

# INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung.....	7
1.1. Problemstellung .....	7
1.2. Zielsetzung der Arbeit.....	8
2. Anlageberatung und Private Banking.....	10
2.1. Der Private Banking-Markt.....	10
2.1.1. Definition und Merkmale des Private Banking .....	10
2.1.2. Marktumfeld.....	11
2.1.3. Marktpotential .....	12
2.1.4. Marktanforderungen.....	13
2.2. Die Anlageberatung im Private Banking .....	14
2.2.1. Grundlegende Erläuterungen und Definitionen .....	14
2.2.2. Bedeutung der Anlageberatung im Private Banking .....	16
3. Preispolitik der Anlageberatung im Private Banking.....	18
3.1. Aufgabe der bisherigen Preispolitik.....	18
3.2. Argumente für die separate Entlohnung der Beratungsleistung .....	18
3.2.1. Verbesserung der Ertrags- und Kostensituation der Banken .....	18
3.2.2. Steigerung der Beratungsqualität .....	19
3.2.3. Stärkere Kundenbindung.....	20
3.2.4. Erleichterte Durchsetzung bei vermögenden Privatkunden.....	21
3.3. Mögliche Konflikte infolge der Beratungsentlohnung .....	21
4. Preisgestaltung der Anlageberatung im Private Banking.....	24
4.1. Bestimmungsfaktoren der Preisgestaltung.....	24
4.2. Instrumente der Preisgestaltung in der Anlageberatung .....	26
4.2.1. Festlegung von Preisbezugsbasis und Preiszähler .....	26
4.2.2. Preisdifferenzierung .....	27
5. Preismodelle zur Entlohnung der Beratungsleistung .....	31
5.1. Grundlegende Annahme .....	31

5.2. Volumenabhängiges Beratungshonorar .....	31
5.2.1. Ausgestaltungsformen.....	31
5.2.2. Bewertung aus Kundensicht.....	35
5.2.3. Bewertung aus Bankensicht .....	37
5.3. Zeitabhängiges Beratungshonorar .....	40
5.3.1. Ausgestaltungsformen.....	40
5.3.2. Bewertung aus Kundensicht.....	43
5.3.3. Bewertung aus Bankensicht .....	44
5.4. Erfolgsabhängiges Beratungshonorar .....	48
5.4.1. Ausgestaltungsformen.....	48
5.4.2. Bewertung aus Kundensicht.....	50
5.4.3. Bewertung aus Bankensicht .....	51
5.5. Pauschalpreis-Modell.....	54
5.5.1. Ausgestaltungsformen.....	54
5.5.2. Bewertung aus Kundensicht.....	56
5.5.3. Bewertung aus Bankensicht .....	57
5.6. Das „Ticket-Fee“-Modell in der Anlageberatung.....	61
5.7. Beratungshonorare in Form von zweiteiligen Tarifen.....	63
5.7.1. Ausgestaltungsformen.....	63
5.7.2. Bewertung aus Kundensicht.....	67
5.7.3. Bewertung aus Bankensicht .....	68
5.8. Zusammenfassende Bewertung der vorgestellten Preismodelle.....	71
6. Fazit .....	77