

BANKINGNEWS

aktuell.unabhängig.institutsübergreifend.

Editorial

Verantwortung Fehlanzeige

INHALTSVERZEICHNIS

Verantwortung Fehlanzeige	... 1
Wieder zurück in die Zukunft Impressum	... 2
Kundenberatung aus der Cloud	... 3
Schönfärberei	... 4
Innovation im Retailbanking TopTermine	... 5
Was Frauen wirklich wollen	... 6

Das ewige Lamentieren über die Gier der Banker bin ich leid.

Wissen wir, haben wir verstanden, ändern wir. Die, die es immer noch nicht wissen, verstehen und ändern wollen, ja die gibt es auch und sollen keinesfalls verschwiegen werden!

Durch die immer neuen Vorschriften und Regulierungsaufgaben lassen die sich aber keineswegs aufhalten – vielmehr ist der Kunde gefragt!

Letzte Woche am Düsseldorfer Flughafen – als Kölner ist das schon ein Sprung über den eigenen Schatten den Flughafen der verbotenen Stadt zu nutzen - fiel mir eine Werbetafel besonders ins Auge. „Die Verantwortung fürs Geld kann man am Bankschalter abgeben, muss man

aber nicht“. Diese Botschaft bringt es auf den Punkt, auch wenn dieser auf dem Plakat fehlt.

Nicht nur die Bank ist verantwortlich für die Geldanlage, maßgeblich ist es der Kunde! Wenn man nur nach Zinshochs bei der Anlage schießt und bei den Krediten den extra günstigen Zinssatz wählt, darf - ja eigentlich - muss man sich nicht wundern mit welcher gewagten und dubiosen Konstrukten das Produkt refinanziert wird.

Ähnliches erleben wir wenn in Bangladesch – leider mal wieder – eine Produktionshalle für Bekleidung abbrennt und Menschen zu Schaden kommen. (Kurzer) Öffentlicher Aufschrei! Modeketten stehen am Pranger, Vorschriften werden erlassen und Gütesiegel fürs gute Gewissen aus dem Hut gezaubert. Aber am Ende passiert doch nichts, weil der Kunde sich diebisch freut wenn er für 4 Euro ein T-Shirt ergattert. Die Modeketten ändern ihre Einkaufspolitik - wenn überhaupt - nur in homöopathischen Dosen.

Wo ist sie, die von den Medien gefeierte und von den Unternehmen gefürchtete „Macht des Kunden“?



Christoph Meyer
Redakteur
BANKINGNEWS

BuB Alles, was Bankrecht ist.

3. BuB-Jahres-Fachtagung

Die Entgeltrechtsprechung des BGH –
Bestandsaufnahme und praktische Auswirkungen

28. November 2013, Bank-Verlag GmbH in Köln

Jetzt
anmelden

Gebühr: 249 EUR (zzgl. MwSt.) je BuB-Abonnent
549 EUR (zzgl. MwSt.) sonstige Teilnehmer

Als Dankeschön für Ihre Teilnahme erhalten Sie die Fachzeitschrift „die bank“ ein Jahr lang kostenlos und unverbindlich.

Anmeldung und Information:

Anja Busch | Telefon: 0221/5490-142 | Telefax: 0221/5490-315 |
E-Mail: anja.busch@bank-verlag.de

www.bub-fachtagung.de

Anzeige

Neudeutsch auch „Crowd-Intelligenz“, die sich in einem Shitstorm über Social Media Kanäle zum Ausdruck bringt. – Fehlanzeige, den am Ende zählt doch nur die Rendite! Sei es beim Kleiderkauf oder der Geld-

anlage – für Unternehmen UND KUNDEN.

Beim Thema „Verantwortung“ muss sich eben jeder an die eigene Nase fassen.

Wieder zurück in die Zukunft

Impulslos, Rezessionslos, Kurssprungslos: An den Märkten passiert dieser Tage nicht viel. Zu Handelsbeginn zeigen sich die Börsen in Europa kaum verändert.

Hätte ich eine Zeitmaschine, würde ich Sie zu mir einladen und uns alle 48 Stunden in die Zukunft beamten. Denn es kann mit hoher Wahrscheinlichkeit davon ausgegangen werden, dass uns der heutige und der morgige Tag in den entscheidenden Fragen des aktuellen Marktgeschehens kaum einen Schritt voranbringt: Wie steht die Europäische Zentralbank zu der Möglichkeit einer Zinssenkung? Und wann beginnt die US Notenbank das Tapering?

