

Dialog

Impuls

DAS MAGAZIN
DER STADTSPARKASSE DÜSSELDORF
FÜR WIRTSCHAFT, GESELLSCHAFT
UND FINANZEN.

Frauensache?

Warum Female Finance alle betrifft



Liebe Leserinnen und Leser,

die Zahlen auf Seite 10 zeigen: Es besteht dringender Handlungsbedarf! Jede zweite Frau fühlt sich vom Thema Finanzen verunsichert. Als Vorstandsmitglied unserer Stadtparkasse ist es mir deshalb besonders wichtig, das Thema Female Finance voranzutreiben. Erfreulicherweise gewinnt es nicht nur bei uns, sondern in der Gesellschaft insgesamt an Bedeutung. Dies verdeutlicht das wachsende Bewusstsein für die Notwendigkeit finanzieller Bildung und Unabhängigkeit von Frauen.

Die Förderung und Weiterbildung Ihrer Mitarbeiterinnen sollte auch für Sie als Unternehmer:innen von großer Bedeutung sein. Warum? Weil es nicht nur zur Gleichstellung beiträgt, sondern auch die Produktivität und Zufriedenheit im Unternehmen steigert. Untersuchungen belegen, dass Teams mit hoher Geschlechtervielfalt bessere Ergebnisse erzielen und innovativer sind. Und wer Antworten auf den Fachkräftemangel sucht, sollte nicht die Hälfte der Bevölkerung außer Acht lassen.

Wir als Stadtparkasse unterstützen Sie gern mit vielfältigen Angeboten wie zum Beispiel den WOMANage-Veranstaltungen (Seite 8) oder einer digitalen Broadcast-Reihe mit der Female-Finance-Expertin Anissa Brinkhoff (Seite 4). Denn wir sind überzeugt, dass die Förderung von Female Finance zu einer stärkeren, gerechteren und inklusiveren Wirtschaft führt. Deshalb setzen wir uns dafür ein, Frauen auf allen Ebenen zu stärken und zu befähigen.

Ich wünsche Ihnen beim Lesen dieser Ausgabe viele neue Impulse und hoffe, dass Sie die Berichte inspirieren und motivieren, sich aktiv mit dem Thema Female Finance auseinanderzusetzen – für Sie selbst, für Ihr Unternehmen und für die Gesellschaft.

Ihre



Henrietta Six

Mitglied des Vorstandes Stadtparkasse Düsseldorf





Märkte im Fokus

- 04 Kommentar: Female Finance ist kein Frauenthema!**
Ein Kommentar von Finanzjournalistin Anissa Brinkhoff.
- 05 Gründungsgeschichte: Espresso und Empowerment**
Laura Müller, Inhaberin der Cafékette Birdie & Co., hat sich ihren Traum erfüllt und musste sich dafür ins Thema Finanzen einarbeiten.
- 08 Female Finance: WOMANage dein Leben**
Vanessa Verhoeven und Sandra Glasebach haben einen Raum für Frauen und Finanzthemen geschaffen.
- 10 Female Finance: Warum Frauen genauer hinschauen sollten**
Zahlen, Daten, Fakten.

Impulse

- 11 Banking-Tipps: Online-Banking für Unternehmen**
Online-Banking Business in der Cloud – so intuitiv und einfach, wie man es aus dem privaten Bereich kennt, jetzt auch für Unternehmen.
- 12 Finanzbildung für Azubis: Doofe Fragen gibt's nicht!**
Ein neuer Azubi-Workshop im smoneyhub bringt dem Nachwuchs Finanzthemen näher.
- 13 transform3SIXTY°: 360° Zukunft**
Lernen Sie unsere neue Veranstaltungsreihe zur Transformation kennen.
- 14 „Sicherheit ist kein Zustand, sondern ein Prozess“**
Wie sich Unternehmen vor Cyberkriminalität schützen können.
- 15 Kundenbeirat**
Wir stellen die vier neuen Mitglieder vor.

- 15 #DigiDUS: Personalisierte Avatare**
Wie verändern sie Recruiting und moderne Zusammenarbeit? Digital-Unternehmer Vladimir Puhac weiß die Antwort.
- 16 Ein Traum von Luxus**
Marc Gebauer ist einer der bekanntesten Influencer der Uhrenszenen.

Kapitalmarkt

- 18 Von gesundem Egoismus und finanzieller Freiheit**
Dr. Gabriele Widmann von der Deka-Bank darüber, warum eine aktive Auseinandersetzung mit Finanzthemen für Frauen so wichtig ist.
- 20 Es gilt, Private Banking umzudenken**
Giuseppe Mini, Direktor Private Banking, und sein Stellvertreter Sascha Hörl über die Fortschritte der „Kundenreise“.
- 23 Meinung: Chancen dank langfristiger Anlagestrategie**
Ein Kommentar von Giuseppe Mini, Direktor Private Banking.

Kommentar

Female Finance ist kein Frauenthema!

