

## Globale Studie: E-Publications von Vermögensverwaltern erreichen die Kunden nicht

**UBS, Credit Suisse und Wells Fargo bieten die besten Newsletter, digitalen Kundenmagazine und mobilen Publikationen via App. Die Mehrheit der Vermögensverwalter bietet noch kein ausgewogenes Portfolio von digitalen und mobil erhältlichen Veröffentlichungen.**

**UBS, Credit Suisse und Wells Fargo bieten die besten Newsletter, digitalen Kundenmagazine und mobilen Publikationen via App**

**Die Mehrheit der Vermögensverwalter bietet noch kein ausgewogenes Portfolio von digitalen und mobil erhältlichen Veröffentlichungen. Es bestehen zentrale Mängel bei den Inhalten und den zur Verfügung stehenden Medienformaten; die technische Qualität ist jedoch meist zufriedenstellend. Dies sind zentrale Ergebnisse der neuen Studie "[E-Publications for Wealth Management Clients 2013](#)", für die das Schweizer Research-Unternehmen MyPrivateBanking Research über 300 elektronische Publikationen von 35 weltweit führenden Privatbanken und Vermögensverwaltern analysiert und bewertet.**

Die führende Bank des MyPrivateBanking-Ranking ist die UBS mit einem Gesamtergebnis von 41 von 45 Punkten, gefolgt von der Credit Suisse mit 40 Punkten und Wells Fargo mit 39 Punkten. Die Banque Pictet, Northern Trust und die Bank Vontobel vervollständigen die Top-5 in der Rangliste. "Jeder der führenden Anbieter bietet ein beeindruckendes Portfolio von E-Publications mit klar auf die Bedürfnisse vermögender Kunden abgestimmten interaktiven elektronischen Magazinen, auf die sowohl über die Website als auch über mobile Endgeräte zugegriffen werden kann", hebt Steffen Binder, Research Director von MyPrivateBanking, die Stärken der führenden Banken und Vermögensverwalter hervor.

**Top 5 Banken und Vermögensverwalter mit den besten E-Publications Strategien für vermögenden Kunden (insgesamt 35 Vermögensverwalter bewertet)**

tabelle

Gemäss der MyPrivateBanking-Studie entdeckt ein signifikanter Teil der Vermögensverwalter jetzt erst die Möglichkeiten der neuen Medien zur besseren Verbreitung von Kundenpublikationen. Bei etwa einem Drittel der Vermögensverwalter erkennt MyPrivateBanking keinerlei Strategie. Die elektronischen Inhalte sind auf verschiedene digitale Kanälen verstreut und inhaltlich nicht koordiniert. Nur für die technische Qualität, die den Zugang zu und das Design von elektronischen Publikationen umfasst, haben die bewerteten Anbieter mit 93% der maximal möglichen Punkte ein ausgezeichnetes Ergebnis erzielt.

In allen anderen Bewertungskategorien identifiziert die Studie erhebliche Schwächen. MyPrivateBanking empfiehlt den Vermögensverwaltern daher, die folgenden Mängel schnell zu beheben:

- **Mehr Publikationen sollten herunterladbar und mobil zugänglich sein:** Im Durchschnitt erzielen die bewerteten Anbieter für das Angebot an zur Verfügung stehenden Medienformaten nur einen Wert von 44% der insgesamt möglichen Punkte. Während mehr als 80 % der Banken und Vermögensverwalter Newsletter anbieten,

haben nur 40% ein herunterladbares Kundenmagazin und weniger als ein Drittel bietet elektronische Publikationen für Tablets.