Am Donnerstag steht uns eine spannende EZB Pressekonferenz ins Haus. Außerdem bekommen wir an diesem Tag die erste Schätzung für das BIP-Wachstum in den USA im dritten Quartal geliefert. Tags drauf kommen mit dem US Arbeitsmarktbericht und dem von der Fed genau verfolgten „PCE Deflator“ Inflationsmaß weitere Daten, welche Rückschlüsse auf den möglichen Zeitpunkt des Tapering-Beginns geben sollten. Für Freitagabend ist sogar noch ein öffentlicher Auftritt des Fed-Vorsitzenden Ben Bernanke angekündigt.

Ohne Zeitmaschine werden wir uns die Zeit bis dahin mit aller Voraussicht nach wenig inspirierenden Konjunkturdaten und zahlreichen Reden von Fed-Offiziellen vertreiben. Der Handel an den Börsen dürfte derweil vergleichsweise umsatzarm bleiben. Aggressive und kurstreibende Positionierungen seitens der Anleger erscheinen in

dem derzeitigen, von erhöhter Unsicherheit geprägten Umfeld eher unwahrscheinlich.

Bereits gestern gab es an den Börsen kaum Bewegung. Ob Anleihen, Aktien oder Währungen – in keiner Assetklasse beobachteten wir erinnerungswürdige Verschiebungen im Kursbild. Dazu beigetragen haben auch die endgültigen PMI-Daten für die Eurozone. Diese lagen allesamt im Bereich der Erwartungen, ohne große Ausreißer nach oben oder unten. Mit Niveaus um die Marke von 51 Punkten bestätigten die Einkaufsmanagerumfragen den Eindruck einer zwar nachhaltigen, aber moderaten konjunkturellen Erholung in der Eurozone. Nicht mehr, aber auch nicht weniger. Die Zeiten wie im Sommer, wo die PMIs reihenweise mit stärker als erwarteten Anstiegen überraschten, scheinen erst einmal vorbei zu sein. Mit Blick auf die Einschätzungen zur Konjunkturentwicklung durch die EZB enthielten die PMIs also wenig Neues, weshalb ihr Einfluss im Vormittagshandel an den Börsen regelrecht versandete.

Vor der EZB wird heute die EU Kommission ihre Einschätzung zur konjunkturellen Entwicklung in der Eurozone abgeben. Interessant dabei wird vor allem der Weitblick in das Jahr 2015 sein. Für das kommende Jahr besteht ein breiter Konsens dahingehend, dass sich der konjunkturelle Aufschwung mit leicht zunehmender Dynamik

fortsetzen sollte. 2015er-Prognosen sind hingegen noch relativ rar gesät. Ich habe bislang noch keine Prognosen gesehen, welche für 2015 einen Abbruch des Aufschwungs vorhersagen. Im Gegenteil: Die weit verbreitete Ansicht, wonach die maßgeblichen Zentralbanken Mitte 2015 damit beginnen dürften, ihre Leitzinsen anzuheben, impliziert einen positiven Konjunkturverlauf mindestens bis in das Jahr 2016 hinein.

Für die Zinsentscheidung der EZB spielen die Prognosen der EU Kommission freilich keine Rolle. Und für die Tapering-Entscheidung der Fed schon mal überhaupt nicht. Insofern dürfte auch die sogenannte „Herbstprognose“ der EU Kommission heute wenig Kursphantasie auslösen. Die ersten Börsenbewegungen in Europa heute früh bestätigen den Eindruck eines vermutlich erneut sehr ruhigen Handelstages. Gelegenheit also zum Abarbeiten unserer To-Do-Listen – weil das mit der Zeitmaschine eben nicht klappt...



Kornelius Purps
Fixed Income Strategist
UniCredit Research

BANKINGCLUB PremiumPartner

Apontas
Die Forderungsmanager

bank-verlag
Das Service-Unternehmer
der privaten Banken

CREALOGIX

ELAXY
Add Experience

finanz informatik
technologie service



InfoZoom
Klick.Überblick.

