

Geleitwort

Als sich der Verfasser vor nunmehr gut dreieinhalb Jahren des Themas dieses Buches annahm, schien das Wirtschaften in Zeiten des Internets plötzlich völlig anderen Gesetzen folgen zu wollen, als sie Wissenschaft und Praxis bislang für gültig erachtet hatten. Die Aktienmärkte als Spiegelbild ökonomischer Wachstumserwartungen stiegen auf Basis des vermeintlich neuen Paradigmas der "New Economy" in fundamental nicht mehr zu rechtfertigende Höhen, eine Entwicklung, die jedoch von kaum jemandem ernsthaft hinterfragt wurde.

Trotz des jähen Endes dieser übertriebenen Erwartungen bleibt weiterhin zu konstatieren, dass neue Technologien die Mechanismen wirtschaftlicher Koordination grundlegend umgestalten, diese beschleunigen, verbilligen und in gewissem Rahmen virtualisieren. Die Auswirkungen des entstehenden "Elektronischen Marktes" auf eine effiziente Abwicklung einer großen Zahl von Kundenkontakten und Transaktionen ist in vielen anderen Arbeiten – besonders auch im Hinblick auf das Electronic Banking – schon untersucht worden.

Die Privatbankiers sind eine besondere Gruppe von Banken, deren Geschäft sich durch einen eher kleinen Kundenkreis gehobener Klientel auszeichnet. Die hier relevanten Erfolgsfaktoren sind nicht unbedingt die Verbilligung und Beschleunigung der Abwicklung. Vielmehr standen Faktoren wie Unabhängigkeit, Individualität und Diskretion für den Kunden im Vordergrund, und dieser Befund wird voraussichtlich auch für die "Generation der Erben" weiterhin seine grundsätzliche Richtigkeit behalten.

In dieser Arbeit geht der Verfasser der Frage nach, wie sich die deutschen Privatbankiers strategisch gegenüber den Herausforderungen durch den Elektronischen Markt positionieren können. Im ersten, theoretischen Teil der Arbeit werden die Grundlagen gelegt für die Argumentation im darauf folgenden zweiten, dem betriebspolitischen Aussagenteil.

Der Banktypus des deutschen Privatbankiers wird für den Fortgang der Untersuchung zunächst in seinen wesensbestimmenden Charakteristika definiert, wesentliche Aspekte seiner wirtschaftlichen Aktivitäten werden dargestellt. Parallel zu einer themenrelevanten Beschreibung des Elektronischen Marktes

werden dann die Herausforderungen für Privatbankiers abgeleitet und darauf aufbauend mögliche strategische Positionierungsoptionen und Handlungsempfehlungen aufgezeigt.

Zwar sind die erarbeiteten Ergebnisse stark auf die Gruppe der Privatbankiers ausgerichtet, dennoch lassen sich weite Teile der Schlussfolgerungen auch auf das Geschäft mit "High Net-worth Individuals" bei anderen Institutsformen übertragen.

Es ist ein Verdienst des Verfassers, sich der Fragestellung auf Basis einer nüchternen, theoretisch fundierten Grundlage genähert zu haben und dadurch nicht der Versuchung erlegen zu sein, die Wirkungen des Elektronischen Marktes auf das Geschäft der Privatbankiers zu über- oder zu unterschätzen. Seinem Resümee, dass es heute wie früher zunächst einer soliden Strategie jenseits der elektronischen Medien bedürfe, ist in jedem Falle beizupflichten.

Mit dieser Arbeit ist eine thematisch hochaktuelle Schrift vorgelegt worden. Ihr ist eine weite Verbreitung und intensive Diskussion in der wissenschaftlichen Welt sowie bei Bankpraktikern zu wünschen.

Leo Schuster