



Was Frauen wollen

Von **Brigitte Horn**, AssCompact



Frauen wünschen sich in Finanzfragen einen anderen Beratungsansatz wie Männer. Individueller soll er sein, kommunikativer und auf die Besonderheiten der nicht immer durchgängigen Erwerbsbiografien von Frauen ausgerichtet.

Der Zukunftsforscher Matthias Horx spricht vom Megatrend Frauen und von „Womenomics“ – soll heißen, dass Frauen immer einkommensstärker werden und es in der westlichen Welt Wachstumschancen nur noch im Segment der Frauen geben werde. Diese Entwicklung wird auch Auswirkungen auf den Vertrieb in der Finanz- und Versicherungswirtschaft haben. Frauen werden sich immer mehr mit dem Thema Altersvorsorge, Vermögensaufbau und Absicherung beschäftigen. Die Branche hat das erkannt und vor allem das Vorsorgeverhalten des weiblichen Geschlechts in verschiedenen Studien untersucht. Auch eine Arbeitsgruppe unter der Leitung von Jens Cordes der HDI-Gerling Vertriebservice AG (s. „Hoffnung und Zuversicht 2020, Der Makler als Zukunftsberater“, Herausgeber: live-academy, www.live-academy.eu) hat sich unter dem Titel „Die X-AG“ den Herausforderungen der Beratung der Zielgruppe Frauen gewidmet.

Besonderheiten in den Erwerbsbiografien

Für die FinanzFachFrauen (www.finanzfachfrauen.de) ist die Beratung von Frauen schon lange Alltag. Vor allem die Notwendigkeit der privaten Altersvorsorge hätten Frauen erkannt, so der bundesweite Zusammenschluss von Finanzberaterinnen. Für Frauen bleiben Investitionen in die eigene Altersvorsorge ein Hauptanliegen. Daran ändern auch die aktuellen Krisenzeiten an den Finanzmärkten nichts. Zu diesem Ergebnis führt



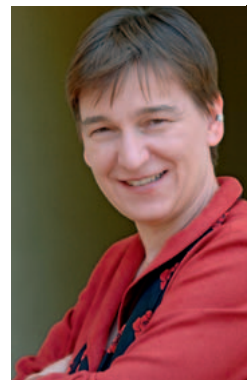
Ursula Oelbe

eine Auswertung von Beratungsgesprächen der FinanzFachFrauen. „Frauen nehmen die Finanzkrise zwar ernst, verlieren dabei aber nicht aus den Augen, dass sie sich weiterhin selbst verstärkt um ihre Rente kümmern müssen“, sagt Regina Weihrauch, FinanzFachFrau aus Göttingen. Dieses Studienergebnis widerlegt damit frühere Thesen, dass Frauen ihre eigene Altersvorsorge nur ungern thematisieren und wenig dafür tun. Spezielle Finanzkonzepte für Frauen seien deshalb aber dennoch kein Thema. „Wir sind der Meinung, dass es dafür keinen Bedarf gibt. Viel wichtiger ist die ganzheitliche und unabhängige Beratung“, ergänzt dazu Finanzberaterin Ursula Oelbe aus Hildesheim: „Die erwerbsbiografischen Daten der Frau – beeinflusst auch durch Kindererziehungszeiten und andere Erwerbsausfälle – müssen gezielt in die Beratung einfließen.“



Regina Weihrauch

Ähnlich denkt auch der Bundesverband unabhängiger Finanzdienstleisterinnen (BuF) e.V., der vor wenigen Monaten dem BMVF e.V. beigetreten ist: „Frauen legen Wert auf eine ganzheitliche Beratung, bei der die besonderen Aspekte weiblicher Biografien, wie Erziehungszeiten, Teilzeittätigkeit oder Scheidung, berücksichtigt werden. Die Finanzprodukte müssen verständlich erklärt werden und sollten transparent und vor allem flexibel sein, damit sie sich gut in den Lebensweg integrieren lassen“, erklärt Dr. Mechthild Uppgang, die den BuF (www.finanzexpertinnen.de)



Dr. Mechthild Uppgang

anführt. Die Erfahrung zeige aber, dass Frauen keine speziellen Tarife oder Fonds benötigten. Dennoch gäbe es bevorzugte Produkte. Dazu gehören solche mit geringen Monatsbeiträgen, die aber Zuzahlungsmöglichkeiten böten. Die FinanzFachFrauen verzeichnen zudem aktuell verstärktes Interesse der Frauen an Riester- und Rürup-Renten sowie Direktversicherungen über den Arbeitgeber, weil auch sie die staatlichen Förderungen und Steuervorteile dafür in Anspruch nehmen und abschöpfen wollten.