SAS
THE POWER TO KNOW.

Transversal

T-Systems

Impressum

Herausgeber
BANKINGCLUB GmbH
Dipl.-Kfm. Thorsten Hahn
Aachener Straße 382
50933 Köln
USt.-Idnr.: DE173444638

Kontakt
tel + 49 221 99 50 91 - 0
fax + 49 221 99 50 91 - 29

redaktion@bankingnews.de
www.bankingnews.de



Bildnachweis:

S. 3 - FI-TS
S. 4 - iStockphoto - © dmitroza
S. 6 - iStockphoto - © Camrock

Kundenberatung aus der Cloud

Co-Browsing bietet einen neuen Beratungsansatz im Netz, von dem gerade beratungsintensive Branchen, wie die Finanzwirtschaft, profitieren.



Dirk Emminger
Sales Manager
FI-TS

Entgegen dem von einigen Experten prognostizierten Ende der Filialbanken bleiben Bankfilialen auch in Zukunft neben dem Internet der wichtigste Anlaufpunkt für Kunden. Dies belegt unter anderem die aktuelle Kundenbankstudie „Zurück in die Zukunft“ der Eurogroup Consulting. Kunden gehen davon aus, auch in Zukunft die Filiale ihrer Bank aufzusuchen, wenn sie sich für ein beratungsintensives Produkt wie Baufinanzierung oder Anlageberatung interessieren. Online stehen auch in Zukunft einfache Produkte ohne Erklärungsbedarf wie Tagesgeld im Vordergrund. Gründe, warum der Kauf von erklärungsbedürftigen Produkten im Internet auch weiterhin eine untergeordnete Rolle spielt, sind neben den aufsichtsrechtlichen Vorgaben für die Beratung wie etwa das Bankgeheimnis und die Dokumentationspflicht der Bank auch der Mangel an adäquaten Beratungsangeboten. Die allseits bekannten Support-Funktionen Chats und Hotlines liefern bei Fragen während des Kaufprozesses im Internet keinen

Mehrwert.

Beratungsgespräch mit geteiltem Browserfenster

Vor diesem Hintergrund bietet Co-Browsing einen neuen Beratungsansatz im Netz, von dem gerade beratungsintensive Branchen wie die Finanzwirtschaft profitieren. Das Tool gibt ihnen die Chance, komplexe Produkte online mit der passenden Beratung ins Angebot aufzunehmen. Co-Browsing unterstützt Berater, ihre Kunden bei Problemen mittels geteiltem Browserfenster bis zum Vertragsabschluss zu begleiten. Die Beratung erfolgt browserunabhängig. Auch unterschiedliche Bildschirmauflösungen oder Gerätarten wie Tablet oder Laptop haben keinen Einfluss auf das Gespräch. Berater und Kunde betrachten vom jeweiligen Platz aus das gleiche Browserfenster und besprechen via Telefon offene Punkte. Der Berater kann auf Wunsch ausgewählte Daten eintragen. Um das grundsätzliche Vertrauensverhältnis zwischen Berater und Kunden zu stärken, hat der Finanzdienstleister umfangreiche Administrationsmöglichkeiten. Viele Banken administrieren das System so, dass der Berater keinen Zugriff auf sensible Daten wie TANs oder Kontoverbindungsdaten hat. Auch der finale Klick für den Vertragsabschluss wird so hinterlegt, dass dieser immer durch den Kunden selbst erfolgen muss, um auf diesem Weg die Willenserklärung des Kunden zum Vertragsabschluss zu garantieren.

Co-Browsing unterscheidet sich grundlegend von anderen Möglichkeiten, Inhalte auf einem Computer zu teilen, da der Berater nur das aktuelle Browserfenster der Kunden einsehen kann. Da die Lösung keinen Zugriff auf den PC und den Datenfluss zwischen Unternehmen und Kunden gestattet, sind Datenschutz und -sicherheit umfassend gewährleistet.

