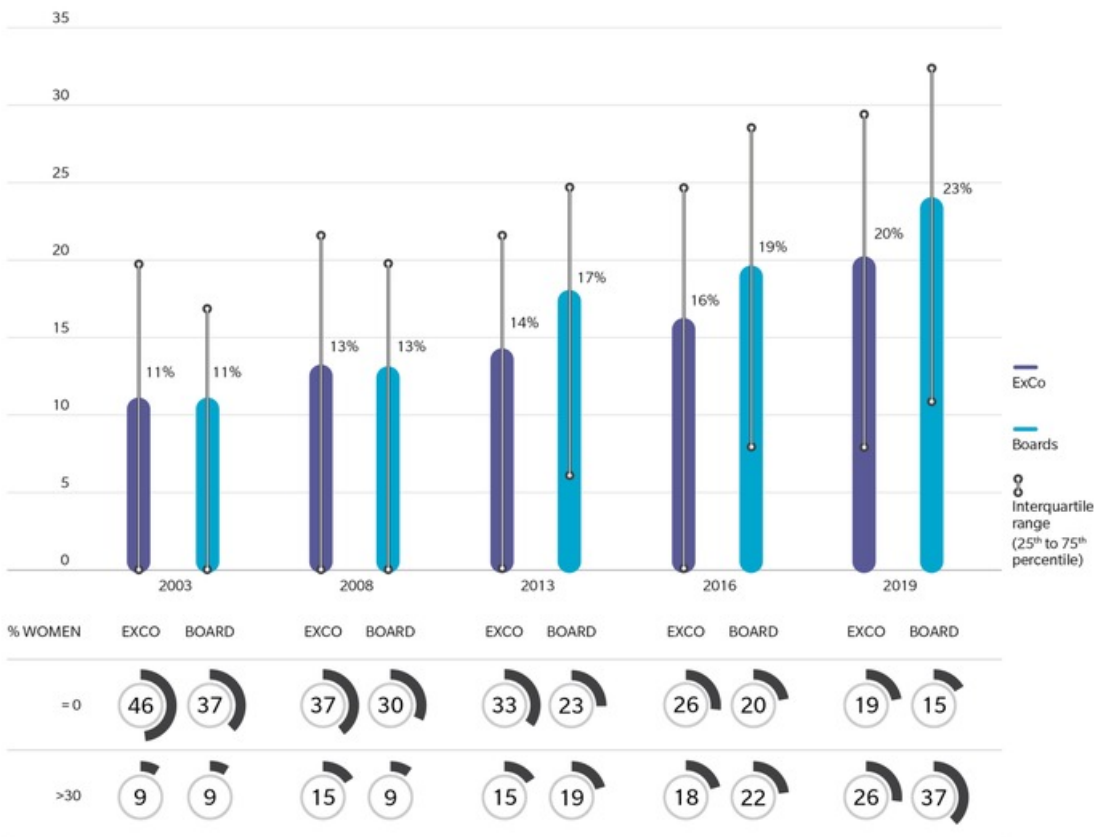


18.11.2019 - 11:45 Uhr

## Frauen in der Finanzbranche: 700 Mrd. Dollar ungenutztes Umsatzpotenzial

REPRESENTATION OF WOMEN ON EXECUTIVE COMMITTEES AND BOARDS IN MAJOR FINANCIAL SERVICES FIRMS GLOBALLY (%)

INCLUDES 468 COMPANIES ACROSS 37 COUNTRIES/JURISDICTIONS



Source: Oliver Wyman analysis of organization disclosures

Zürich/München (ots) -

Der Anteil von Frauen in den Geschäftsleitungen der Schweizer Finanzdienstleister hat sich in den vergangenen drei Jahren auf niedrigem Niveau mehr als verdoppelt (von 7% in 2016 auf 17% heute). Die Schweiz liegt aber weiter unter dem weltweiten Durchschnitt von 20 Prozent und mit Platz 22 von 37 untersuchten Ländern nur im unteren Mittelfeld. Um aufzuschliessen sollten Unternehmen einen ganzheitlichen Ansatz verfolgen und insgesamt auf eine bessere Vertretung und Ansprache von Frauen achten - nicht nur innerhalb der Arbeitnehmer und Führungskräfte, sondern auch bei Kunden. Finanzdienstleister könnten ihre Umsätze jährlich um 700 Milliarden Dollar weltweit steigern, wenn sie Frauen als Kundinnen besser verstehen und bedienen würden.

