

J.P. Morgan punktet mit Internationalität

Im Interview erläutern Standortleiter Matthias Musch und Caroline Poetsch-Hennig, Leiterin der deutschen Privatbank von J.P. Morgan, wie sie sich von der Konkurrenz abheben wollen.

VON **SERGE DEBREBANT**

J.P. Morgan ist seit 2025 in München präsent. Dass die Privatbank-Einheit hier einen Standort eröffnen will, wurde Mitte 2024 publik, als niemand geringerer als CEO Jamie Dimon in einem Interview über den Plan sprach, hier eine Niederlassung zu gründen. Auch die US-Konkurrenten Morgan Stanley und Goldman Sachs haben in den vergangenen Jahren Standorte in München eröffnet, aber nur bei J.P. Morgan liegen die Schwerpunkte im Private Banking und im Wealth Management.

Vor einem Jahr startete die US-Bank ein Team mit fünf Private Bankern, das mittlerweile auf neun Mitarbeiter gewachsen ist. Geplant ist, es auf eine niedrige zweistellige Zahl aufzustocken. Außerdem wurde dieses Jahr ein neues Büro in der Maximilianstraße bezogen.

Geleitet wird das Team von Matthias Musch, der im September 2025 kam und über mehr als 30 Jahre Erfahrung bei Banken verfügt. Mehr als acht Jahre war er in Zürich für die UBS tätig, zuletzt als Head of Wealth Management für Lateinamerika.

„Tor für Ideen aus dem Rest der Welt“

Muschs internationale Ausrichtung passt durchaus zum Profil, mit dem J.P. Morgan in München punkten will und das



Matthias Musch

Musch im Video-Interview mit Citywire Deutschland wie folgt beschreibt: „Wir wollen in München als Tor für Ideen und Konzepte aus dem Rest der Welt wahrgenommen werden, das heißt, wir wollen unseren Kunden Zugang zu unserem globalen Netzwerk anbieten.“

Diese Stellung als globale Universalbank kann J.P. Morgan auf mehreren Ebenen ausspielen: durch die weltweite Aufstellung, aber auch durch die Verbindung mit dem Corporate Banking, das in München mit fünf Mitarbeitern präsent ist. „Wir wollen unsere Kunden bei ihren Plänen unterstützen. Wenn ihre Kinder zum Beispiel im Ausland wohnen, können wir sie mit unseren internationalen Kollegen vernetzen, um eine länderspezifische Beratung zu gewährleisten. Wir können sie auch zusammen mit unseren Kollegen aus dem Corporate &

Investment Banking bei Zukunftsthemen bei ihrem Unternehmen unterstützen: Planen sie, ihr Unternehmen an die Börse zu bringen? Suchen sie einen strategischen Partner oder möchten sie sich selbst an anderen Unternehmen beteiligen? Suchen sie nach Expertise oder nach Partnern, beispielsweise in Asien oder in Amerika? Bei solchen Vorhaben können wir helfen“, sagt Musch und nennt als Beispiel die J.P. Morgan Healthcare Conference in San Francisco, zu der er Unternehmer aus dem Gesundheitsbereich einladen kann.

Unternehmerfamilien sieht J.P. Morgan als Kernzielgruppe, erklärt Caroline Pötsch-Hennig, die vor drei Jahren von der Deutschen Bank kam und seitdem als Leiterin der deutschen Privatbank von J.P. Morgan fungiert. Im Video-Meeting verweist sie darauf, dass die Privatbank von J.P. Morgan bereits

seit rund 20 Jahren Kunden in ganz Deutschland berät. Neben München und Hamburg könnten auch noch Private-Banking-Standorte in Berlin und Düsseldorf eröffnet werden, konkrete Pläne gibt es aber nicht.

Die Entscheidung, ein eigenes Büro in München zu eröffnen, ist darin begründet, dass man näher am Kunden sein wolle und viele erfolgreiche Mittelständler, Familienunternehmen, Tech-Unternehmen und Gründer in der Region tätig sind. Die Vermögenskonzentration in Bayern ist sehr hoch, meint sie. Das Profil des typischen J.P. Morgan-Kunden beschreibt sie so: „Das Vermögen unserer Kunden stammt hauptsächlich aus ihren unternehmerischen Erfolgen. Wir decken viele Familienunternehmen aus dem Mittelstand ab, aber auch junge Vermögende aus der Tech-Branche.“

Typischerweise stammen die Privatkunden aus dem Ultra-High-Net-Worth-Segment. Auf Einstiegssummen will sich Musch aber nicht festlegen. „Wir sind in diesem Punkt sehr beweglich. Ich weiß, dass das eine Wischiwaschi-Antwort ist, aber wir sehen uns jeden Kunden individuell an“, sagt er.

Bayern beschreibt Musch als „eine der dynamischsten Wachstumsregionen in Deutschland, die sich insbesondere



Caroline Pötsch-Hennig

durch das gut funktionierende Zusammenspiel zwischen traditionellen Wirtschaftssektoren und der New Economy beziehungsweise der Start-up-Szene auszeichnet“, so zum Beispiel in der Biotech-Branche oder im Tech-Bereich.

„Die bayerische Wirtschaft ist zunehmend internationaler“

Aber das Umfeld hat sich in den letzten Jahren auch gewandelt. „Die bayerische Wirtschaft ist zunehmend international geworden. Wenn eine neue Generation heute in traditionellen Unternehmerfamilien die Führung übernimmt, hat sie in vielen Fällen im Ausland studiert und folglich ein größeres Interesse an einem regelmäßigen Austausch und einer

Zusammenarbeit mit internationalen Partnern. Diesen Kunden können wir aufgrund unserer globalen Ausrichtung einen echten Mehrwert bieten“, sagt Musch.

Mit Kunden-Events wie zum Beispiel Experten-Roundtables will J.P. Morgan langsam, aber sicher in München Fuß fassen. Dabei fungiert die bayrische Landeshauptstadt auch als regionales Zentrum, von dem man Kunden in Städten wie Regensburg, Ulm oder Augsburg ansprechen kann.

„Wir sind bisher recht gut gewachsen – schneller als erwartet – und sind damit sehr zufrieden“, sagt Musch.