Steigende IT-Nachfrage aus den Fachbereichen

Bereits heute nutzen schon Unternehmen wie Versicherungen Co-Browsing als innovative Beratungsunterstützung. Es ist nur noch eine Frage der Zeit bis sich Co-Browsing in Deutschland auf breiter Ebene etabliert. Treibende Kräfte bei der Einführung von Co-Browsing im Bankenumfeld sind Fachabteilungen wie der Online-Vertrieb, die adäquate und innovative Lösungen im Multichannel-Banking benötigen. Sie suchen flexible Lösungen mit einer kurzen Time-to-Market-Spanne, die wirtschaftlichen Erfolg versprechen. Dabei stehen Finanzinstitute bei der Einführung einer Co-Browsing-Lösung vor der Herausforderung, grundlegende aufsichtsrechtliche Vorgaben einzuhalten. Dazu zählen etwa Datenschutz-Richtlinien oder Mindestanforderungen an das Risikomanagement. So müssen Banken nicht nur eine Lösung finden, die schnell in ihren Online-Kanal integriert werden kann, sondern auch die regulatorischen Anforderungen

erfüllt.

Als IT-Partner der Finanz- und Versicherungsbranche verfügt Finanz Informatik Technologie Service (FI-TS) über eine langjährige Erfahrung in der Umsetzung regulatorischer Vorgaben im IT-Betrieb. Zahlreiche Zertifikate sind ein Beleg dafür, dass das Unternehmen die Vorgaben in Bezug auf Informationssicherheit, physische Sicherheit und IT-Sicherheitsmanagement umfassend einhält. Mit der auf die aufsichtsrechtlichen Vorgaben der Finanzbranche abgestimmten FI-TS Finance Cloud bietet der IT-Dienstleister ein zeitgemäßes und Mehrwertorientiertes Cloud-Angebot, das innovativen Software-Unternehmen einen direkten Zugang zur Finanzwelt ermöglicht.

Mit dem Schweizer Unternehmen unblu hat FI-TS eine multibankfähige Co-Browsing-Plattform konzipiert, die als Software-as-a-Service(SaaS)-Angebot schnell und einfach in die Webseite integriert werden kann. Die dynamische Systemarchitektur er-

laubt Unternehmen, in kürzester Zeit zusätzliche Co-Browsing-Kapazitäten zu bestellen, um schnell auf steigende Zugriffszahlen zu reagieren. Dabei werden die Kosten nach dem Pay-per-Use-Modell abgerechnet.

Die Co-Browsing-Plattform bietet Banken eine zeitgemäße Beratung, die nicht nur für Neukunden sondern auch für weiterführenden Beratungsgespräche einen wichtigen Beitrag leistet. Auf diesem Weg steigt einerseits die Kundenzufriedenheit und -bindung und andererseits wird das Internet als Vertriebskanal nachhaltig gestärkt. Zukunftsorientierte Banken erhalten mit Co-Browsing schon heute die Möglichkeit, Online-Kunden im Internet eine passende Beratung für komplexe Produkte anbieten zu können. Die von der Eurogroup-Studie genannte Trennung zwischen Filialbesuchern und Onlinekunden wird dank Co-Browsing aufgehoben.



Schönfärberei

Öko ist im Trend, Bio wird immer populärer und Fair-Trade ein Muss. Zahlreiche Unternehmen unterstützen die Welt mit grünen Projekten. Diese seien nachhaltig und ethisch korrekt. Doch die Natur hat zumeist wenig davon.



Milana Kogan
Redakteurin
BANKINGNEWS

„Die ganze Welt ist eine Bühne“ hat William Shakespeare einst gesagt. Das heißt nichts anderes, als das sich jeder Mensch stets inszeniert, um möglichst positiv aufzufallen. „Sein Leben lang spielt jeder manche Rollen.“ Unternehmen, insbesondere große Konzerne spielen mit. Sie spielen die Rolle der grünen, nachhaltig orientierten Gutmenschen, die mit ihrem Gewinn wohltätige, ökologische Projekte unterstützen. Sie reden zumindest darüber und die Medien berichten. Ein grünes Licht fällt auf die vielen Konzerne. Und die Natur? Der Kampf gegen die globale Erderwärmung und schmelzende Polarkappen, globale Umweltverschmutzung durch Plastikmüll, globale Armut und Zwangsarbeit scheint erledigt. Mitunter wurde der Kampf gar nicht erst in Angriff genommen. Viel Gerede um nichts.

