

## Zertifikatsprüfungsordnung und Lehrgangsbeschreibung

Diese Zertifikatsprüfungsordnung der Steinbeis+Akademie gilt für den folgenden Lehrgang auf Basis der gültigen Rahmenordnung zur Durchführung von Zertifikatslehrgängen (RZLG) in der jeweils aktuellen Fassung.

### Lehrgangsbezeichnung **Wealth Management**

<b>Kompetenzfeld</b>	Management	Persönlichkeitsentwicklung	Bildungsmanagement	Gesundheitswesen	Technologie
	X				
<b>Durchführungsort/e</b>	Münster	Berlin	Frankfurt	München	und weitere
<b>Abschluss</b>	Diploma of Advanced Studies (DAS)	Certificate of Advanced Studies (CAS)	Diploma of Basic Studies (DBS)	Certificate of Basic Studies (CBS)	
	X	Einzelne Module können als CAS abgeschlossen werden			
<b>Qualifikationsziel</b>	Die Absolvent*innen haben umfangreiche Kenntnisse im Bereich Bewertung komplexer Produkte, steuerlich relevante Aspekte der Vermögensübertragung und der Beratung vermögender Kunden und Family Offices erworben.				
<b>RZLG-ergänzende Zulassungsvoraussetzung</b>					
<b>Lehrform</b>	Präsenz	Präsenz/Online	Online		
		X			
<b>Sprache</b>	Deutsch				
<b>Workload in Std.</b>	<b>Gesamt/h</b>	Seminarzeit	Selbstlernzeit	Transferzeit	
	<b>600</b>	64	384	152	

<b>Art der Leistungsnachweise (LNW)</b>	Klausur (K)	Präsentation/ mündliche Prüfung (P)	Case (C)	Transferarbeit (TA)	Projekt- studienarbeit (PSA)
				X	

**Inhalte**

<b>Modul</b>	<b>Schwerpunktthemen</b>	<b>Seminarzeit/h</b>
<b>Vermögensübertragung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allgemeiner Marktüberblick über Wettbewerber*innen, geschäftspolitische- und markttechnische Rahmenbedingungen und Herausforderungen</li> <li>• Steuerlich und rechtliche Aspekte bei der Vermögensanlage</li> <li>• Beratungsprozess und Dokumentationspflichten</li> <li>• wesentliche Änderungen aus MIFID II</li> <li>• individuelle Vermögensstrukturierung durch den Assetklassen-Optimierer</li> <li>• finanzplanerische Aspekte bei der Strukturierung von Vermögen</li> <li>• Assetklassen und deren Produktarten &amp;-lösungen im Private-Wealth-Banking (Liquidität, Renten, Aktien, Sachwerte, Beteiligungen, Edelmetalle und sonstige Vermögenswerte)</li> <li>• Einkunftsarten innerhalb der Vermögensanlagen und deren steuerliche Behandlung</li> <li>• Vermögensverwaltung vs. Advisory-Geschäft (Preismodelle, Leistungsspektrum)</li> <li>• Honorarberatung und deren Unterschied zu aktuell gängigen Gebührenmodellen</li> <li>• Individuelle Vermögensverwaltung (Investmentprozess, Risikomanagement, Reporting, Pricing, Reporting und deren Angebotsvielfalt)</li> <li>• Freie Vermögensverwalter*innen und Family Office als weitere Marktteilnehmer*innen</li> </ul>	16
<b>Performancemessung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problematik der Performancemessung</li> <li>• Renditemessung</li> <li>• Relative Renditemessung</li> <li>• Risikodefinition und –messung</li> <li>• Risikobereinigte Performancemaße</li> <li>• Grundzüge der Performance Atributio</li> </ul>	16

<p><b>Geschäftsfeldsteuerung im Wealth Management</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subprime Crisis und Vertrauensverlust</li> <li>• Definition und Abgrenzung von Private Banking</li> <li>• Marktpotential des Private Banking-Geschäftsfeldes</li> <li>• Marktanforderungen an die Private Banking-Anbieter</li> <li>• Segmentierung von Private Banking-Nachfrager</li> <li>• Anlageberatung und Vermögensverwaltung</li> <li>• Vergütungsmodelle im Private Banking</li> <li>• Strategisches Marketing im Private Banking</li> <li>• Operatives Marketing im Private Banking</li> <li>• Definition und Abgrenzung des Family Office</li> <li>• Family Office-Arten und deren Wesensmerkmale</li> <li>• Marktpotential des Family Office-Geschäftsfeldes</li> <li>• Marktanforderungen an die Family Office-Dienstleister</li> <li>• Charakterisierung des Family Office-Marktumfeldes</li> <li>• Family Office-Dienstleistungen im Überblick</li> <li>• Marken- und Wertekommunikation</li> </ul>	<p>16</p>
<p><b>Beratungspraxis im Wealth Management</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neue Anforderungen im Private Wealth Management</li> <li>• Value Proposition Design</li> <li>• Neugründung und Aufbau eines Family Offices mit einzigartiger Value Proposition</li> <li>• Funktionen und Aufgaben eines Family Officer (m/w/d)</li> <li>• Entwicklung von Stellenausschreibungen für das Private Wealth Management und Family Office zur Rekrutierung von Mitarbeiter*innen</li> <li>• Marken- und Wertekommunikation</li> <li>• Exkurs Theorie: Vorgehen für Family Office-Markenaufbau</li> <li>• Exkurs Praxis: Genossenschaftliches Family Office Werte</li> </ul>	<p>16</p>