beratungsqualität, die Mitarbeitenden sowie auch digitale Kundenerlebnisse für die breite Private Banking-Kundschaft relevanter sein dürften als der Ausbau exklusiver Zusatzangebote.

Der persönliche Kontakt bleibt zentral – KI schafft neue Freiräume

Der persönliche Austausch mit der Anlageberaterin oder dem Anlageberater bleibt ein zentraler Baustein der Kundenbeziehung. Insgesamt wünscht sich mehr als ein Drittel der Befragten pro Quartal mindestens eine proaktive Kontaktaufnahme durch die Beraterin oder den Berater. Dabei unterscheiden sich die Bedürfnisse je nach Form der Anlagebetreuung deutlich. Besonders ausgeprägt ist der Kontaktwunsch bei Kund:innen, die ihre Anlageentscheide gemeinsam mit ihrer Beraterin oder ihrem Berater treffen. Sie wünschen sich durchschnittlich rund 4.3 proaktive Kontakte pro Jahr und damit etwa einen Austausch pro Quartal. Auch Kund:innen mit Vermögensverwaltungsmandat wünschen trotz der Delegation ihrer Anlageentscheide mehrheitlich einen regelmässigen Austausch. Gleichzeitig zeigt sich, dass nicht eine möglichst hohe, sondern eine auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmte Kontaktfrequenz entscheidend ist. Rund zwei Drittel der Befragten werden heute bereits so häufig kontaktiert, wie sie es sich wünschen. Für Banken besteht die Herausforderung entsprechend darin, sowohl zu seltene als auch zu häufige Kontaktaufnahmen zu vermeiden und die Betreuungsintensität stärker am jeweiligen Kundenbedürfnis auszurichten.

Eine höhere Kontaktintensität ist allerdings mit entsprechendem personellem Aufwand verbunden. Neue Technologien wie Künstliche Intelligenz (KI) können dazu beitragen, die Vor- und Nachbereitung von Kundengesprächen sowie administrative Tätigkeiten effizienter zu gestalten. Dadurch können Berater:innen entlastet und zusätzliche zeitliche Kapazitäten für den persönlichen Austausch geschaffen werden. KI ersetzt damit nicht den persönlichen Kontakt, sondern kann dazu beitragen, diesen gezielter und effizienter zu ermöglichen.

Hochschule Luzern
Wirtschaft
Institut für Finanz-
dienstleistungen Zug IFZ
Campus Zug-Rotkreuz
Suurstoffi 1
6343 Rotkreuz

T +41 41 757 67 67
ifz@hslu.ch
hslu.ch/ifz

ISBN 978-3-907379-79-0

10-2026