Nachhaltigkeit zahlt sich für Mensch und Umwelt aus. Das wissen auch die großen Konzerne, für die Nachhaltigkeit mehr ein strategischer Wettbewerbsfaktor ist, als gelebte

Unternehmensphilosophie. „Nachhaltigkeitsorientierte Unternehmen sind wirtschaftlich erfolgreicher und entdecken auch eher neue Geschäftsfelder für sich“, weiß Gabriele Rauße, Geschäftsführerin bei TÜV Rheinland. Allerdings müssen die nachhaltigkeitsorientierten Unternehmen gewisse Anforderungen beachten, zu denen soziale Verantwortung, Umweltschutz und Energie, Gesundheitsschutz und die Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben zählen. Unternehmen müssen schließlich nachweisen, dass Nachhaltigkeit ernsthaft umgesetzt wird. Oftmals ist es nur leeres Geschwätz.

Hinter die grün gestrichene Fassade kann man leicht schauen. Das als ökologisch orientierte verkaufte Verhalten ist als Greenwashing bekannt. Es wird versucht, die beschmutzte Weste reinzuwaschen, natürlich nur mit ökologischen, fair gehandelten Naturprodukten. Doch Greenwashing ist bewusste Verbrauchertäuschung. Die Unternehmen spielen vor, besonders ökologisch und ethisch korrekt zu handeln, erwecken das Vertrauen der umweltbesorgten Konsumenten. Doch tun sie es wirklich? Sie sagen, die tun Gutes. Sie vergessen jedoch, dass Gute zu tun.

Auf Zeit Online wurde berichtet, dass manch ein Hersteller von Luxusuhren gerne seine Werbekampagnen mit Aussagen würzt die „unseren Planeten schützen“. Aus den Verkaufserlösen der kostbaren Uhren werden Anteile für die Finanzierung der Um-

weltprojekte verwendet. Die Anteile sind, gelinde gesprochen unauffällig. So heißt es im Artikel, dass grob gerechnet 0,002259 Prozent der Umsätze für die Rettung der Weltmeere und Co. genutzt werden. Das reicht bei Weitem nicht, um sich als nachhaltiges Unternehmen zu bezeichnen. Das ist die scheinheilige weiße Weste.



Noch durchtriebener ist McDonald's. Mit dem Wechsel vom Rot zum nun umweltfreundlichen Grün als Hintergrundfarbe im Logo will der Fast Food Konzern zeigen, wie nachhaltig orientiert er ist. Berichtet wurde außerdem, dass man die Filialen ökologisch optimieren will mit energieeffizienter Beleuchtung und Wärme, die zur Beheizung aus Abluft gewonnen wird. Im Hintergrund fördert der Konzern den Konsum von Fleischprodukten, für deren „Erzeugung“ die Futterpflanze Soja angebaut wird, die wiederum die Zerstörung von Regenwald-Flächen mit sich

bringt. Außerdem produzieren sie Unmengen an Verpackungsmüll und kurbeln die Massentierhaltung mit Antibiotika an. Das ist nur eines der zahlreichen Beispiele. Lebensmittel werden mit gefälschten Bio-Siegeln verkauft, Supermärkte und Modemarken betreiben Fair-Trade-Kampagnen, lassen ihre Produkte aber unter unmenschlichen Arbeitsbedingungen fertigen. Bilanz: wenig nachhaltig.

Auch Banken tappen in die Greenwashing Falle. Viele werben mit grünen Geldanlagen, finanzieren aber hauptsächlich Atomkraftwerke und Waffenschmieden. Die Deutsche Bank führt landesweit die Rangliste der scheingrünen Charts. Für die Finanzierung von Atomkraftwerken lässt die Bank 7,8 Millionen springen (und steht damit weltweit auf Rang 7 hinter einer Japanischen Entwicklungsbank, die Hauptinvestor für die dortigen Atomkraftwerke ist). Sie wirbt aber damit, dass das DESERTEC-Projekt unterstützt wird, mit dem zukünftig Solar-Strom aus der Wüste nach Europa transportiert werden soll. Und angeblich sind die Deutsche Bank Türme die umweltfreundlichsten Hochhäuser der Welt. foodwatch hat die Deutsche Bank und anderen Investmentbanken schon lange auf dem Kieker. Der gemeinnützige Verein bemängelt, dass die Banken mit Agrar-Rohstoffen an der Börse spekulieren, wodurch die Preise für Nahrungsmittel drastisch steigen und Menschen in armen Ländern an Hunger leiden.