Die Finanzbranche hat sich in den vergangenen Jahren zunehmend um die Förderung von Frauen gekümmert. Das spiegelt sich in einem moderaten, aber kontinuierlichen Anstieg des Anteils von Frauen in Spitzenpositionen wider. Die dritte Ausgabe der Women in Financial Services-Studie der Strategieberatung Oliver Wyman zeigt jedoch, dass ein Themenbereich derzeit zu wenig Aufmerksamkeit erfährt: Frauen als Kundinnen. Durch ein besseres Verständnis und eine bessere Ansprache von Frauen als Kundinnen könnten Finanzdienstleister jährlich Umsatzsteigerungen von mehr als 700 Milliarden US-Dollar weltweit erzielen, so ein Ergebnis der aktuellen Ausgabe.

«Frauen stellen die grösste unterversorgte Kundengruppe der Finanzdienstleistungsbranche dar», so Astrid Jäkel, Partnerin bei Oliver Wyman und Co-Autorin der Studie. «Die Unternehmen lassen sich erhebliche Umsatzchancen entgehen, weil sie ihren Kundinnen nicht richtig zuhören und ihre Lebenssituation und Anforderungen an Finanzprodukte nicht wirklich verstehen.»

Wie die Oliver Wyman-Studie zeigt, sind Frauen zunehmend einflussreiche Käuferinnen von Bank-, Investitions- und Versicherungsprodukten - sowohl im privaten als auch im geschäftlichen Bereich. Um dieses Potenzial auszuschöpfen, ist es nicht ausreichend, Frauen als ein einziges Kundensegment zu betrachten. Vielmehr geht es darum, Besonderheiten im Lebensweg von Frauen und die Auswirkungen auf ihre Anforderungen an Bank- und Versicherungsprodukte besser zu analysieren und dann speziell darauf zugeschnittene Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Es gibt eine Reihe von Merkmalen im Kundenprofil, bei denen sich Frauen derzeit im Durchschnitt von Männern unterscheiden: weniger lineare Einkommensentwicklung, andere Risikopräferenzen und anders gewichtete Ziele jenseits des blossen Vermögensaufbaus, um nur ein paar Beispiele zu nennen. Wenn Banken, Vermögensverwalter und Versicherer diese Unterschiede im Detail besser verstünden und in der Produktentwicklung berücksichtigten, würde dies letztendlich zu besseren Produkten für alle Verbraucher führen.

Auf der Geschäftskundenseite zeigt sich ein ähnliches Bild. Eine Befragung von Finanzchefinnen und weiteren weiblichen Kadermitgliedern in Finanzabteilungen ergab, dass die Mehrzahl von ihnen deutliches Verbesserungspotenzial bei der Betreuung durch Geschäfts- und Investmentbanken sehen. Mehr als die Hälfte der Befragten waren der Meinung, dass Teams mit einem ausgewogenen Geschlechterverhältnis besseren und innovativeren Service liefern. Zugleich konstatierten sie jedoch, dass die Finanzdienstleister, mit denen sie geschäftlich zu tun haben, in diesem Punkt hinter ihren Erwartungen zurückbleiben. Nicht wenige wiesen darauf hin, dass sie als Geschäftskundinnen nicht mit dem gleichen Respekt behandelt werden wie ihre männlichen Kollegen.