Ein Kommentar von Finanzjournalistin Anissa Brinkhoff

Es ist etwas absurd, dass ich einen Kommentar schreibe über die Frage, ob Female Finance ein Frauenthema ist. Schließlich geht es bei der „Zielgruppe Frau“ um nicht weniger als 50 Prozent der Gesellschaft – sollte es da nicht selbstverständlich sein, dass auch diese Hälfte finanziell emanzipiert, unabhängig und im Alter abgesichert ist? Doch die Realität sieht leider anders aus: Viele Frauen in Deutschland haben keine Altersvorsorge oder nicht einmal ein eigenes Sparkonto, und wir liegen mit einer Gender-Pay-Gap von 18 Prozent auf dem viertletzten Platz in der EU. Es muss sich also dringend etwas ändern. Zum Beispiel an der Kommunikation von Finanzwissen: Wer schreibt denn Finanzbücher oder Artikel in Finanzzeitschriften? Die männliche Perspektive dominiert, doch so erreicht man(n) Frauen nicht. Frauen verwenden eine andere Sprache, um über Geld zu sprechen – weniger technisch, wertebasierter, dialogorientierter, emotionaler. Dazu gehört auch, finanzielle Bildung in den Schulen zu verankern, damit sie nicht nur von Vätern an Söhne weitergegeben wird, wie es laut Studien immer noch passiert. Wer in der Schule schon die richtigen Vokabeln lernt, hat später weniger Berührungsängste. Und natürlich müssen wir Tabus brechen: Über Geld spricht man nicht? Doch, und zwar wir alle! Das schließt ein, dass von Armut betroffene Menschen genauso über Geld mitdiskutieren sollten wie reiche Menschen. Letztendlich liegt keine geringere Aufgabe vor uns, als die ganze Gesellschaft zu ändern. Geld ist Macht und wenn Männer mehr Geld fordern, ist das normal. Genauso selbstverständlich sollte das also auch für Frauen sein. Frauen, die hart verhandeln, sind unweiblich? Dieses alte Rollenbild gehört ins vergangene Jahrhundert. Gleichberechtigung sollte uns alle interessieren, denn sie ist nicht nur eine Frage der Fairness, sondern auch ein entscheidender Faktor für wirtschaftliche Entwicklung und Wohlstand. Also, packen wir's zusammen an: Finanzielle Unabhängigkeit für Frauen geht uns alle an!

Anissa Brinkhoff
ist Finanzjournalistin und
Expertin für Female Finance.
In ihrem Podcast *Finance
& Feelings* spricht sie über
Gefühle zu Geld, familiäre
Prägungen, Abhängigkeiten,
Ungerechtigkeiten und
Zusammenhänge.



Illustration: Uwe Watschounek; Fotos: Michael Lübke





LI • CAFE

DIE & CO.

ALL FOOD & DRINKS

Espresso und Empowerment

Den Traum vom eigenen Café haben viele. Laura Müller und ihr Partner Issa Rahbari haben ihn sich erfüllt. Für Laura Müller hieß das vor allem, sich ins Thema Finanzen einzuarbeiten.

London, New York, Amsterdam. Wer wie Laura Müller und Issa Rahbari für gesunde Ernährung und gutes Essen schwärmt, findet hier garantiert einen Geheimtipp und vor allem jede Menge Inspiration. Auf ihren Reisen saugten die beiden alles auf – um 2016 selbst zu gründen. „Es gibt so viele coole Orte mit besonderem Essen und toller Atmosphäre, das wollten wir auch für Düsseldorf“, erinnert sich Laura Müller. Sie und ihr Partner wollten einen Ort schaffen, an dem alle willkommen sind. Ein Wohnzimmer für Nachbarinnen und Nachbarn, ebenso Freunde und Freundinnen, nur eben mit Essen aus guten und natürlichen Zutaten. Als sie ein passendes Ladenlokal in Pempelfort entdeckten, kam eins zum anderen. Heute können die Fans von „Birdie & Co.“ das Konzept an fünf Standorten in Düsseldorf erleben.

Gleichberechtigung erfordert Wissen

Dabei war die Finanzierung anfangs alles andere als einfach. „Wir haben für Birdie & Co. eine GmbH gegründet. Leider waren viele Fremdkapitalgeber:innen nicht bereit, das zu begleiten, zumal unsere Branche wegen der großen Herausforderungen sowieso etwas kritischer betrachtet wird“, erzählt Laura Müller. Mit Eigenkapital aus dem familiären Umkreis konnte sich das Paar seinen Traum schließlich doch erfüllen.

Das Thema Finanzen war für Laura Müller, eigentlich angehende Sozial- und Sonderpädagogin, damit aber längst nicht abgeschlossen. Während ihr Partner beruflich aus dem betriebswirtschaftlichen Bereich kommt und viel Vorwissen mitbrachte, musste sie sich in viele Themen erst einarbeiten, um sich wirklich sicher zu fühlen.

Die Rollenverteilung, sagt sie fast schon entschuldigend, sei bei Birdie & Co. eher klassisch. Sie betreut vor allem das Personal, er kümmert sich um die Finanzen.

„Die zwei Pole machen uns erfolgreich“, ist Laura Müller überzeugt. „Trotzdem habe ich den Anspruch, mir immer mehr Wissen anzueignen und in dem Thema up to date zu sein. Aus diesem Grund tauschen wir uns zu unseren Verantwortungsbereichen regelmäßig aus.“

Das ist ihr in den vergangenen Jahren bestens gelungen. Mittlerweile hat sich Laura Müllers Rolle weiterentwickelt: von der Selbstständigen, die mit anpackt und Brötchen schmiert, zur Unternehmerin mit 70 Angestellten. „Ich denke heute viel unternehmerischer und bin auch mutiger geworden. Aber das ist ein Prozess, der noch nicht abgeschlossen ist – und es vermutlich nie sein wird“, sagt sie.

Female Empowerment heißt auch: gleicher Lohn

Austausch und Unterstützung, aber auch zusätzliches Wissen, findet Laura Müller bei den Frauennetzwerken, in denen sie Mitglied ist. Diese veranstalten regelmäßig Themenabende, auch zu Themen rund um Female Finance. „Female Empowerment ist mir eine Herzensangelegenheit“, betont sie. Das setzen Laura Müller und ihr Partner übrigens auch als Arbeitgeber um: Bei Birdie & Co. gibt es keine Gender-Pay-Gap, Männer und Frauen verdienen gleich viel. Insgesamt wird kein Unterschied zwischen den Geschlechtern gemacht, es stehen Skills, Spirit und Leidenschaft im Vordergrund.

