

Erwin Pollex

# **Family Office in Deutschland**

Chancen und Risiken im größten  
europäischen Markt

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>5</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>8</b>
<b>1 Problemstellung und Zielsetzung.....</b>	<b>11</b>
<b>2 Begriffsbestimmungen und rechtliche Rahmenbedingungen .....</b>	<b>12</b>
2.1 Definition „Finanzstandort Deutschland“ .....	12
2.2 Der Begriff der Dienstleistung und der Finanzdienstleistung .....	12
2.2.1 Dienstleistungsbegriff.....	12
2.2.2 Finanzdienstleistungsbegriff.....	15
2.3 Der Begriff des „Family Office“ .....	16
2.3.1 Historie .....	16
2.3.2 Inhaltliche Definition.....	17
2.3.3 Typen des Family Office .....	21
2.4 Rechtliche Rahmenbedingungen .....	26
<b>3 Die Produktinhalte der Dienstleistung Family Office .....</b>	<b>30</b>
3.1 Vermögensverwaltung.....	30
3.2 Vermögens-Controlling und -Reporting.....	35
3.3 Nachfolgeplanung und optimierter Vermögensübergang.....	35
3.4 Steuerliche Optimierung.....	36
3.5 Einbeziehung der betrieblichen Seite des Familienvermögens .....	37
<b>4 Anzahl und Vermögensvolumen der Zielkunden in Deutschland .....</b>	<b>39</b>
4.1 Kundensegmentierung im deutschen Vermögensberatungsmarkt .....	39
4.2 Überprüfung der Segmentgrenzen auf innere Konsistenz.....	40
4.3 Anzahl der Zielkunden und zugehöriger Vermögenshöhe in Deutschland.....	43
<b>5 Anbieterstruktur im untersuchten Marktsegment.....</b>	<b>45</b>
5.1 Sparkassen, Groß- und Genossenschaftsbanken .....	45
5.2 Privatbanken .....	47
5.3 Nichtbanken.....	49
5.4 Wettbewerbssituation und aktuelle Markttrends .....	50
<b>6 Methoden der Qualitätsbewertung der Family Office-Dienstleistung .....</b>	<b>55</b>
6.1 Definition der Begriffe Qualität und Dienstleistungsqualität.....	55
6.2 Der Begriff der Kundenzufriedenheit.....	57
6.3 Methoden der Bewertung .....	58
6.3.1 Einführung.....	58

6.3.2	Multiattributive Qualitätsmessung / SERVQUAL .....	61
6.3.3	Integrierte Qualitätsmessung .....	64
6.3.4	Penalty-Reward-Faktoren-Ansatz .....	67
6.3.5	Ereignisorientierte Verfahren der Qualitätsmessung .....	67
6.4	Bewertung des Family Office-Angebotes durch Abgleich von Anforderungsprofil und Dienstleistungsinhalt .....	70
6.4.1	Das Anforderungsprofil der Vermögensinhaber .....	70
6.4.2	Dienstleistungsinhalt der Family Office-Anbieter .....	78
6.4.3	Abgleich von Anforderungsprofil und Dienstleistungsinhalt.....	83
<b>7</b>	<b>Schlussbetrachtung und Ausblick.....</b>	<b>97</b>
7.1	Schlussbetrachtung .....	97
7.2	Ausblick.....	100
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>102</b>