

IN SACHEN FINANZEN

Sind es Alibiübungen? Oder was bringen die speziellen Angebote für Frauen bei den Banken? Und braucht es die überhaupt noch? Von ihren Erfahrungen erzählen Anita Altherr von der Bank Coop, Claudia Nielsen von der Alternativen Bank Schweiz ABS und Lydia Woerlen von der Privatbank Vontobel

Vontobel und Coop bieten Spezialprogramme für Frauen an. Welches sind die Schwerpunkte?

ANITA ALTHERR: Unser Projekt «Evaluation» – kurz eva – soll Kundinnen, Mitarbeiterinnen und die Öffentlichkeit ansprechen. An den letztjährigen Thema-Anlässen in verschiedenen Städten nahmen rund 1200 Kundinnen teil. Wir verschicken etwa 2000 eva-Letters, zudem gibts einen Telefondienst, auf Wunsch können sich Kundinnen von Frauen beraten lassen.

LYDIA WOERLEN: Neben Finanzseminaren, die wir seit den 90er-Jahren anbieten, haben wir 1995 den Bereich «Women and Finance» gegründet. Dazu kommen gesellschaftliche Anlässe und Diskussionsrunden. Das Ganze soll in einem kleineren Kreis bleiben, damit auch Kontakte zu den Interessentinnen möglich sind.

CLAUDIA NIELSEN: Bei uns galt von Anfang an das Prinzip der Chancengleichheit. Anfangs gaben allerdings die Männer den Ton an. Heute haben wir mehr Vermögen von Frauen als von Männern, weibliche Angestellte gibts auf allen Funktionsebenen.

Wie kam es bei der Alternativen Bank zu den Förderkrediten für Frauen?

CN: Wir wollten gesellschaftlich wichtige Projekte unterstützen. Dazu braucht es unserer Meinung nach mehr Frauen im

Geschäftsleben. Interessant ist, dass für Frauenkredite mehr Geld hereinkommt, als wir aufgrund der Anfragen bisher vergeben konnten.

Was entscheidet über die Kreditvergabe?

CN: Das Resultat der kommerziellen und der ethischen Prüfung. Wir unterstützen innovative Projekte, von denen Frauen profitieren. Dazu zwei Beispiele. Wir gaben dem Evangelischen Frauenbund einen Restkredit für den Brahmshof, ein Wohnangebot für Behinderte und Nicht-Behinderte. Die mehrheitlich von Frauen gegründete Condomeria finanzierten wir vor zehn Jahren mit 100 000 Franken. Die Idee mit dem Kondom-Angebot war damals eine notwendige Provokation: In

einem kirchlichen Rating wurde der Kredit als Minus-Kriterium eingestuft.

Warum legen Frauen bei Ihnen Geld an?

AA: Grossen Anklang findet die Frau-zu-Frau-Beratung.

LW: Frauen möchten ernst genommen werden, was offenbar noch nicht alle männlichen Kundenberater können. Zudem schätzen die Frauen den Identifikationsfaktor.

CN: Frauen fragen mehr nach ethischen Grundlagen, sie legen konservativer an und achten mehr auf Sicherheit. Ich glaube

aber, dass neben dem Geschlecht auch ganz andere Kriterien eine Rolle spielen, wie Berater oder Beraterinnen akzeptiert werden.

Sind spezielle Frauenprogramme überhaupt noch zeitgemäss?

LW: Der Bedarf ist ganz klar vorhanden.

Woher kam denn der Anstoss?

AA: Bei der Neupositionierung 2001 wurde die Frauenförderung in der Strategie der Bank Coop verankert.

LW: Bei uns kam der Anstoss von Hans Vontobel senior. Die zunehmende Überalterung der mehrheitlich männlichen Kunden hatte ihn alarmiert. Sein Ziel war, die Frauen nach dem Tod ihrer Ehemänner bei der Bank zu halten.

Wie weit sind Sie beim Gender Mainstreaming, der Gleichstellung der Geschlechter auf allen Entscheidungsebenen?

AA: Im zwölfköpfigen Verwaltungsrat sitzen zwei Frauen, in der Geschäftsleitung eine Frau neben drei Männern. Zielquoten bis 2007 sind 13 Prozent in der Direktion bzw. 32 Prozent im Kader.

LW: Wir haben weder im Verwaltungsrat noch in der Geschäftsleitung eine Frau, im mittleren Kader hingegen mehrere.

CN: Wir führten bei der Gründung eine 40-Prozent-Quote für die Besetzung der Gremien ein. Eben hat eine Frau den GL-Vorsitz übernommen. Mit mir als Präsidentin sind wir die einzige Bank der Schweiz mit zwei Frauen an der Spitze.

Wie kommt die Nachfolge-Förderung



DocID: 1748820

MediaID: 1162

Color: 3

Topic: 0050128.01 Size: 66162mm²

Order: 0050128

Category: Spezialseiten

für Frauen überhaupt an?