Treffen mit anderen Gründerinnen und Gründern sind heute für beide Partner wichtig. Hier tauschen sie sich untereinander



Laura Müller wollte einen Ort zum Wohlfühlen schaffen. Dazu gehören frische Speisen und Getränke.

aus und finden Inspiration für die Weiterentwicklung ihres Unternehmens. „Die passenden Netzwerke zu suchen, würde ich heute allen raten, die gründen möchten“, so Laura Müller. „Wir selbst waren anfangs viel zu eingespannt, um uns damit zu beschäftigen. Wir haben Birdie & Co. mit einem Kopfsprung gestartet, voll rein, und waren 24/7 eingebunden, sei es im Café oder mit Papierkram.“ So haben sich beide auch

nicht mit Fördermöglichkeiten oder Start-up-Wettbewerben auseinandergesetzt.

Laura Müller würde heute einiges anders machen: „Vieles, was wir heute wissen, hätte uns den Start sicher erleichtert. Es gibt zum Beispiel einige digitale Erleichterungen in Buchhaltungsprozessen, die den Alltag deutlich vereinfachen. Wir haben uns alles nach und nach hart erarbeitet, durch eine große Portion Resilienz und Disziplin sowie die Zusammenarbeit mit vertrauensvollen Partnern. Heute und auch in Bezug auf zukünftige Schritte ist die Stadtparkasse Düsseldorf ein wichtiger Baustein für unseren Erfolg.“

Vier Must-haves von Gründerin Laura Müller

Was eine Frau braucht, um erfolgreich zu gründen? „Das Gleiche, was Männer brauchen“, lacht sie. Hier sind Laura Müllers Tipps:

1. Mut

Und zwar eine große Portion. Gründen ist wie eine Achterbahnfahrt mit vielen Hochs und Tiefs.

2. Leidenschaft

Wir brennen zu 150 Prozent für Birdie & Co., das motiviert uns. Wir lieben das, was wir tun, und stehen voll dahinter. Das merkt man uns auch an.

3. Durchhaltevermögen


Gründen ist kein Sprint, sondern ein Marathon. Das funktioniert nur mit Disziplin und dem Willen, sich auch in schwierige Themen reinzufuchsen.

4. Zeit

Nehmt euch Zeit für durchdachte Entscheidungen. Keine Schnellschüsse!

Weitere Infos erhalten Sie unter:

www.birdieco.de



Unterstützung und Wissen für Unternehmerinnen in Düsseldorf

- **StartupDorf:**
unabhängiger Start-up-Hub und Community von Gründer:innen für Gründer:innen
- **Business and Professional Women:**
eines der größten Netzwerke für Unternehmerinnen und berufstätige Frauen weltweit
- **Frauenetzwerk Foodservice:**
das bundesweit größte Netzwerk für Frauen aus der Foodservicebranche, Gastronomie- und Hotellerie
- **IVY Female Collective:**
eine Plattform, auf der Frauen sich in lockerer und vertrauter Atmosphäre regelmäßig vernetzen, austauschen und gegenseitig empowern können

Neben Finanzen auch ein Thema zum Reinfuchsen: den perfekten Kaffee zubereiten.



WOMANage dein Leben

Seit einigen Jahren gibt es zunehmend sichtbare Initiativen, die Frauen dabei unterstützen, ihre finanzielle Unabhängigkeit zu stärken und damit ihre Zukunft selbstbewusst zu gestalten. Bei uns haben Vanessa Verhoeven und Sandra Glasebach mit einem Team interessierter Kolleginnen einen Raum für Frauen geschaffen, sich auszutauschen, ihr Finanzwissen zu erweitern und praktische Tipps für ihre finanzielle Zukunft zu erhalten. Ihr Aufruf an unsere Kundinnen: Werden Sie Teil dieser Community und nehmen Sie Ihre Finanzen selbst in die Hand!

Wie reagieren Ihre Kundinnen, wenn Sie sie auf das Thema Female Finance ansprechen? Sind sie überrascht?

Vanessa Verhoeven: Die Kundinnen stehen dem Thema sehr positiv gegenüber. Viele wissen, dass sie sich mit ihren Finanzen und vor allem ihrer Altersvorsorge beschäftigen und mehr dafür tun müssen. Die Neugierde ist da, doch es fehlt häufig an dem Wissen, wie man das Thema nun richtig angeht.

Sandra Glasebach: Es gibt jedoch auch Kundinnen, bei denen das Bewusstsein noch nicht so stark ausgeprägt ist. Hinzu kommt: Viele haben einfach keine Energie und Zeit, sich mit dem Thema Finanzen selbst zu beschäftigen. Sie sehen den Wald vor lauter Bäumen nicht und wissen nicht genau, wo sie anfangen sollen.

Seit November letzten Jahres bieten Sie zum Thema Female Finance Veranstaltungen für Ihre Kundinnen an. Was macht diese Veranstaltungen aus?

Vanessa Verhoeven: Es handelt sich dabei nicht um Verkaufs- oder Produktveranstaltungen, sondern es geht um die Vermittlung von Finanzwissen. Das Ziel ist, Frauen finanziell unabhängiger zu machen. Neben Vorträgen und Impulsen von Expertinnen bieten wir nützliche Informationen sowie konkrete Tipps und Tricks in Form von Checklisten für die Kundinnen.

