

World Wealth Report: Anzahl und Vermögen von Millionären verzeichnet 2022 weltweit den stärksten Rückgang seit mehr als zehn Jahren

- *Einbruch an den Aktienmärkten bescherte den High Net Worth Individuals¹ einen Verlust von drei Billionen US-Dollar*
- *In Österreich ging 2022 die Anzahl der Millionäre und deren Vermögen zurück, etwas stärker als im weltweiten Durchschnitt*
- *Nordamerika bleibt bei Anzahl und Gesamtvermögen an der Spitze; Afrika, Lateinamerika und der Nahe Osten sind die einzigen Wachstumsregionen*

Wien, 1. Juni 2023 – Die Zahl der vermögenden Privatpersonen (High Net Worth Individuals - HNWI) ist im Jahr 2022 weltweit um 3,3 Prozent auf 21,7 Millionen gesunken. Der Wert ihres Vermögens ging im gleichen Zeitraum um 3,6 Prozent auf 83 Billionen US-Dollar zurück. Das zeigt der heute veröffentlichte World Wealth Report von Capgemini. Dem Report zufolge ist dies der stärkste Rückgang seit zehn Jahren (2013-2022). Ursache waren die geopolitischen wie auch makroökonomischen Unsicherheiten.

Nordamerika verzeichnete den stärksten Vermögensrückgang (-7,4 Prozent), gefolgt von Europa (-3,2 Prozent) und Asien-Pazifik (-2,7 Prozent). Im Gegensatz dazu zeigten sich Afrika, Lateinamerika sowie der Nahe Osten widerstandsfähig und verzeichneten im Jahr 2022 ein finanzielles Wachstum, das auf starke Entwicklungen im Öl- und Gassektor zurückzuführen ist.

Rückläufiges Vermögen in Österreich

In Österreich sank 2022 die Anzahl der HNWI um 3,4 Prozent auf knapp 170.000 Dollar-Millionäre. Das sind rund 6.400 HNWI weniger als im Vorjahreszeitraum. 2021 stieg diese Zahl in Österreich noch um 8 Prozent auf rund 176.000 Personen. Das Vermögen dieser Personen betrug im Jahr 2022 in Summe 469 Milliarden US-Dollar. Das entspricht einem Vermögensverlust von 4,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

High Net Worth Individuals im Jahr 2022 in Österreich		
	Anzahl der Personen (in Tausend)	Summe des Vermögens (in Milliarden USD)
Österreich	169.6	469.0
Veränderung zum Vorjahr	-3.4 %	-4.2 %

ESG²-Investitionen bleiben eine Priorität, den Vermögensverwaltern fehlen jedoch Daten

Trotz der wirtschaftlichen Unsicherheit, bei der nur 23 Prozent der HNWI angaben, eine höhere Rendite aus Anlagen nach ESG-Kriterien erzielt zu haben, bekunden sie weiterhin Interesse an solchen Produkten: 41 Prozent der Befragten sehen Investitionen mit ESG-Bezug als oberste Priorität. 63 Prozent der HNWI gaben an, dass sie ESG-Bewertungen für ihre Anlagen angefordert haben. Allerdings sehen nur rund die Hälfte der

¹ High Net Worth Individuals (HNWI) sind definiert als Personen mit einem investierbaren Vermögen von 1 Million US-Dollar oder mehr, mit Ausnahme von Hauptwohnsitz, Sammlerstücken, Verbrauchs- und Gebrauchsgütern.

² Unter ESG versteht man die Berücksichtigung von Kriterien aus den Bereich Umwelt (Environmental), Soziales (Social) und verantwortungsvolle Unternehmensführung (Governance).



Vermögensverwalter (52 Prozent) die Analyse von ESG-Daten und deren Rückverfolgbarkeit (31 Prozent) als oberste Priorität an.

Von den befragten Kundenbetreuern gaben 40 Prozent an, dass sie mehr Daten benötigen, um die ESG-Auswirkungen zu verstehen, und fast jeder Zweite gab an, dass sie mehr ESG-Informationen benötigen, um effektiv mit ihren Kunden in Kontakt treten zu können.

