

Selda Düzgünkaya

Family Office

Finanzdienstleistung für Highend-Kunden

VDM • VERLAG DR. MÜLLER

HOCHSCHULE
LIECHTENSTEIN
Bibliothek

Inhalt

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	13
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	15
ANHANGSVERZEICHNIS.....	17

Family Office - eine neue Dienstleistung.....19

Definition des Family Office Konzepts.....	22
--	----

Zielgruppendefinition.....	28
----------------------------	----

High Net Worth Individuais ('Reiche Individuen').....	28
---	----

Ultra High Net Worth Individuais ('besonders reiche Individuen').....	29
--	----

Alter Reichtum.....	30
---------------------	----

Neuer Reichtum.....	31
---------------------	----

Charakteristika des Family Office Kunden.....	34
---	----

Anwerbung neuer Kunden.....	40
-----------------------------	----

Anbieter von Family Office.....	42
---------------------------------	----

Komponenten der Family Office Dienstleistung.....43

Bestandsaufnahme.....	45
-----------------------	----

Asset Allocation.....	45
-----------------------	----

Manager Selektion.....	48
------------------------	----

Vermögenskontrolle.....	5(
Buchhaltung.....	5'
Koordination.....	5v
Nachlaßplanung.....	5J
Weitere Dienstleistungskomponenten.....	5ft

Entwicklung und aktueller Trend des Family Office Marktes.5\$

Entwicklung des Family Offices in den USA.....	5ü
Ursprung und Grundlage.....	5£
Aktuelle Situation.....	6'
Zukünftige Entwicklungstrends.....	6*

Entwicklung des Family Offices in Deutschland.....	,-.-66
Deutschland - ein vielversprechender Markt?.....	Qi
Deutschland im internationalen Vergleich.....	6S
Zukünftige Entwicklungstrends.....	!,..7(

Vergleich der Family Office Dienstleistung in Amerika und in Europa.....	71
--	----

Interviews mit Family Office Anbietern.....7I

Auswertung der Interviews mit Family Office Anbietern.....	7£
--	----

Definition von Family Office.....	li
-----------------------------------	----

Zielgruppendefinition.....	77
Zusammenarbeit mit dem Kunden.....	78
Gemeinsamkeiten und Unterschiede.....	80
Einschätzung des aktuellen Marktes für Family Office in Deutschland.....	83
Aktuelle Entwicklung des Family Office Marktes.....	83
Der zukünftige Trend in Deutschland und in Amerika.....	85
Differenzierung vom Konkurrenten (Stärken / Schwächen).....	86
Anwerben von Kunden.....	86
Software Programm für Family Office.....	88
Technische Umsetzung.....	89
Anbieter.....	89
Technische Umsetzung an einem Beispiel.....	91
Schlussbemerkung.....	99
Bibliographie.....	101