Sandra Glasebach: Es gibt außerdem die Möglichkeit, das eigene Netzwerk auszubauen und sich in einer entspannten und inspirierenden Atmosphäre bei ein paar Getränken und Snacks auszutauschen. Es ist wichtig, einen Raum zu schaffen, in dem

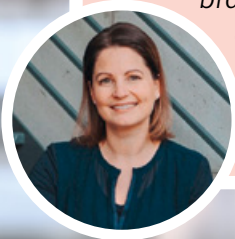


„Fast vier von fünf Frauen haben das Gefühl, nicht genug über ihre Finanzen zu wissen. Die Veranstaltungsreihe der Sparkasse möchte das ändern und uns Frauen helfen, uns im Labyrinth der Fachbegriffe zurechtzufinden. Das finde ich großartig, und es ist an der Zeit, dass wir Frauen uns auch in diesem Themenfeld besser positionieren.“

Fiona Ziermann, Journalistin, Teilnehmerin

„Das Abend-Event zum Thema Female Finance der Sparkasse Düsseldorf war ein gelungener Auftakt für ein wichtiges Thema. Gerne habe ich aus meiner Sicht als Frau, Kundin und berufstätige Mutter von meinen Erfahrungen rund um das Thema Finanzen berichtet. Es ist wichtig, dass Frauen jederzeit einen Überblick über ihre Finanzen haben und auch offen sind, um neue Wege zu gehen und neue Anlageformen kennenzulernen. Manchmal braucht es vielleicht auch eine Portion Mut, aber vor allem Personen, denen man vertraut, um einen Schubs in die richtige Richtung zu bekommen.“

Vanessa Jung, Speakerin Female Finance



„Wir sprechen ganz gezielt auch unsere Firmenkunden auf das Thema Female Finance an und laden sie zu Workshops für ihre Mitarbeiterinnen ein. Denn es ist für Unternehmen nur sinnvoll, das Thema systematisch anzugehen, deswegen wollen wir sie dabei unterstützen.“

Henrietta Six, Vorständin Firmenkunden



die Teilnehmerinnen offen sprechen können und sich unter Gleichgesinnten befinden, denn wir stellen fest, dass die meisten Frauen vor ähnlichen Herausforderungen stehen.

Wen laden Sie zu den Veranstaltungen ein?

Vanessa Verhoeven: Alle Frauen sind herzlich willkommen, die mehr über die Finanzwelt erfahren möchten und einen Überblick brauchen! Unser Angebot ist bewusst sehr offen und richtet sich nicht nur an Kundinnen, sondern auch deren Freundinnen und potenzielle Neukundinnen.

Wie haben Ihre Kundinnen auf die ersten Veranstaltungen reagiert?

Sandra Glasebach: Das Feedback zu unseren ersten Veranstaltungen war sehr positiv. Die Kundinnen wünschen sich noch mehr Veranstaltungen zu weiteren Themen, beispielsweise das richtige Investment, Vorsorgen für die Familie, Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Sie waren wissbegierig und haben viele Fragen gestellt. Viele fühlten sich motiviert und angespornt, sich mit ihrer heutigen und auch ihrer zukünftigen finanziellen Situation zu beschäftigen. Was mich besonders freut: Gemeinsam haben wir eine besondere Atmosphäre geschaffen, in der sich die Frauen abgeholt und verstanden fühlten.

Ihr bereichsübergreifendes Projektteam hat rund um das Thema weitere Angebote entwickelt. Was genau haben Sie geplant?

Sandra Glasebach: Wir sind mit einer eigenen Landingpage auf unserer Sparkassen-Website als zentralem Anlaufpunkt für weitere Informationen und Veranstaltungen live gegangen. Über die Seite können Interessierte unser Veranstaltungsangebot finden und sich für die kommenden Veranstaltungen anmelden. Geplant sind außerdem eigene Workshops für die Mitarbeiterinnen unserer Firmenkunden, entweder bei uns oder direkt in den Unternehmen.

Vanessa Verhoeven: Eine digitale Broadcastreihe mit der Female-Finance-Expertin Anissa Brinkhoff ist ebenfalls in Produktion. Sie umfasst eine zehnteilige digitale Finanzreihe zu unterschiedlichen Themen wie Altersvorsorge und Vermögensbildung, inklusive Checklisten für den täglichen Gebrauch. Wir sind am 25. April gestartet, mit einem Vortrag darüber, warum Frauen ihre Finanzen selbst in die Hand nehmen sollten. Interessierte können sich sehr gerne über die Homepage anmelden.

Sie wollen sich nicht mehr nur kümmern, sondern Ihre Finanzen einfach besser managen? Das können wir unterstützen! Alle unsere Angebote rund um das Thema Female Finance finden Sie unter dem Titel „WOMANage dein Leben“.

Besuchen Sie unsere Website:

www.sskduesseldorf.de/female-finance



Female Finance

Warum Frauen in Geldangelegenheiten genauer hinschauen sollten

Frauen verdienen, sparen, investieren und leben anders als Männer. Um ihre Bedürfnisse besser zu verstehen und entsprechende Beratungsansätze zu entwickeln, hat der Sparkassen Innovation Hub in Zusammenarbeit mehrerer Sparkassen genauer hingeschaut. Warum hier so viel Informations- und Beratungsbedarf besteht? Die Zahlen und Fakten sprechen für sich.

1) Quelle: DIA Umfrage 2022 https://www.dia-vorsorge.de/wp-content/uploads/2022/06/2022_06_13_Gender_Pension_Gap.pdf
2) Quelle: statista <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1453064/umfrage/gender-pension-gap-in-deutschland/>
3) Quelle: Bankenverband: <https://bankenverband.de/umfrage/umfrage-frauen-und-geld/>
4) https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/03/PD24_083_621.html

Gender-Employment-Gap:

9%

Die Erwerbstätigkeit von Frauen liegt mit 73 Prozent im Jahr 2022 und steigender Tendenz unter jener von Männern.⁴

Gender-Pension-Gap:

27,6%

Die Unterschiede im Einkommen wirken sich besonders im Rentenalter aus: Frauen verfügten im Jahr 2022 durchschnittlich über eine um 27,6 Prozent geringere Rente. Da Frauen darüber hinaus in der Regel weniger freies Einkommen haben, um vorzusorgen, können sie weniger für das Alter zurückbeziehungsweise anlegen.²

Equal Pay Day:

7. März

Rechnerisch arbeiten Frauen bis zu diesem Datum unentgeltlich im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen.