Die Schweizer Bank UBS förder-

te indes Zwangsarbeit im Irak in dem sie die Gesellschaft, die dafür verantwortlich ist, finanziert. Darüber hinaus gewährte sie weiteren Firmen in Dritte-Welt-Ländern, die die Menschenrechte verletzen Kredite in Millionenhöhe. Auf der Homepage wird allerdings den nachhaltigen Bestrebungen ein langer Text gewidmet. Die Bank hebt unter anderem ihr Umwelt- und Sozialrisiko hervor. Sie hat sich dem Runden Tisch für nachhaltiges Palmöl (Roundtable on Sustainable Palm Oil) angeschlossen sowie weiteren „Organisationen, die sich mit Themen von großer gesellschaftlicher Bedeutung befassen, unter anderem der European Venture Philanthropy Association“. Wie viel Geld für das philanthropische Projekt beigesteuert wird, ist nicht bekannt.

Hauptsache man steht da, als täte man etwas. Eben diese Einstellung fliegt früher oder später auf. Mittlerweile verkaufen sich Banken unter ethisch korrekten Namen: Die Ethikbank und die Umweltbank wollen so viele Ökoprojekte wie möglich realisieren. Wie viele genau, ist unklar. Die Aussage, „so viele wie möglich“ ist interpretierbar. Die Zahl der Umweltprobleme ist größer, als die tatsächliche Bereitschaft aller Unternehmen der Welt, diese zu beseitigen. Das leere Geschwätz ändert nichts daran. All diese Nachhaltigkeitsbestrebungen sind nicht im grünen Bereich.

Innovation im Retailbanking

Die Filiale ist tot! Privatkundengeschäft sind nur Peanuts!

Diese und weitere Phrasen hat die Bank- und Versicherungsbranche schon zu genüge gehört. Wie jeder weiß sind die beiden genannten alles andere als zutreffend – unter den passenden Umständen.

Um diese zu schaffen sind grundlegende Innovationen von Nöten. Besonderer Fokus muss auf ein effizientes und funktionales Prozessmanagement gelegt werden. Selbstverständlich unter Beachtung von Compliance-Ge-

sichtspunkten und Datenschutzvorschriften. Die digitale Signatur via Internet sowie die Unterschrift auf einem Tablet vor Ort sind da nur zwei der vielen Herausforderungen.

Auch ökologische Vorgaben, wie die Vermeidung von Papierausdrucken, aber auch die Archivierung von großen Datenmengen in digitalen Dokumenten müssen von Banken bewältigt werden.

Die beiden Referenten Nicolai

Takla und Simon Reynolds gaben in ihren Kurzvorträgen neue Impulse und stellten, die aus ihrer Sicht die passenden, Lösungen vor. In der anschließenden Diskussion mit den Teilnehmern kamen die Sichtweise der Banker sowie unkonventionelle Lösungen aus der Praxis hinzu. Der Imbiss und die angeregten Gespräche im 35. Stockwerk mit Blick über das nächtliche Wien gaben dem Abend einen ganz besonderen Charme.



Christoph Meyer
Redakteur
BANKINGNEWS

TOPTERMINE

06.11. | BERLIN | FÜHRUNGSKRÄFTETAG



Auf dem diesjährigen FührungskräfteTag zeigen Ihnen fünf Praxisexperten, wie Sie auch in solchen Fällen Ihre Karriere erfolgreich gestalten. Bei allen Vorträgen und anschließenden Diskussionen stehen Ihnen die fünf Experten auf dem Podium ständig zur Verfügung. Die Referenten aus Rechtsprechung, Headhunting und Consulting...

07.11. | BONN | DATENANALYSE FÜR ALLE FACHBEREICHE



Informationsbedarf entsteht im Fachbereich. Viel zu häufig helfen sich Anwender im Alleingang mit komplizierten und zeitaufwändigen Datenauswertungen. Denn starre Berichte und Management Dashboards decken oft nicht den Informationsbedarf, der in den Fachabteilungen der Unternehmen täglich entsteht...

