

## Zielgruppen

## UBS Wealth Management will weiblicher werden

Die Idee, bei der Geldanlage spezielle Konzepte für Frauen zu entwickeln, ist nicht neu. Einen neuen Anlauf in dieser Richtung will jetzt die UBS starten und in den nächsten fünf Jahren ihr Know-how im Hinblick auf die Betreuung ihrer weiblichen Kundschaft im Wealth Management signifikant verstärken. Zuvor wurden in den letzten zwei Jahren verschiedene Ansätze entwickelt und getestet. Die so gewonnenen Erkenntnisse sollen jetzt in der gesamten Organisation Anwendung finden.

So habe sich gezeigt, dass es für Frauen im Unterschied zu Männern viel wichtiger ist, mit ihrer Anlagetätigkeit positive gesellschaftliche Veränderungen zu bewirken. Gemäß dem Center for Talent Innovation wollen 88 Prozent der Frauen in Unternehmen investieren, die zum sozialen Wohlergehen beitragen. Außerdem legen Frauen Wert auf einen Dialog, in dem ihre Wertvorstellungen stärker im Vordergrund stehen als die reine Anlageperformance. Auch das soll im Beratungsgespräch stärker berücksichtigt werden. Entsprechend will die Bank auch ihre Kundenberater schulen, damit sie in Vermögensfragen noch stärker als bisher

eine ganzheitliche und wertfokussierte Sichtweise einbringen können.

In allen Standardprozessen von UBS Wealth Management soll eine „weibliche Perspektive“ eingebettet werden. Auch will man die Kundenzufriedenheit künftig standardmäßig nach Geschlecht erheben. Dass in einem neu zu etablierenden Advisory Board Mitglieder mit verschiedenen Hintergründen und Interessen vertreten sein und das Produktangebot unter den Gesichtspunkten Nachhaltigkeit, Diversität und Nutzung langfristiger Anlagechancen weiterentwickelt werden soll, ist vermutlich nicht nur mit Blick auf die weibliche Kundschaft sinnvoll. Das gilt auch für das Ziel, mit Maßnahmen zugunsten eines vielfältigen und integrativen Arbeitsumfelds auch den Anteil weiblicher Führungskräfte von einem Viertel auf ein Drittel zu erhöhen.

Hinzu kommt eine Bildungsinitiative in Zusammenarbeit mit Bildungsorganisationen. Damit will die Bank bis 2020 das Selbstvertrauen von einer Million Frauen in Finanzfragen stärken. In den USA wurden entsprechende Initiativen bereits umgesetzt. **Red.**