Info-Lücke:

37%

Viele Frauen geben die Verantwortung für ihre Finanzen komplett ab. Nur 25 Prozent interessieren sich sehr dafür, 37 Prozent hingegen kaum bis gar nicht.³

Sicherheitslücke:

61%

Laut DIA Deutschland-Trend 2022 fühlen sich 61 Prozent der Frauen beim Blick auf ihre zu erwartenden Alterseinkünfte finanziell schlecht abgesichert.¹

Gender-Hours-Gap:

18%

Im Durchschnitt gehen Frauen in einem geringeren Umfang einer bezahlten Arbeit nach als Männer. Insbesondere ab dem 30. Lebensjahr öffnet sich hier eine Schere, die bis zu 36 Stunden Unterschied im Monat ausmacht.²

Gender-Pay-Gap:

18%

Unterschied zwischen durchschnittlichen Bruttostundenverdiensten von Frauen und Männern. In absoluten Zahlen: Männer erhalten im Durchschnitt pro Stunde 4,46 Euro mehr als Frauen. Bereinigt um Einflussfaktoren wie Beschäftigungsumfang, Berufserfahrung und Bildungsstand lag der durchschnittliche Bruttostundenlohn von Männern 2022 um sieben Prozent über dem von Frauen.²

Gender-Care-Gap:

43%

Mit knapp 30 Stunden pro Woche leisten Frauen deutlich mehr unbezahlte Sorgearbeit als Männer. Dazu gehören beispielsweise Kochen, Putzen, Waschen, Gärtnern, handwerkliche Tätigkeiten, Einkaufen, Haushaltsorganisation, die Betreuung und Pflege von Angehörigen und soziales Engagement.²

Banking-Tipps

Online-Banking für Unternehmen

Online-Banking Business in der Cloud – so intuitiv und einfach, wie man es aus dem privaten Bereich kennt, jetzt auch für Unternehmen! Wir haben bei unseren Firmenkundinnen und -kunden nachgefragt, was sie dafür benötigen, und unser Online-Banking Business entsprechend auf einer multifunktionalen Plattform aufgebaut. Kennen Sie bereits alle Funktionen? Wir stellen Ihnen einige vor.

Hohe Flexibilität bei absoluter Sicherheit – das sind die Leitplanken, innerhalb derer wir uns bei der Weiterentwicklung unseres S-Firmenkundenportals bewegt haben. Das sehr sichere und bewährte EBICS-Verfahren (Electronic Banking Internet Communication Standard) und viele Funktionen, die Sie aus der Internet-Filiale und von unserem SFirm kennen, bieten wir nun kombiniert als Cloudlösung an. Mögliche Komplikationen, die früher in Firmennetzwerken entstehen konnten, wenn Updates oder Patches aufgespielt werden mussten, fallen dadurch weg.

Doch das ist nur ein Vorteil von vielen, die wir durch die Weiterentwicklung unseres multifunktionalen Firmenkundenportals realisiert haben. Unternehmerinnen und Unternehmer oder deren Beauftragte können von überall aus Aufträge anstoßen oder freigeben – einfach per App-Zugriff auf unsere Online-Lösung. Basis dafür ist eine Benutzerverwaltung, die bis auf Kontenebene reicht. Wer im Unternehmen auf welche Funktionen und mit welchen Limits zugreifen kann, legen Unternehmerinnen und Unternehmer ganz einfach selbst fest. Vor allem die Trennung von privaten und geschäftlichen Konten und Unterlagen war ein häufig geäußertes Wunsch, den wir dadurch realisieren können. Das gilt auch für das neue Elektronische Postfach.

Um es unseren Kundinnen und Kunden möglichst einfach zu machen, musste unser Team einigen Aufwand betreiben und technische sowie rechtliche Hürden bewältigen. Thorsten Quast, Digitalisierungsmanager in unserem Vertriebsmanagement Firmenkunden, sagt über den vermeintlichen Sprint, der dadurch zum Marathon wurde: „Wir haben dafür die Kompetenzen aus den beteiligten Abteilungen und Unternehmen der Sparkassenfinanzgruppe in einem interdisziplinären Team zusammengeführt, das auch jetzt dafür sorgt, dass das Firmenkundenportal immer up to date ist.“ Die Reise geht also weiter – sind Sie dabei?

Sie haben Fragen zum Online-Banking Business? Kontaktieren Sie Ihre:n Firmenkundenbetreuer:in. Oder erfahren Sie hier mehr:

www.sskduesseldorf.de/business

Banking in der Cloud – das geht:



- Zugriff auf Konten jederzeit und von überall aus
- Einbindung von Konten bei anderen Banken und Sparkassen
- Ein zentrales Elektronisches Postfach für das Unternehmen zur digitalen Kommunikation mit der Sparkasse (z. B. Kontoauszüge, Vertragsunterlagen)
- Individuelle und unabhängige Verwaltung von Zugriffsrechten und Kompetenzen für Mitarbeitende innerhalb des Unternehmens (z. B. Verfügungsberechtigungen, Zugriff auf das Elektronische Postfach, Nutzung von Servicefunktionen)
- Individuelle Limitverwaltung auf Unternehmens- und Mitarbeiterebene
- Automatische Informationen bei definierten Ereignissen (z. B. Umsatzwecker)
- Sicherung von Vorgängen per PIN/TAN-Verfahren (inklusive Benachrichtigungsfunktion)
- Freigabe von (Zahlungs-)Aufträgen per elektronischer Einzelunterschrift oder im Vieraugenprinzip durch Verteilte Elektronische Unterschrift (VEU)
- Sammelaufträge per Knopfdruck
- Einfache Verwaltung von (Firmen-)Lastschriftmandaten
- Erfassung von Rücklastschriften
- Angabe von Verwendungszwecken mit Variablen bei wiederkehrenden Zahlungen
- Abruf und Weiterverarbeitung von Daten im Buchhaltungs- oder ERP-System

Finanzbildung für Azubis

Doofe Fragen gibt's nicht!