Vermögensverwalter sehen Korrekturbedarf bei der Rolle ihrer Kundenbetreuer

Dem Bericht zufolge hindert der derzeitige Mangel an digitaler Unterstützung die Kundenbetreuer daran, ihre Kunden zeitnah und wertschöpfend zu beraten – was sich letztlich auch auf ihre Profitabilität auswirkt.

Im Durchschnitt stufte nur eine von drei Führungskräften die digitale Reife ihres Unternehmens über den gesamten Betreuungszyklus hinweg als hoch ein. Darüber hinaus gaben 45 Prozent der Befragten an, dass die Kosten pro Kundenbetreuer steigen, was in erster Linie auf Ineffizienzen in der Wertschöpfungskette der Vermögensverwaltung zurückzuführen ist.

Insgesamt nimmt dabei der Zeitaufwand der Kundenbetreuer für Aktivitäten zu, die außerhalb ihrer Kerntätigkeit liegen. Aufgrund mangelnder digitaler Reife und unzureichender Omnichannel-Plattformen steht nur noch ein Drittel ihrer Zeit für die Kundenbetreuung zur Verfügung. Die Unzufriedenheit ist auf beiden Seiten zu spüren: 56 Prozent der befragten HNWI gaben an, dass Mehrwertdienste ihre Wahl eines Vermögensverwaltungsunternehmens beeinflussen, doch nur jeder Zweite äußerte sich zufrieden mit der Fähigkeit seines Kundenbetreuers, diese Dienstleistungen zu erbringen. Fast 31 Prozent würden in den nächsten 12 Monaten wahrscheinlich den Vermögensverwaltungsanbieter wechseln.

Vermögensverwalter sollten laut World Wealth Report ihren Kundenbetreuern einen integrierten „One-Stop-Shop“ zur Verfügung stellen und ein hervorragendes Kundenerlebnis schaffen, um so das Ertragswachstum wie auch die Kundenzufriedenheit zu steigern. So liegt die Zukunft beispielsweise in einem digitalen Cockpit für die Berater. Mit diesem lassen sich Produktivität wie auch Kundenbindung verbessern. Auch erhalten die Kundenbetreuer die Möglichkeit, für ihre Kunden die richtigen Experten zum richtigen Zeitpunkt einzusetzen.

„Vermögensverwaltungsunternehmen befinden sich an einem kritischen Wendepunkt: Der Zeitgeist fordert einen Wechsel der Denkweise und der Geschäftsmodelle, um ein nachhaltiges Ertragswachstum zu erzielen. Um relevant zu bleiben, muss die Branche ihren Mehrwert für den Kunden steigern, Kundenbetreuer technisch besser unterstützen und neue Wachstumsmöglichkeiten für sich erschließen“, so Martina Sennebogen, Vorstandsvorsitzende bei Capgemini in Österreich. „Ihr Erfolg wird davon abhängen, ob sie die Herausforderungen der unzureichenden digitalen Reife in der Vermögensverwaltungsbranche bewältigen können.“

Wachstumspotenzial für Vermögensverwalter im Bereich des 'Affluent'-Segments

Nach Angaben des World Wealth Reports besteht für die Vermögensverwalter ein langfristiges Wachstumspotenzial in der Ausweitung des Pools potenzieller Wealth-Management-Kunden. Das Segment der wohlhabenden Privatkunden (Affluents³) mit einem investierbaren Vermögen zwischen 250.000 und 1 Million US-Dollar stellt nun eine neue Zielgruppe dar, da diese in Bezug auf Größe und finanzielles Gewicht weiter wächst. Regional gesehen haben Nordamerika (46 Prozent) und der asiatisch-pazifische Raum (32 Prozent) den größten Anteil an diesen wohlhabenden Kunden, sowohl gemessen am Vermögenswert als auch an der Anzahl. Obwohl sie über ein Vermögen von fast 27 Billionen US-Dollar verfügen (was rund 32 Prozent

³ Affluent: Die Bandbreite des investierbaren Vermögens bewegt sich üblicher Weise zwischen 250.000 und 1 Million US-Dollar.



des Vermögens der HNWI entspricht), befassen sich 24 Prozent der klassischen Vermögensverwalter und 33 Prozent der Universalbanken nicht mit diesem Segment.

