

Die Privatbank der nächsten Generation

Merck Finck, eine der führenden Privatbanken in Deutschland und mit Unternehmergeist in ihrer DNA, feiert in diesem Jahr das Jubiläum ihres 150-jährigen Bestehens. Noch heute zählen Unternehmerfamilien der ersten Stunde zu ihren Kunden, weil traditionelle Werte wie Integrität, Verbindlichkeit und Exzellenz gewahrt bleiben.

Gleichzeitig richtet sich das „Denken in Generationen“ verstärkt in die Zukunft. Mit einem attraktiven Angebot tritt Merck Finck gezielt in den Austausch mit der vermögenden jungen Zielgruppe, der „NextGen“. Denn die Privatbankiers wissen: Die neue junge Kundschaft erwartet mehr als klassisches Banking und individuelle Vermögensverwaltung.

„Gründen und Wegbegleiter sein“ hat Tradition bei Merck Finck und „GründerInnen“ zählen seit jeher zu den Kunden. Nicht Abwarten, sondern Handeln und die Zukunft gestalten. Das beginnt bereits in den Anfangsjahren, in denen Wissenschaft und Wirtschaft in Deutschland boomten. Das Bankgeschäft war weniger komplex und bot zahlreiche unternehmerische Chancen. Und diese wurden genutzt. Bedeutende Firmen wie beispielsweise die Allianz Versicherung, die Münchener Rück oder ein Vorläuferunternehmen des heutigen europäischen Flugzeugherstellers Airbus gehen auf das Engagement der Gründer von Merck Finck zurück.



Vieles hat sich seitdem verändert, das politische System. Es gab Wirtschaftskrisen und -wunder. Die Bankenlandschaft ist weitgehend

eine andere. Was sich allerdings nicht verändert hat, sind das Bedürfnis der Kunden nach Sicherheit und die Bedeutung der persönlichen Nähe zwischen Berater und Kunden, denn nur so wächst Vertrauen.

„An der Wichtigkeit eines vertrauensvollen Vier-Augen-Gesprächs hat auch die Digitalisierung nichts verändert.“

Daniel Sauerzapf
Mitglied der Geschäftsleitung bei Merck Finck

„Unser Geschäft ist und bleibt Peoples business“, sagt Daniel Sauerzapf (41), seit 20 Jahren im Raum Düsseldorf im Private Banking tätig, Mitglied der Geschäftsleitung bei Merck Finck und verantwortlich für die „NextGen“-Initiative, die vor einem Jahr mit einem jungen und engagierten Projektteam gestartet wurde und sich der Zielgruppe der 20 bis 40-Jährigen annimmt. „Ein größeres Vermögen vertraut auch die nächste Generation nahezu ausschließlich einer Privatbank an“, sagt Sauerzapf mit Blick auf die Ergebnisse einer internen Studie. Robo-Advisors hingegen und Filialbanken folgen demnach mit deutlichem Abstand.

Die nächste Generation ist insbesondere interessiert an einem noch intensiveren Austausch und der Zugehörigkeit zu einem Netzwerk, das Zugang zu Spezialwissen und exklusiven Dienstleistungen bietet. Und da spielen natürlich auch digitale Kanäle wie LinkedIn und Instagram eine wichtige Rolle oder zeitgemäße Formen der Ansprache wie Podcasts.



An dem aktiven Dialog sind auch Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Kultur und Sport interessiert und investieren gerne ihre Zeit dafür.

Einen wichtigen Mehrwert bietet dabei auch das vorhandene Netzwerk der Muttergesellschaft Quintet Private Bank, die in acht europäischen Ländern und wichtigen Finanzplätzen wie Zürich, London und Luxemburg vertreten ist. Die nächste Generation denkt und lebt viel internationaler. „Grundsätzlich geht es uns um den Austausch, Zuhören, Interaktion, das direkte Feedback“, sagt Sauerzapf. Wichtige Inhalte wie nachhaltiges Investieren können dann individuell thematisiert werden. „Merck Finck



Interaktion und Austausch in der Sprache der Zielgruppe: Die Bilder auf der Seite geben Eindrücke von dem ersten NextGen-Digital Day wieder. Wer mehr sehen möchte, findet uns auf Instagram: [nextgen_merckfinck](#)



hat dafür auch als erste deutsche Privatbank einen speziellen „NextGen“-Beirat gegründet, bestehend aus fünf Vertretern der nächsten Generation, die verschiedene Branchenexpertisen repräsentieren. Diese stehen der Bank beratend zur Seite und entwickeln mit uns die „NextGen“-Initiative weiter. „Schritt für Schritt soll so eine qualitativ hochwertige Community entstehen, die allen Beteiligten einen signifikanten Mehrwert bietet, der über das reine Banking hinausgeht.“

„Als Bank wollen wir unseren Kunden ein Umfeld bieten, in dem diese nicht nur klassische Bankdienstleistungen finden. Wir schaffen mit der ‚NextGen‘-Community eine Plattform für den Dialog mit Gleichgesinnten, Geschäftspartnern und Experten verschiedener wirtschaftlicher und wissenschaftlicher Bereiche. Dieser zahlt sich für unsere Kunden nicht nur in wirtschaftlichen Vorteilen aus, sondern hat auch einen positiven Effekt aufs Lebensgefühl“, erklärt Sauerzapf.



Um die Bedürfnisse der nächsten Generation besser bedienen zu können, hat Merck Finck in den letzten Jahren auch MitarbeiterInnen mit hoher Qualifikation eingestellt, die zur Altersklasse der Zielgruppe gehören.

Formate wie den bereits stattgefundenen NextGen-Digital Summit an Bord der Pioneer One von und mit Gabor Steingart übersetzen die Erkenntnisse in die Praxis. Dabei kann es auch darum gehen, die Perspektive viel weiter zu fassen wie ein Workshop mit dem Londoner Systemarchitekten Indy Johar zu „The Long wealth“ – Wohlstand in 100 Jahren.



Dann würde Merck Finck sein 250-jähriges Bestehen feiern. Ganz im Sinne der Gründer ist das aktive Mitgestalten an der NextGen-Community ausdrücklich erwünscht, denn für das weitere Vorgehen gibt es bereits konkrete Ideen. Daniel Sauerzapf: „Wir freuen uns über jede Kontaktaufnahme, sei es, jemand möchte die Privatbank der nächsten Generation mitentwickeln oder einfach nur mehr über unsere Initiative erfahren.“



Daniel Sauerzapf
Mitglied der Geschäftsleitung Privatkunden
daniel.sauerzapf@merckfinck.de
+49 211 8229 201



Sophia Schelo
Business Manager Corporate Office
sophia.schelo@merckfinck.de
+49 89 2104 41502