Die besten Ideen entstehen manchmal bei einem Kaffee im lockeren Gespräch zwischen Kund:innen und Betreuer:innen – so wurde jedenfalls ein neuer Azubi-Workshop im smoney-hub aus der Taufe gehoben. Pate für das Konzept standen Patrick Peters und Ingo Hoffmann, Geschäftsführer unseres Kundenunternehmens KKL, und Frank Bockermann, Leiter unserer Abteilung Unternehmenskunden.

Welche Träume möchtest du verwirklichen?“ und „Wie wirken sich kleine Ersparnisse und Ausgaben von heute auf deine Absicherung für morgen aus?“ Es sind Fragen wie diese, die unsere smoney-Buddys den Azubis der KKL GmbH stellten. Anlass war ein Workshop, den sie für die fast 50 Auszubildenden der Firma konzipiert hatten, um ihnen das Thema „Finanzmanagement“ näherzubringen. Denn in kaum einer Schule und auch nicht in jeder Familie wird der schlaue Umgang mit Geld vermittelt. Als „Your Buddy in Finance“ schließt smoney diese Lücke.

Von A wie Abo kündigen ...

„Wenn man sein erstes Geld verdient, eventuell die erste eigene Wohnung bezieht und auf einmal alles selbst bezahlen muss, kann es schwierig werden, mit dem Ausbildungsgehalt auszukommen und sogar etwas zurückzulegen“, sagt Henrik Boßmann, Leiter des smoney-hubs. So kam im Workshop auf den Tisch, was viele Berufsanfängerinnen und Berufsanfänger aus reiner Überforderung gerne mal verdrängen. Das Besondere daran, so berichtet Fabian Ohl, der als Firmenkundenbetreuer der KKL GmbH involviert war, sei die Beratung auf

Augenhöhe: „Für unsere smoney-Buddys gibt's keine doofen Fragen. Schließlich befinden sie sich in genau der gleichen Lebenssituation wie die Workshop-Teilnehmenden. Sie wissen, was sie umtreibt, was ihnen Spaß macht und welche Fallstricke es gibt. Weil das eher trockene Thema mit Spaß einfacher zugänglich wird, verpackten die Buddys ihre Infos in Schätzfragen, Quizze und alltagstaugliche Szenarios – zum Beispiel, wie man unnötige Abos wieder loswird. „Die lebhafteste Beteiligung in den Workshops und das positive Feedback zeigen uns, dass wir ein extrem wichtiges Thema besetzt haben!“, so die Beobachtung von Fabian Ohl.

... bis Z wie zurücklegen

„Überleg mal, was dank Zins und Zinseszins aus den 3,50 Euro wird, die du täglich für Kaffee und belegte Brötchen beim Bäcker aus gibst!“ Spätestens bei dieser Vorstellung wurde den Azubis deutlich, wo Spielräume

„Wir glauben fest daran, dass die Entwicklung unserer Mitarbeiter ein zentraler Aspekt unserer Unternehmensphilosophie ist, und gehen deshalb Partnerschaften ein, die echten Mehrwert schaffen.“

**Ingo Hoffmann und Patrick Peters,
Geschäftsführer der KKL GmbH**



liegen – sei es, um das eigene Auto zu finanzieren, einen Traumurlaub zu planen oder um für die Zukunft vorzusorgen. Das motivierte die Azubis von KKL, ihre Finanzen einmal genauer zu untersuchen und zu managen. „Es

war eine rundum gelungene Veranstaltung. Das Feedback der Azubis und des restlichen KKL-Anhangs fällt absolut positiv aus. Ihr habt unsere Erwartungen mehr als übertroffen. Also, großes Kompliment an das gesamte smoney-Team“, so Ausbildungsleiter Daniel Bozek, der am Workshop teilnahm. Und auch Ingo Hoffmann und Patrick Peters sind überzeugt vom smoney-Ansatz: „Nach dem erfolgreichen Abschluss dieses Pilotprojekts möchten wir andere Unternehmen ermutigen, sich ebenfalls an die Stadtparkasse Düsseldorf zu wenden. Die dort gesammelten Erfahrungen und das Wissen können auch in Ihrem Unternehmen einen bedeutenden Unterschied machen.“ Deswegen plant das Team im smoney-hub, das Angebot zu verstetigen und für weitere Unternehmen zu öffnen.



Finanzwissen, ganz entspannt: smoney-Buddy Jan Strauch und smoney-Leiter Henrik Boßmann liegt viel an Gesprächen auf Augenhöhe.



Spielerisch und im offenen Gespräch mit den Azubis wird Wichtiges schnell greifbar.

Weitere Informationen zum Thema:
www.smoney.digital

Veranstaltungsreihe transform3SIXTY°

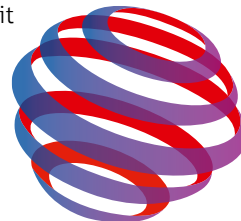
360° Zukunft

Ab Juli stellen wir bei unseren Kund:innenveranstaltungen das Thema „Transformation“ in den Mittelpunkt. Denn in einem sich rasant verändernden Umfeld ist die Anpassung an den Wandel für Unternehmen DIE Zukunftsaufgabe.

Erwarten Sie das Unerwartete. Und wann immer möglich, SEIEN Sie das Unerwartete“, dieses Credo brachte Jack Dorsey seine ersten Milliarden ein. Der Twitter-Gründer könnte sich heute zurücklehnen – für Unternehmer:innen und die Welt um sie herum gilt das in der Regel nicht. Deswegen heißt es, in Bewegung zu bleiben – und mit der Dynamik der permanenten Transformation mindestens Schritt zu halten, um sich rundum gut für die Zukunft aufzustellen.