18.11. | KÖLN | COLOGNE IT SUMMIT



Die Wirtschaftsregion Köln ist mit seinen über 11.000 IT-Unternehmen einer der größten und innovativsten Marktplätze für Informations- und Kommunikationstechnologie in Europa. In einem solch spannenden Wirtschaftsraum darf eine zentrale Premium-Veranstaltung, die den geschäftlichen Austausch fördern will, nicht fehlen...

22.11. | FRANKFURT | FINTECH FORUM DACH



Das FinTech Forum DACH identifiziert Innovatoren, Disruptoren und „Hidden Champions“ des Financial Services-Sektors aus Deutschland, Österreich und der Schweiz und bringt sie mit hochkarätigen Investoren zusammen.

08.01. | BERLIN | CAMPUS FOR FINANCE 2014



After the successful WHU Private Equity Conference in April, we are now heading to new shores with the WHU New Year's Conference 2014: As the wildfire of the sovereign debt crisis is being extinguished gradually, public attention returns to the question how the interdependent financial services industry will have to be regulated in the future...

Was Frauen wirklich wollen

Das Klischee, Frauen können schlechter einparken als Männer, ist glücklicherweise widerlegt. Unterschiede zwischen den beiden Geschlechtern existieren dennoch. Sie werden nicht zuletzt im Beratungsgespräch mit dem Vermögensverwalter deutlich.



Beim Thema Geldanlage entscheiden sich Männern und Frauen für abweichende Anlagestrategien. Während Frauen deutlich sicherheitsorientierter sind, nehmen Männer tendenziell ein höheres Risiko in Kauf. Ein Vergleich der Wertpapierarten im Depot der beiden Geschlechter zeigt, dass Männer mehr Aktien besitzen (53,3 Prozent) als Frauen (48,8). So ergab die „Männer-Frauen-Studie 2012“ der DAB Bank. Im Gegensatz dazu haben Frauen mit 35,4 Prozent einen größeren Anteil bei Investmentfonds. Männer investieren hingegen 31,6 Prozent ihres Depotvolumens in Investmentfonds. Die spekulativen Optionsscheine machen das differente Anlageverhalten ebenfalls sichtbar. Tatsächlich haben Männer einen doppelt so hohen Anteil (0,8 Prozent) an Optionsscheinen. Zwar gehen Männer und Frauen nicht dasselbe Wagnis ein, dennoch kommen sie am Ende zum selben Erfolg, jeder auf seine eigene Weise. Im Jahr 2012 betrug die

Rendite jeweils 7,7 Prozent. Lediglich eine nähere Betrachtung der zweiten Nachkommastelle zeigt, dass Männer knapp vorne liegen.

Die unterschiedlichen Wege führen also zu ähnlichen Erfolgen. Im Hinblick auf Beratungsgespräche ergeben sich entsprechende Anforderungen. Viele Kundenberater haben längst noch kein Gespür dafür entwickelt, dass Frauen eine andere Ansprache benötigen als Männer. Frauen bevorzugen ausführliche Informationen sowie ein hohes Maß an Transparenz und Ehrlichkeit. So ist es wichtig, dass Berater sich ausführlich Zeit nehmen, um über Produkte und Risiken aufzuklären. Berater müssen entschlüsseln, ob sich ihre Kundinnen unsicher fühlen oder unentschieden sind. Im Fokus sollte daher stehen ihre Bedenken zu beseitigen. Weibliche Kundinnen treffen ihre Entscheidungen mit Bedacht und beziehen eine defensive Position im Beratungsgespräch. Ihre Priorität liegt klar auf einer stabilen Rendite, statt auf schnellen Gewinnzuwächsen. Neben fachlichem Wissen ist hier insbesondere soziale Kompetenz gefragt. Egal, ob privat oder geschäftlich. Frauen wünschen sich verstanden zu werden, sei es vom Partner oder eben vom Vermögensverwalter. Auf dieser Grundlage entstehen vertrauensvolle Beziehungen.

