

Heidelberg, 21. April 2009
2.309 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

Frauen als Zielgruppe für Finanzdienstleistungen

Clerical Medical zeigt Potenziale spezieller Beratungskonzepte

Heidelberg (21.04.2009) – Frauen und Männer verhalten sich in Finanzfragen stark unterschiedlich. Dies betrifft die Anlagementalität ebenso wie die individuellen Bedürfnisse. Nach Erfahrung des britischen Traditionsversicherers Clerical Medical hat dies die Finanzberatungsbranche bislang nicht hinreichend berücksichtigt. Dabei birgt diese Zielgruppe enormes Potenzial.

Frauen verdienen in Deutschland im Durchschnitt immer noch über 20 Prozent weniger Geld als Männer in vergleichbaren Positionen. Das geht aus zahlreichen Studien hervor. Sie leben aber laut Statistik mehr als fünf Jahre länger und weisen aufgrund von Kindern in der Regel keine durchgängige Erwerbsbiographie auf. Verdienstaustausch und Teilzeitbeschäftigung sind damit ebenfalls charakteristisch. „Frauen müssen im Alter geringere Rentenansprüche in Kauf nehmen und sind als Zielgruppe für die private Altersvorsorge hoch interessant“, so Clerical Medical-Sprecher Matthias Pawlowski. Dies berge großes Potenzial für Finanzdienstleister. Um dieses zu heben, gilt es jedoch, wesentliche Faktoren zu beachten.

Die in der Regel männlichen Berater müssten mehr auf die individuellen Bedürfnisse von Frauen eingehen und ihre spezifische Lebenssituation bedenken. Dabei spielen auch soziale Kompetenz, Unabhängigkeit und Ganzheitlichkeit bei der Beratung eine herausragende Rolle. „Frauen merken sehr schnell, wenn sie nicht individuell beraten werden. Nach Auskunft unserer Vertriebspartner ist es so, dass ein tatsächlicher Verkaufsabschluss in weite Ferne rückt, wenn in den ersten Minuten eines Beratungsgesprächs der Vertrag schon auf dem Tisch liegt“, so Pawlowski. Auch eine ausschließliche Betonung sogenannter Hard Facts in Form von Diagrammen und Übersichten sei bei weiblichen Kunden nicht zielführend. Bei Frauen geht es vielmehr um eine transparente und zielorientierte Beratung sowie darum, maßgeschneiderte Produktlösungen anzubieten, welche an die Lebenssituationen angepasst sind.

Auch bei der Auswahl von Renten- und Anlageprodukten unterscheiden sich weibliche von männlichen Anlegern. So sind Frauen in der Regel risikoscheuer. Dies hat sich bereits in zahlreichen, durch Clerical Medical beauftragten Studien gezeigt.

* * *



Ansprechpartner für die Medien:

Clerical Medical

Heidelberger Leben

Matthias Pawlowski

Leiter Presse und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: (06221) 872-2556

E-Mail: matthias.pawlowski@hbosplc.com

* * *

Clerical Medical ist einer der traditionsreichsten Anbieter von Vorsorgeprodukten. Das Unternehmen wurde bereits im Jahr 1824 in Großbritannien gegründet und ist spezialisiert auf Versicherungen und Kapitalanlagen. Clerical Medical beschäftigt an mehreren europäischen Standorten rund 700 Mitarbeiter und ist in Deutschland seit 1995 aktiv. Die Gesellschaft verwaltet derzeit über 148,6 Milliarden Euro. Die Finanzstärke des Unternehmens ist hervorragend. Dies belegen zahlreiche Ratings, wie zuletzt eine Einstufung von Standard and Poor's mit der Klassifizierung A+.