Wir laden Sie herzlich ein, mit uns die zahlreichen Aspekte dieser Veränderungen aus einer 360°-Perspektive zu entdecken: transform3SIXTY° ist unsere neue Veranstaltungsreihe zur Transformation. Auf der Agenda stehen Themen wie „Antifragilität“, „Cybercrime“, „Volkswirtschaftliche Entwicklungen“ und vieles mehr. Mit den regelmäßigen Veranstaltungen laden wir Sie dazu ein, sich zu vernetzen, voneinander zu lernen und so die stetige Anpassung an ein dynamisches Umfeld in Ihrem Unternehmen voranzutreiben. Ihre Begleiter:innen im Prozess der Transformation sind ausgewählte Expertinnen und Experten, Unternehmerinnen und Unternehmer aus der Region sowie unsere Netzwerkpartnerinnen und -partner.

transform3SIXTY° ist auch ein Ergebnis unserer ganz eigenen Transformationsaufgabe, unsere Angebote noch besser auf Ihre Bedürfnisse auszurichten. Entsprechend haben wir unsere beliebte Netzwerkveranstaltung, den Mittelstandstaq, weiterentwickelt, damit sich unser Angebot für Sie möglichst gut in Ihren Terminkalender einfügt. Die



**trans
form**
3SIXTY°
360 GRAD ZUKUNFT.

Reihe ist modular aufgebaut – so können Sie sehr zielgerichtet die Aspekte auswählen, die Sie in der Transformation Ihres Unternehmens besonders interessieren.

Weitere Informationen zu transform3SIXTY° finden Sie hier:
www.sskduesseldorf.de/transformation

„Sicherheit ist kein Zustand, sondern ein Prozess“

Auch für kleine und mittelständische Unternehmen steigt das Risiko, Opfer einer Cyberattacke zu werden. Ein Angriff kostet sie im Ernstfall viel Geld und vor allem das Vertrauen ihrer Kunden. Wie sich Unternehmen schützen können, wissen zwei Experten, die bei unserer Veranstaltungsreihe Sixty Minutes zu Gast waren: Wolfgang Straßer, Geschäftsführer des IT-Sicherheitsunternehmens @-yet, und der Leitende Oberstaatsanwalt der Zentral- und Ansprechstelle Cybercrime NRW Markus Hartmann.

Cybersecurity wird für Unternehmen immer wichtiger. Welche Entwicklungen beobachten Sie?

Markus Hartmann: Die Statistik ist sehr punktuell und als Strafverfolger sehe ich immer nur Bruchstücke. Was aber auffällt: Die Angriffe werden immer professioneller.

Wer ist besonders gefährdet?

Wolfgang Straßer: Alle, weil alle im Internet sind. Da sitzt kein Hacker im Keller und sucht sich eine Firma aus, das läuft hochautomatisiert – mit verheerenden Folgen für Unternehmen. Natürlich gibt es auch gezieltere Attacks. Aber auch hier werden automatisiert die sozialen Medien nach Mailadressen und persönlichen Informationen gescannt. Die Frage ist nicht: Wen trifft es? Sondern: Wann trifft es mich?

Wie können sich Unternehmen vorbereiten?

Markus Hartmann: Indem sie davon ausgehen, dass sie irgendwann erfolgreich angegriffen werden, und ihre IT entsprechend ausrichten. Ein „Heute bin ich sicher“ gibt's nicht, das ist ein ständiges Anpassen des Schutzes. Sicherheit ist kein Zustand, sondern ein Prozess – und Firewall, Virens Scanner und Awareness-Schulungen reichen nicht!

Wolfgang Straßer: Vor allem reicht Awareness nicht, wenn das Management nicht mitzieht. Die Geschäftsführung muss sich darüber im Klaren sein, dass sie zu 100 Prozent von der IT abhängig ist. Und es muss entsprechend in die Security der eigenen Netze, Systeme

Gastgeberin Henrietta Six mit Frank Dölle, Leiter Geschäftsbereich Mittelstand, Wolfgang Straßer und Markus Hartmann



und Anwendungen, aber auch in cloudbasierte Lösungen investiert werden.

Wie gut ist der Mittelstand denn aktuell vorbereitet?

Wolfgang Straßer: Leider schlecht. Viele überschätzen ihre IT. Wichtig ist deshalb, gemeinsam mit Profis eine Bestandsaufnahme zu machen und Ziele für die eigene Sicherheit zu definieren.

Markus Hartmann: Der Mittelstand ist oft von der Komplexität überfordert. Mein Rat ist daher: Nehmen Sie Angebote an, wie beispielsweise von Initiativen wie „DIGITAL.SICHER.NRW“, vom BSI, den Industrie- und Handelskammern oder von Dienstleistern.

Wie sollten Unternehmen im Falle eines Angriffs reagieren?

Wolfgang Straßer: Stecker ziehen, das Back-up vom Netz nehmen und die Polizei sowie Spezialisten einschalten. Bloß nichts anfassen, runterfahren, löschen oder neu aufsetzen, damit vernichten Sie Spuren. Eine Liste von zertifizierten Unternehmen, die im Ernstfall helfen, gibt's beim BSI. Diese Dienstleister bauen dann auch so schnell wie möglich einen Notbetrieb auf.

Markus Hartmann: Auf jeden Fall Strafanzeige erstatten! Die Polizei kann Informationen weitergeben, die bei der Systembereinigung helfen, und manchmal kennt sie sogar die Entschlüsselung. Auch wenn die Täter nicht ermittelt werden, hilft eine Anzeige, um Muster zu erkennen und das Gesamtphänomen besser zu erfassen.



