

# Die Finanzchefin der Familie im Visier

Banken entdecken die Frauen als Klientel und bieten ihnen ganz spezielle Beratung. Von Werner Knecht

Gegen 80% aller Finanz- und Budgetfragen, schätzen die Experten, werden im Familienverbund durch die (Haus-) Frau entschieden. Doch ihre spezifischen Anliegen und Wünsche, die sich durchaus von denen des Gatten unterscheiden, nimmt man(n) bei den Banken und Anlageberatungen nicht immer ausreichend wahr. Dabei könnten die Finanzinstitutionen mit geschickter Ansprache und speziellen Dienstleistungen deutlich mehr herausholen aus der Kundinnen-Beziehung: «Cherchez la femme» als wertvoller Türöffner zur heimischen Finanzministerin.

## Eigenes Lebenskonzept

Zwar bieten alle grösseren Geldinstitute inzwischen auf Frauen massgeschneiderte Dienstleistungen, setzen diese aber in den meisten Fällen nicht als griffiges Marketinginstrument ein. Wie aber funktioniert eine auf Frauen fokussierte Beratung? Haben Frauen wirklich unterschiedliche Anlageziele?

Ja, heisst es unisono, denn ihr Leben folgt anderen Wegen und Linien, einem Frauen- beziehungsweise Mütter-spezifischen Rhythmus. Die wichtigsten Ereignisse bei traditionellen Lebensentwürfen sind die Heirat, die Geburt der Kinder, ihr Wegzug, der allfällige Wiedereinstieg ins Berufsleben. Heute aber herrscht Vielfalt bei den Lebenskonzepten.

Der immer beliebtere Gegenentwurf mit dem längst salonfähigen Konkubinat, in dem momentan landesweit über 200 000 Paaren leben, jedes fünfte davon mit Kindern. Einschneidend sodann und meist mit finanziellen Einbussen verbunden sind allfällige Scheidungen oder andere Herausforderungen wie die BVG-Problematik bei Teilzeitjobs und Patchwork-Karrieren. All dies ruft nach einer ganzheitlichen Finanzplanung.

Mit oder ohne Konkubinat: «Die Sicherheit ist für Frauen ein entscheidendes Element bei der Anlagestrategie», bemerkt Anja Peter von der Bank

Coop. Ihr Geldinstitut, das sich mit dem Slogan «Fair Banking» gegen die Konkurrenz abzuheben versucht, setzt bewusst auf weibliche Kundschaft. Mit grossem Erfolg. «Über die Hälfte der Kundschaft sind Frauen», weiss die Leiterin des auf Frauen-Finanzfragen spezialisierten Eva-Teams in Basel.

Wie eine Umfrage bei Banken und Fachleuten zeigt, ergibt sich ein Spannungsfeld zwischen der familiären CFO-Funktion vieler Frauen und ihrer oft bestehenden innerlichen Distanz Finanzfragen gegenüber. Sie kann bis zu einer eigentlichen Abneigung gehen, sich überhaupt damit zu befassen.

## Distanz zu Finanzfragen

Was sind die wichtigsten Entscheidungskriterien für Frauen, wenn sie ein Geldinstitut wählen? Vertrauen in die Bank, Sympathie gegenüber den mit der Beratung betrauten Mitarbeitenden, die sich ausserdem durch Fachkompetenz auszeichnen müssen. Fonds gelten dabei Anlegerinnen als besonders vertrauenswürdig; 48% beurteilen sie als sichere Geldanlage. Erstaunlich oft entscheiden sich Frauen für das andere Geschlecht. Dabei verfügen Frauen generell über ein besseres Sensorium für Risikoeinschätzung als Männer und investieren daher defensiver. Bevor Frauen in Aktien einsteigen, nehmen sie das Unternehmen genau unter die Lupe. Oft liegt denn auch die Rendite von Privatanlegerinnen klar über jener von männlichen Investoren. Der Grund: Die Erfolgsgeterminanten Beständigkeit, Risikoaversion und eine gesunde Selbsteinschätzung sind bei Frauen eher anzutreffen als bei Männern.

**Bevor Frauen in Aktienanlagen einsteigen, nehmen sie das jeweilige Unternehmen genau unter die Lupe.**





«Cherchez la femme»: Finanzinstitutionen suchen den Dialog mit Anlegerinnen. (Alice Edward/Getty)

### Frauen wollen mehr wissen

«Frauen wollen präzise wissen, was mit ihrem Investment passiert und was dieses auslöst. Nur wenn sie den Sinn einer Finanzanlage kennen, können sie ihre Verantwortung wahrnehmen», sagt Antoinette Hunziker-Ebnetter von Forma Futura Invest AG. Dieses Hinterfragen ist ausgeprägter als bei vielen Männern; identisch bei beiden ist aber der Wunsch nach einer adäquaten Rendite. Indessen zeigt sich bei Frauen der Trend zu verantwortungs- und wertebewusstem Umgang mit Finanzanlagen stärker als bei Männern. Doch auch beim männlichen Geschlecht wächst das Sensorium für nachhaltige, sozialverträgliche Anlagevehikel. Und sie wollen ihre bessere Hälfte involvieren: «Immer öfter erwähnen Männer bei Beratungsgesprächen, dass sie das nächste Mal ihre Partnerin mitzunehmen wünschen. Das Umgekehrte habe ich noch nie erlebt», stellt Hunziker-Ebnetter fest. *Werner Knecht*