Zu einem professionellen Gespräch gehört es auch die momentane Lebenssituation der Kundinnen zu erfassen. Wie sehen ihre kurz-, mittel-

oder langfristigen Pläne aus? Welche Ziele verfolgen sie? Welche Wünsche begleiten sie auf ihrem Weg? Anders als früher sind Lebensentwürfe heute vielfältiger, bunter und freier. Gerade dieser Reichtum an Möglichkeiten erfordert ein genaues Zuhören und eine individuelle Analyse der Situation. Allerdings ist die vollkommen freie Wahl der beruflichen und privaten Lebensentwürfe für Frauen, in einigen Bereichen der Gesellschaft, noch nicht verwirklicht. Die Partner- und Elternschaft ist keineswegs gleichberechtigt, was sich wiederum auf die Beteiligung am Erwerbsleben auswirkt.

In der Tat verlaufen die Lebensphasen von Frauen sehr viel heterogener, als die von Männern. Im Hinblick auf die Familiengründung unterbrechen Mütter häufig ihre Erwerbstätigkeit oder gehen einer Teilzeitbeschäftigung nach. Gerade bei Kindern unter drei Jahren waren ein Drittel (31 Prozent) der Mütter in einem Beschäftigungsverhältnis, so zeigt eine Studie des Statistischen Bundesamts (Frauen und Männer in verschiedenen Lebensphasen 2010). Mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt die weibliche Erwerbsbeteiligung wieder zu. Für Väter hingegen scheint die Familienplanung nur vereinzelt einen Einfluss auf ihre Berufsleben zu haben. Demnach übten 84 bis 86 Prozent der Väter durchgängig einen Beruf aus, je nach Alter des jüngsten Kindes. Ein Blick auf den Anteil der Teilzeitbeschäftigten

zeigt, dass Männer kaum in Teilzeit arbeiten. 6 Prozent der Väter mit Kindern unter drei Jahren arbeiteten in Teilzeit. Die Teilzeitquote bei Müttern hingegen lag bei 73 Prozent, heißt es weiter in der Studie.

Das Prinzip der Gleichstellung erfüllt sich nur langsam und so variiert das Einkommen von Frauen im Laufe ihres Lebens häufig. Sie verzichten auf Verdienst und ihre Rentenansprüche sinken. Gerade im Hinblick auf die Alterssicherung ergibt sich ein spezieller Beratungsbedarf. Die Anlagestrategie und das Produktportfolio müssen auf die Bedürfnisse der Anlegerinnen zugeschnitten sein – sie benötigen flexible Wahlmöglichkeiten, je nach Lebenssituation.

Die Kreissparkasse Augsburg hat die Zeichen der Zeit schon längst erkannt und sich mit ihrer eigens auf Frauen abgestimmten Beratung einen Wettbewerbsvorteil verschafft. Der Fokus liegt dabei auf der Finanz- und Vorsorgeplanung. Für ihr Engagement wurde sie sogar mit dem Qualitätssiegel des Frauenfinanzportals finanziell ausgezeichnet. Festlegen, ob Frauen besser von Frauen beraten werden, möchte sich Gertrud Griebler, stellvertretendes Vorstandsmitglied der Kreissparkasse Augsburg nicht. „Wir haben das Projekt zwar zunächst mit Beraterinnen begonnen, weil Frauen nun einmal die weiblichen Lebenswelten am besten kennen. Inzwischen sind aber auch Männer im Team, sagt sie gegenüber finanziell. „Manche Kundinnen legen so-

gar Wert darauf, von einem Mann beraten zu werden“, sagt Griebler weiter. Das Geschlechterverhältnis in Bankberufen ist ohnehin relativ ausgeglichen (Männer:45,7 Prozent/Frauen: 54,3 Prozent), heißt es in einer Erhebung des Statistischen Bundesamts. Allerdings gilt dies nicht für die männlich dominierte Führungsebene. Vielleicht ist auch das ein Grund, warum das Thema Beratung für Frauen so wenig Beachtung findet.

Frauen sind eine reizvolle Zielgruppe. Sie treffen 80 Prozent der Kaufentscheidungen, laut der Studie „Women of Tomorrow“ (2011), des Marktforschungsinstituts Nielsen. All diese Frauen befinden sich in einer unterschiedlichen Lebensphase. Mit einer differenzierten Zielgruppenansprache bietet sich für Banken eine große Chance, das Vertrauen ihrer Kundinnen zu gewinnen. Dabei müssen Berater nicht die Psyche der Frau ergründen, sondern richtig Zuhören und deren Bedürfnisse (er)kennen.



Corinna Groner
Redakteurin
BANKINGNEWS