#### Frauen in Führungsrollen - allmähliche Fortschritte

Der Anteil von Frauen in den Geschäftsleitungen der grössten Schweizer Finanzdienstleister hat sich in den vergangenen drei Jahren auf niedrigem Niveau mehr als verdoppelt (von 7% in 2016 auf 17% heute). Damit liegt die Schweiz zwar noch vor ihren Nachbarländern Deutschland (Platz 24) und Österreich (Platz 30) jedoch drei Prozentpunkte unterhalb des weltweiten Durchschnitts von 20 Prozent. Bei der Vertretung von Frauen in Verwaltungsräten der Finanzbranche konnte die Schweiz einen Zuwachs von vier Prozentpunkten auf 24 Prozent verbuchen und liegt damit knapp über dem weltweiten Durchschnitt von 23 Prozent.

Im weltweiten Vergleich hat Israel bei der Vertretung von Frauen in der Geschäftsleitung die Nase vorn: Hier liegt der Anteil von Frauen in Geschäftsleitungen in der Finanzbranche bei 38 Prozent, auf den Rängen folgen Australien, Schweden, Finnland, Thailand, Norwegen, Kanada und Südafrika (jeweils 30 oder mehr Prozent). Am geringsten ist der Frauenanteil in Saudi-Arabien und Südkorea mit jeweils gerade einmal vier Prozent.

An den Problemen rund um Frauenkarrieren hat sich bisher nicht viel geändert. Nach wie vor geraten Frauen in der Mitte ihrer Karriere in einen Konflikt, in dem - auch aufgrund von gesellschaftlichen Erwartungen - die Kosten einer Karriere den Nutzen zu überwiegen scheinen. Halbherzige Unterstützung von Familien, wenig flexible Arbeitszeiten, intransparente und als ungerecht empfundene Beförderungsprozesse und Gehaltsstrukturen sowie unbewusste Vorurteile und Ressentiments - all dies sind Punkte, an denen Finanzunternehmen nach wie vor arbeiten.

Um eine bessere Repräsentanz von Frauen zu erreichen, sollten Unternehmen einen ganzheitlichen Ansatz wählen und die Themen Frauen als Arbeitnehmerinnen und Führungskräfte, Frauen als Kundinnen sowie die Bedeutung des Frauenanteils für Anteilseigner und Aufsichtsbehörden miteinander verknüpfen.

«Ein ausgewogenes Verhältnis der Geschlechter ist für verschiedene Gruppen im und um das Unternehmen von Bedeutung: Arbeitnehmer und Führungskräfte, Kunden, Aufsichtsbehörden und Shareholder», sagt Robert Buess, Partner bei Oliver Wyman. «Unternehmen müssen dies erkennen und einen ganzheitlichen Ansatz wählen. So wird Geschlechterausgewogenheit ein Thema für die CEO-Agenda und schlägt sich letztlich in besseren Unternehmensergebnissen nieder.»

#### Über die Studie

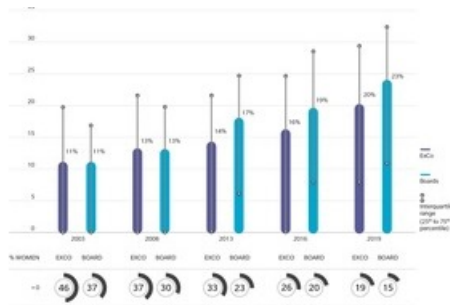
Für die Women in Financial Services-Studie wurde die Zusammensetzung von Verwaltungsräten und Geschäftsleitungen von mehr als 460 Firmen in 37 Ländern analysiert. Zudem führten Oliver Wyman-Experten mehr als 100 Interviews mit Führungskräften aus allen Teilen der Finanzbranche (Banken, Versicherungen, Vermögensverwalter, FinTech-Unternehmen, Aufsichtsbehörden).

#### Kontakt:

#### Pressekontakt:

Davina Zenz-Spitzweg  
 Manager Marketing & Communications DACH  
 Oliver Wyman AG  
 davina.zenz-spitzweg@oliverwyman.com

#### Medieninhalte



Oliver Wyman\_Women in Financial Services\_Rep of Women on Boards and Excos / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/66435](http://www.presseportal.de/nr/66435) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Oliver Wyman"



Oliver Wyman\_Women in Financial Services\_Country Breakdown / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/66435](http://www.presseportal.de/nr/66435) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Oliver Wyman"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100012607/100836826> abgerufen werden.