Willkommen zum 28. PwC Investmentforum



Frankfurt am Main
17. September 2026

Wir begrüßen Sie ganz herzlich zum 28. Investmentforum von PwC –

wir freuen uns, dass Sie heute persönlich im Tower 185 dabei sind!

> 330

Teilnehmer:innen

> 40

Referent:innen

> 90%

“Marktabdeckung”

> 25

Vorträge, Breakout Sessions und Stände im World-Café



Unsere Agenda für den heutigen Tag – let‘s get started!

12:45	**Begrüßung und „State-of-the-Industry“** Gerald Gonsior (Head of Asset & Wealth Management, PwC Deutschland)
13:00	**CEO View** André Haagmann (Vorstandsvorsitzender, Union Investment)
13:30	**Fireside Chat: Digital Assets und Tokenization** Alexander Bechtel (Global Head of Digital Products, DWS) im Dialog mit Konstantinos Dagianis (Partner, PwC)
14:00	**Private Assets Panel "Competing for relevance and returns - are Private Markets an answer?“** *mit* Markus Pimpl (Managing Director, Client Solutions at Partners Group) Aileen Haller (Partner, Private Credit at Ares Management Corporation) Gerhard Bauer (Executive Director, Head Private Markets Specialists DACH, UBS) Moderation: Gerald Gonsior, Partner PwC
14:40	**Die Finanzverwaltung und der gläserne Asset Manager** Markus Hammer (Head of Financial Services Tax & Legal PwC Deutschland)

14:55	**Kaffee und Kuchen, Networking**
15:20	**Breakout-Sessions/Marketplace**
16:20	**Raumwechsel und Espresso**
16:30	**Externer Impulsvortrag: A geo-economic update** Lord Gavin Barwell (Senior Advisor PwC, ex Member of UK Parliament and Chief of Staff to the former UK Prime Minister)
17:00	**Mission possible! Investments in security, defense & the future – is “grey” the new “green”?** Matthias Wittenburg (Senior Executive Advisor Strategy&) im Dialog mit Lord Gavin Barwell und Peter Bohrer, Generalleutnant a.D., Senior Executive Advisor PwC
17:45	**Closing remarks** Gerald Gonsior (Head of Asset & Wealth Management, PwC Deutschland)
18:00	**Get-together – Fingerfood und Drinks**

„State of the industry”

1

Competing for relevance and returns – a new playbook for profitable growth

Gerald Gonsior,
Head of Asset & Wealth Management, PwC Deutschland

Die Asset- & Wealth-Management-Branche in Deutschland steht vor einer Phase des weiteren Wachstums und der Transformation



Growth



Profitability



New
Market Dynamics



New
Playbooks

Wir erwarten **weiteres Wachstum –** dieses wird sich jedoch auf bestimmte **Produkte** und **Kundensegmente** konzentrieren, **nicht automatisch profitabel** sein und **nicht allen Anbietern** gleichermaßen zugutekommen

Im Zuge der neuen Marktdynamiken wird entscheidend sein, wer **Kapitalflüsse, Kundenbeziehungen** und **technologische Möglichkeiten** am besten miteinander verbindet – hier liegt der Schlüssel zum Erfolg

Auf reinem AuM-Wachstum-basierende Strategien verfangen nicht (mehr) – **profitables Wachstum** benötigt ein neues "Playbook" und wird zur **zentralen Managementaufgabe**

Die Aussichten sind positiv, die Wettbewerbsdynamik verändert sich jedoch auf mehreren Ebenen gleichzeitig



Wachstum konzentriert sich auf **private Märkte, passive Produkte / ETFs** sowie das **Wealth Management** – **Demographie** spielt hier auch eine wesentliche Rolle



Gebühren bleiben unter Druck, während die **Kosten** für Technologie, Regulierung und Talente steigen. Die **Margen und Profits per AuM** sind in weiten Teilen weiterhin rückläufig



Der **Wettbewerb** verlagert sich zunehmend zur **Kundenschnittstelle** – unterstützt durch Daten, Technologie und effiziente Betriebsmodelle



Technologie und KI sind wesentlich für die weitere Entwicklung, weil sie Kosten senken, Services personalisieren und neue Geschäftsmodelle ermöglichen können



Mit der geplanten **Altersvorsorgereform** kommt ein zusätzlicher Wachstumstreiber hinzu. Sie könnte zudem **private Ersparnisse** stärker in kapitalmarktorientierte Vorsorgeprodukte lenken

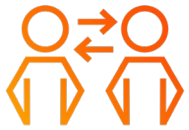


Entscheidend wird sein, wie **Anbieter** diese Chancen strategisch und operativ umsetzen

Um in diesem Umfeld erfolgreich zu sein, wird ein „new playbook for profitable growth“ benötigt



Den eigenen Weg wählen
Fokus (auf Märkte, Kundensegmente etc.) und differenzierende Fähigkeiten



Vertriebsbeziehungen stärken
Kundenzugang, digitale Kanäle und Vertriebspartnerschaften gezielt ausbauen



Produkte neu gestalten
Einfache, kosteneffiziente, skalierbare und zielgruppengerechte Lösungen entwickeln



Vertrauen und Beteiligung erweitern
Kosten, Risiken, Liquidität und Anlagehorizonte verständlich vermitteln



Das Betriebsmodell neu erfinden
KI, Automatisierung, Standardisierung und Partnerschaften zur Skalierung nutzen



Regulierung als Wettbewerbsvorteil nutzen
Governance, Resilienz & regulatorische Kompetenz als Differenzierungsmerkmale positionieren

Competing for relevance and returns – let’s get started …