Die Affluents sind in den nächsten 12 Monaten in überwältigender Mehrheit (71 Prozent) daran interessiert, von ihrer Bank eine Vermögensberatung in Anspruch zu nehmen. Eine technologiegestützte Betreuung wäre hier das Mittel der Wahl, um zum einen die Betriebskosten niedrig zu halten und zum anderen die von diesen Personen nachgefragte Expertise zu bieten. Je nach Größe und Umfang der Geschäftstätigkeit, so der WWR, können Vermögensverwalter dabei eine von drei Optionen verfolgen, um einen vermögenden Kundenstamm aufzubauen:

- Nutzung der bestehenden Wealth-Management-Strukturen durch eine beschleunigte Digitalisierung
- Entwicklung eines Wealth-as-a-Service (WaaS)-Angebots unter Nutzung von Drittkanälen wie Retailbanken und unabhängigen Beratern.
- Aufbau einer eigenen Plattform für Wealth Services, ergänzt durch Self-Service-Tools zur Verbesserung des Kundenmanagements.

Methodik des World Wealth Reports

Der World Wealth Report 2023 deckt 71 Märkte ab, auf die mehr als 98 Prozent des globalen Bruttonationaleinkommens und 99 Prozent der weltweiten Börsenkapitalisierung entfallen. Im Rahmen der Capgemini 2023 Global HNWI Insights Survey wurden 3.171 HNWIs in 23 wichtigen Vermögensmärkten in Nordamerika, Lateinamerika, Europa und dem asiatisch-pazifischen Raum befragt. Im Rahmen der Capgemini 2023 Global Affluent Insights Survey wurden 3.203 vermögende Privatpersonen in 11 wichtigen Vermögensmärkten in Nordamerika, Europa und im asiatisch-pazifischen Raum befragt. Um die Branchenperspektive einzubringen, umfasst die 2023 Wealth Management Executive Survey mehr als 90 Antworten aus 14 Märkten, wobei reine WM-Unternehmen, Universalbanken, unabhängige Broker/Dealer und Family Offices vertreten sind. Die 2023 Relationship Manager Survey umfasst mehr als 800 Antworten aus neun Märkten. Die Umfrage befragte Relationship Manager zu ihren Ansichten über die Prioritäten der WM-Strategie des Unternehmens, ihre Zufriedenheit mit der Unterstützung durch ihr WM-Unternehmen und das gestiegene Interesse der Kunden an neuen Produkten/Angeboten.

Über Capgemini

Capgemini ist einer der weltweit führenden Partner für Unternehmen bei der Steuerung und Transformation ihres Geschäfts durch den Einsatz von Technologie. Die Gruppe ist jeden Tag durch ihren Purpose angetrieben, die Entfaltung des menschlichen Potenzials durch Technologie zu fördern – für eine integrative und nachhaltige Zukunft. Capgemini ist eine verantwortungsbewusste und diverse Organisation mit einem Team von 360.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in mehr als 50 Ländern. Eine 55-jährige Unternehmensgeschichte und tiefgehendes Branchen-Know-how sind ausschlaggebend dafür, dass Kunden Capgemini das gesamte Spektrum ihrer Geschäftsanforderungen anvertrauen – von Strategie und Design bis hin zum Geschäftsbetrieb. Dabei setzt das Unternehmen auf die sich schnell weiterentwickelnden Innovationen in den Bereichen Cloud, Data, KI, Konnektivität, Software, Digital Engineering und Plattformen. Der Umsatz der Gruppe lag im Jahr 2022 bei 22 Milliarden Euro.

Get The Future You Want | www.capgemini.com/at-de