Frau ist nicht gleich Frau

Die Publizistin und Unternehmensberaterin Gertrud Höhler hat einmal gesagt: „Männer sind Rudelwesen, Frauen Individualwesen.“ Allein die Einteilung in Hausfrau, Alleinerziehende, Single oder Selbstständige trägt der Betrachtung der Zielgruppe nicht Rechnung. Finanzexpertin Upgang stimmt zu: „Aufgrund ihrer ausgesprochenen Individualität gibt es eine breite Kundinnenvielfalt. Es gibt sowohl die vorsichtige Alleinerziehende als auch die chancen- und risikoorientierte Alleinerziehende. Allerdings dürfte der Anteil der Vorsichtigen bei den Alleinerziehenden größer sein als bei den Singles. Vielleicht sollte man differenzieren nach den Frauen, die sich gut am Kapitalmarkt auskennen bis hin zu denen, die sich kaum auskennen.“

Doch Frauen legen nicht nur Wert auf mehr Individualität, sondern auch auf einen anderen Umgang in der Beratung. Im bereits erwähnten Buch „Hoffnung und Zuversicht 2020, Der Makler als Zukunftsberater“ hält Jens Cordes fest, dass der Beratungsansatz geprägt sein muss von Empathie, Zugewandtheit und Ganzheitlichkeit. Neben den Produkten müssten alle Facetten des sozialen Umfelds der Zielgruppe aufgenommen werden. Voraussetzung für Erfolg in dieser Zielgruppe heißt aber auch, den Blick der Frau anzunehmen.

Muss man also Frau sein, um Frau zu beraten? Dazu Finanzdienstleisterin Upgang: „Es ist sicherlich von großem Vorteil, wenn Frauen auch von Finanzexpertinnen beraten werden, da sie in der Regel die gleiche Sprache sprechen und besser die Bedürfnisse einerseits und die Ängste andererseits erfassen können.“ Das spricht für den BuF und die FinanzFachFrauen. Allerdings ist der Anteil der Frauen unter den Versicherungsmaklern und Finanzberatern immer noch eher gering. Deshalb könnten auch Männer von dem Wachstumssegment Frauen profitieren, wenn es ihnen gelingt, die speziellen Bedürfnisse zu erkennen, die richtigen Fragen zu stellen und Empathie aufzubauen. Was sie aber auf jeden Fall in der Beratung vermeiden sollten, weiß Upgang: „Die Stiftung Warentest hatte Anfang der 90er-Jahre festgestellt, dass in Beratungsgesprächen, bei denen Frauen männlichen Beratern gegenüber sitzen, ‚flotte Sprüche oft den Sachverstand ersetzen‘. Daran hat sich nichts geändert. Flotte Sprüche sollte man meiden und lieber den Sachverstand bemühen, um in den Gesprächen überzeugen zu können.“ Wer wollte dem noch etwas hinzufügen?

Bayerische Beamten Versicherungen |



Wir wünschen Ihnen ein frohes
Weihnachtsfest und freuen uns
auf eine „ausgezeichnete“
Zusammenarbeit im neuen Jahr!
Ihre BBV

BBV M-Dienstleistungs-Center (MDC)
Service-Rufnummer: 01801 / 22 86 32*
Service-Faxnummer: 01801 / 63 23 29*
E-Mail: mdc@bbv.de
Ausgezeichnete Produkte unter:
www.bbv-makler.de

* (3,9 Cent pro Minute aus dem deutschen Festnetz,
mobil max. 42 Cent pro Minute bzw. 60 Cent pro Anruf)



Offen für alle

Bayerische Beamten Versicherungen
Neue Bayerische Beamten Lebensversicherung AG