- **Mehr Themen von Kundeninteresse:** Die Ergebnisse der Studie zu der Breite der Inhalten sind mit einem Durchschnittswert von nur 56% der maximal erzielbaren Punkte genauso enttäuschend. Viele Banken beschränken ihre e-Publications auf Themen der Konjunkturentwicklung und der Geldanlage. Vermögende Kunden bevorzugen allerdings ein vielfältigeres Themenangebot, das z.B. auch Lifestyle-Inhalte oder Themen wie die Vermögensweitergabe zwischen Generationen einschließt. Diese Themen werden nur von etwa 30% der Vermögensverwalter abgedeckt.
- **Höhere Qualität bei den Inhalten:** Nur etwa die Hälfte der E-Publications ist in mehr als einer Sprache verfügbar. Nur 31% der Inhalte haben einen kundenbindenden Charakter und motivieren den Leser mit dem Anbieter zu interagieren. Weiterhin bieten fast drei-viertel der Banken in ihren Publikationen keine Beiträge von externen Experten oder andere unabhängigen Inhalte. Hier sieht MyPrivateBanking eine verpasste Chance die Glaubwürdigkeit der Veröffentlichung zu steigern.
- **Publikationen müssen interaktiver werden und soziale Medien nutzen:** Die Analyse der Feedback-Möglichkeiten hat zu besonders schlechten Ergebnissen geführt - Vermögensverwalter erreichten nur eine durchschnittliche Bewertung von 27%. Dies liegt daran, dass die meisten Publikationen für den Leser keine Funktionen bieten um zu kommentieren, zu bewerten oder direktes Feedback zu senden. Weiterhin erlauben nur 63% der analysierten Banken und Vermögensverwalter den Lesern die Publikationen mit einem Klick per E-Mail oder über soziale Medien mit anderen zu teilen. Gemäss MyPrivateBanking wird so ein wichtiges Potenzial zur Verbreitung der Inhalte und Vergrößerung der Leserschaft verschenkt.

"Viele E-Publications von Vermögensverwaltern konzentrieren sich nicht auf die Bedürfnisse und Gewohnheiten vermögender Privatpersonen sondern langweilen sie mit Statistiken und Wirtschaftsprognosen statt Inhalte zu bieten, die näher an ihrer Lebenswirklichkeit sind", fasst Steffen Binder die zentrale Schwäche der analysierten E-Publications zusammen. "Mit einem stärkeren Fokus der Publikationen auf relevante Themen und einer vollen Verfügbarkeit auf allen Online- und Mobilkanälen haben die Anbieter große Chancen vermögende Kunden und Nicht-Kunden umfassend zu erreichen und mit ihnen zu interagieren."

#### **Über die Studie:**

Die Studie "[E-Publications for Wealth Management Clients 2013](#)" analysiert im Detail die Stärken und Schwächen der E-Publications mit Fokus auf vermögenden Kunden von 35 führenden Banken und Vermögensverwaltern weltweit. Insgesamt wurden über 300 Publikationen anhand von 34 Kriterien analysiert und bewertet, die in acht Bewertungskategorien zusammengefasst wurden: Themenbreite, Verfügbarkeit, angebotene Kanäle, Nutzerfreundlichkeit, technische Qualität, Qualität der Inhalte, Feedback und „Best Practices“. Für weitere Informationen über die Studie klicken sie [hier](#).

#### **Analysierte Banken und Vermögensverwalter:**

ABN Amro, Banque Pictet, Barclays, BB&T, BBVA, BNP Paribas, BNY Mellon, Bradesco, Commerzbank, Coutts, Credit Agricole, Credit Suisse, DBS, Deutsche Bank, Goldman Sachs, HSBC, Investec, Itaú, JP Morgan, Julius Bär, Lombard Odier, Merrill Lynch, Morgan Stanley, Nordea, Northern Trust, RBC, Santander, Société Générale, Standard Chartered, Unicredit, UBP, U.S.Trust, UBS, Vontobel, Wells Fargo.

**Pressekontakt:**

Christian Nolterieke

- Geschäftsführer -

Telefon: +41 0 71 566 1005

Fax: +41 0 8671 670 0483

E-Mail: [pr@myprivatebanking.com](mailto:pr@myprivatebanking.com)

**Unternehmen:**

MyPrivateBanking GmbH

Weinbergstrasse 9

CH-8280 Kreuzlingen

Internet: [www.myprivatebanking.com](http://www.myprivatebanking.com)

**Über MyPrivateBanking Research:**

MyPrivateBanking Research ist eine unabhängige Researchfirma mit Sitz in der Schweiz. Wir bieten Unternehmen aus der Finanzindustrie Research und Studien zur besten Nutzung von Webseiten, sozialen Medien und Mobile Apps, um bestehende Kunden zu binden und neue Kunden zu gewinnen. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.myprivatebanking.com](http://www.myprivatebanking.com).

logo myprivatebanking