

Finanz-Marketing Verband Österreich: Veranstaltung am 4.3.2010
Bericht für die Homepage der Volksbanken

Frauen als Kundinnen, Frauen im Kundenkontakt: Was macht den Unterschied?

Bereits zum dritten Mal stellte der Finanz-Marketing Verband Österreich (www.fmv.or.at) das Thema „Frauen und Finanzen“ in den Mittelpunkt einer seiner Veranstaltungen. Und mehr als 80 TeilnehmerInnen waren daran interessiert, wie sich Frauen als Kundinnen bzw. Frauen im Kundenkontakt von Männern unterscheiden.

Dr. Sophie Karmasin von der Karmasin Motivforschung zeichnete zu Beginn ein eher düsteres Bild. Ihrer Meinung nach dominieren in Österreich immer noch tiefe Stereotype zum Thema finanzieller Verantwortung für Mann und Frau. Geld und Macht sind Männerthemen, der Wunsch nach finanzieller Unabhängigkeit rangiert bei Frauen immer noch weit hinten – und das, obwohl 50% der Finanzentscheidungen von Frauen getroffen werden.

Wie sollen sich Finanzdienstleister auf Frauen als Kundinnen einstellen? Frauen erwarten sich von ihrem Finanzberater/ihrer Finanzberaterin vor allem Verständnis, Transparenz und Einfühlungsvermögen in ihre speziellen Bedürfnisse. Bedürfnisse wie Karriereunterbrechung durch Karenzzeiten, Absicherung für neue Lebenssituationen wie etwa als Alleinerzieherin oder in der Pension. Sophie Karmasin: *„Ein rosa Mascherl für Finanzprodukte oder die Titulierung als spezielles Ladies-Produkt sind kontraproduktiv. Es geht nicht darum, die inferiore Rolle der Frauen zu kommunizieren, sondern darum Vertrauen aufzubauen. Auch als Reaktion auf die Finanz- und Wirtschaftskrise ist eine neue, starke Werteorientierung das Thema für 2010.“*

Moderatorin Dr. Gundi Wentner von Deloitte Österreich und die Teilnehmerinnen am Podium – Mag. Martina Bauer vom Gastgeber Österreichische Volksbanken AG, Mag. Brigitte Winkelmayer-Krieg von der Unicredit Bank Austria AG und Dr. Karin Eichhorn-Thanhoffer von der Zürich Connect – waren sich einig, dass es als Finanzdienstleister jetzt vor allem darum geht, Lösungen für bestimmte Sicherheitsbedürfnisse zu bieten – unabhängig davon ob für SIE oder IHN. Alle Anbieter aber haben Strategien und Aktivitäten, um Frauen für das Thema Geld zu sensibilisieren, wie zum Beispiel die Volksbanken mit ihrer Initiative „Frau und Geld“ mit eigener Homepage (www.frauundgeld.at) und Veranstaltungen.

Gehen Frauen anders mit Geld um als Männer? Eine Studie aus Europa und den USA zeigt, dass Frauen, wenn sie sich aktiv um ihre Veranlagungen kümmern, erfolgreicher sind als Männer, also einen Renditevorsprung erzielen. Was also liegt näher, als die weiblichen Tugenden auch in der Beratung zu nützen? Die Realität sieht leider anders aus: nur 5% der Wertpapierleiter sind Frauen (Beispiel Volksbanken) und der Versicherungsvertrieb ist immer noch in männlicher Hand. Wie der Anteil an Frauen in Führungspositionen möglichst schnell gesteigert werden kann und ob zum Beispiel eine Quotenregelung für Aufsichtsräte sinnvoll ist, wurde gegen Ende der Podiumsdiskussion lebhaft diskutiert.