CN: Für die neue Geschäftsleitung suchten wir per Inserat eine Frau mit dem Vermerk, dass auch Bewerbungen von Männern geprüft werden. Zur Auswahl standen am Schluss zwei Frauen und zwei Männer, die alle geeignet waren.

AA: Zum eva-Programm gehört auch eine bessere Durchmischung im Kader. Deshalb bezahlen wir den Mitarbeitenden für die Vermittlung einer externen Kaderfrau eine Prämie. Auch bei uns stösst aber die Frauenförderung nicht auf ungeteilte Zustimmung. Immer wieder finden Männer und vereinzelt auch Frauen eine solche Förderung unnötig oder diskriminierend.

CN: Frauen müssen auch nicht gefördert werden, aber man soll ihnen den Weg nach oben nicht verbauen. Das bedingt, dass es für alle Mitarbeitenden Teilzeitstellenangebote gibt, die Löhne für beide Geschlechter gleich sind und die Kultur partnerschaftlich ist.

Bei der ABS herrscht völlige Lohntransparenz. Jetzt haben Sie noch ein Einstufungssystem eingeführt, das Vergleiche zwischen den Funktionen ermöglicht. Warum braucht das?

CN: Weil wir einfach immer mehr Mitarbeitende haben. Die Kriterien berücksichtigen neben fachlichen auch psychosoziale Anforderungen, die traditionell in Frauenberufen wichtig sind und in der Regel aber einfach unter den Tisch fallen. Diese Grundlage erleichtert uns bei der Anstellung eine transparente Einstufung und den Angestellten eine bessere Selbsteinschätzung.

Zur betriebsinternen Gleichstellung der Mitarbeiterinnen gehört auch eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Wie sieht es hier mit den Leistungen aus?

AA: Bei uns gehört dieses Thema natürlich ebenfalls zum eva-Programm. Eltern finden dazu Informationen im Intranet. Der bezahlte Mutterschaftsurlaub wurde auf 16 Wochen verlängert und Väter erhalten beim ersten Kind eine Woche, beim zweiten Kind zehn Tage Urlaub.

LW: Unsere einzige interne Leistung ist der bezahlte Mutterschaftsurlaub, der in den ersten vier Jahren zwei Monate, bis zum 10. Dienstjahr drei Monate und nachher vier Monate beträgt.

CN: Der bezahlte Mutterschaftsurlaub dauert in der Regel sechs Monate. Wer seit weniger als zwei Jahren bei uns arbeitet, erhält vier Monate. Väter können 20 Tage bezahlten Urlaub beziehen. Zusätzlich bieten wir Eltern die Möglichkeit, eine unbezahlte Kinderpause zu beziehen.

In der Finanzbranche wird abgebaut. Bei den Grossbanken ist die Gleichstellung der Frauen kein Thema mehr. Könnte es bei Ihnen zuerst die Frauenprogramme treffen?

LW: Nein, diese Zeiten sind vorbei. Natürlich schaut man genau, was es bringt. Der grösste Kostenpunkt ist die Arbeitszeit, die wir für «Women and Finance» einsetzen.

AA: Im Gegenteil. Das Programm eva wird bei der Bank Coop im Moment weiter ausgebaut.

CN: Wir konnten Jahr für Jahr die Kundschaft um 10 Prozent ausbauen. Wir würden unsere Marktposition sehr schwächen, wenn wir auf Kundinnen verzichten wollten.

Rita Torcasso

INFOS
 Alternative Bank ABS: www.abs.ch
 Bank Coop, eva: www.bankcoop.ch/eva.htm
 Bank Vontobel, Women and Finance: www.vontobel.com/w&f



Anita Altherr, Bank Coop
 Claudia Nielsen, ABS
 Lydia Woerlen, Bank Vontobel

Category: Spezialseiten

DocID: 1748820

MediaID: 1162

Color: 3

Topic: 0050128.01 Size: 66162mm²

Order: 0050128

Category: Spezialseiten

«Frauen müssen nicht gefördert werden, aber man soll ihnen den Weg nach oben nicht verbauen.»

DIE INTERVIEWPARTNERINNEN

ANITA ALTHERR, 51, Bank Coop: Die Kommunikationsverantwortliche arbeitet 50 Prozent, davon 40 Prozent für die Öffentlichkeitsarbeit beim Projekt eva. Bei der Bank Coop arbeiten 670 Personen, 42 Prozent sind Frauen.

LYDIA WOERLEN, 40, Bank Vontobel AG: Sie ist Vizedirektorin mit einem vollen Arbeitspensum und leitet seit Januar 2004 das Projekt «Women and Finance». Bei der Vontobel-Gruppe arbeiten 909 Personen, 330 davon sind Frauen (Angaben per 31.12.03).

CLAUDIA NIELSEN, 43, Alternative Bank ABS: Die promovierte Ökonomin ist seit 2001 Präsidentin des Verwaltungsrats und setzt dafür im Normalfall 35 Prozent ein. Bei der ABS arbeiten 52 Personen, 52 Prozent der Stellenprozent besetzen Frauen.