Kundenbeirat

Vier neue Mitglieder

Unser Kundenbeirat begrüßt turnusgemäß seine neuen Mitglieder Dominik Baum, Geschäftsführer von C. Thywissen GmbH, Matthias Schultz, Geschäftsführer von Trei Real Estate GmbH, Manuel Scheffler, Vorstand bei DELTA.FINANZ AG, und Andreas Bahners, Geschäftsführer von Bahners & Schmitz GmbH.



Podcast

#DigiDUS: Personalisierte Avatare

In der aktuellen Folge spricht Jeannine Malcherek-Wirtz mit Digital-Unternehmer Vladimir Puhac über personalisierte Avatare: Wie verändern sie Recruiting und moderne Zusammenarbeit? Warum wird durch den immersiven Ansatz Lernen so viel nachhaltiger und manchmal auch unterhaltsamer? Diese und alle anderen Folgen von #DigiDUS können Sie jederzeit auf dem Podcatcher Ihrer Wahl nachhören.

Freuen Sie sich außerdem auf neue Folgen, unter anderem aus der Zukunftsstadt Monheim und zu dem Thema, was wir aus dem Gaming für KMUs lernen können.



Hören Sie rein unter:
www.sskduesseldorf.de/podcast

Fotos: Heike Katthagen

Marc Gebauer

Ein Traum von Luxus

Edel gestreift, dezent kariert oder auch mal Camouflagemuster: Stilvolle Anzüge sind eines der Markenzeichen von Marc Gebauer. Ein weiteres: hochwertige Uhren. Gebauer präsentiert sie auf YouTube, Instagram und anderen Social-Media-Kanälen. Dort folgen dem 35-Jährigen inzwischen mehrere Hunderttausend Menschen, er ist einer der bekanntesten Influencer der Uhrenszenen.

Seine Leidenschaft für Luxus pflegt Marc Gebauer schon lange. Bereits an der Universität in Köln, wo er Medienkommunikation und Journalismus studiert, trägt er mit großer Selbstverständlichkeit Anzüge. Es ist vermutlich auch kein Zufall, dass der Student sein Geld bei einem Herrengeschäft verdient. Bleibt etwas übrig oder gibt es einen Bonus, kauft er sich davon Uhren. Schon mit Anfang 20 ist ihm ein einzelnes Exemplar 10.000 Euro wert.

Auch vor der Kamera steht Gebauer damals bereits. Er spielt professionell Counterstrike und moderiert Live-Gaming-Shows. Als er vom Herrengeschäft zu einem Händler von Luxusuhren wechselt, startet er einen YouTube-Kanal für das Unternehmen. Seine Idee: das Fachwissen, das er sich selbst aneignen muss, über Videos mit anderen zu teilen. „Der Erfolg kam erst nach drei oder vier Jahren. Dass das mal sein Hauptberuf wird, war nicht vorstellbar – auch wenn es ihm schon immer Spaß machte, vor der Kamera zu stehen.“ So erzählt es Nica Gebauer, die für ihren Bruder heute alle Marketingaktivitäten steuert. Der Durchbruch kommt 2018, als er anfängt, mit bekannten Influencern und YouTubern Videos aufzunehmen. 2019 startet Marc Gebauer dann seinen eigenen YouTube-Kanal, 2020 macht er sich mit der Marc Gebauer Lifestyle GmbH selbstständig, einem Online-Shop für Luxusuhren, Parfums, Taschen und inzwischen auch Mode, der seinen Namen trägt. Start-up-Unterstützung bekommt Gebauer von der Stadtparkasse Düsseldorf. „Marcs Berater haben sein Konzept verstanden und an den Erfolg geglaubt“, so Nica Gebauer. „Es war gegenseitiges Vertrauen.“



Aus der eigenen
Edition: die Marc Gebauer
Racing 40 Mechanical
von Hoffman

Erfolgsgeheimnisse

Vertrauen: Es ist ein wichtiges Gut im Business von Marc Gebauer. Uhren im Wert von 3.000 bis 300.000 Euro ausschließlich online zu handeln, ist eher ungewöhnlich. Auch dass Menschen Parfum kaufen, dessen Duft sie nicht selbst getestet haben, klingt überraschend. Aber es funktioniert. „Über die sozialen Medien nimmt Marc die Leute mit in seinen Alltag, es gibt keinen Tag Pause. Sie wachen mit ihm auf, er stellt ihnen sein ‚Perfume of the Day‘ vor, seine ‚Watch of the Day‘. Er nimmt sie mit, wenn er sich ins Flugzeug nach Dubai setzt und bekannten YouTubern ihre Uhr ausliefert.“ So beschreibt Nica Gebauer, wie Business und Leben ihres Bruders miteinander verschmelzen, wie Marc Gebauer selbst zum Influencer wird und sein Name zu einer Marke, der die Menschen vertrauen. Besonders erfolgreich seien die Videos, die ihr Bruder selbst aufnimmt. „Wer auf Social Media die Menschen für sich gewinnen möchte, muss keine aufwendigen Videos drehen. Authentizität ist das, was wirklich zieht und steht für das, was Influencer-Marketing ausmacht. Die Menschen nehmen die Inhalte nicht als Werbung wahr, sondern als Empfehlung eines Freundes.“

Statussymbol und Geldanlage

Wichtig ist in diesem Zusammenhang die Zielgruppe. Die Ansprache muss passen. Die Kunden von Marc Gebauer sind derzeit vorwiegend Männer unter 35. Es sind zum einen Social-Media-Stars wie Montana Black und Musiker wie der Rapper Sido, die ihren Kauf mit der Kamera begleiten. Beiden Seiten bringt das viele Klicks auf den unterschiedlichen Kanälen. Auch Schauspieler wie Moritz Bleibtreu oder Elyas M'Barek haben ihre Uhren von Marc Gebauer. Der Großteil der Kunden aber sind junge Menschen, die sich einfach für Uhren begeistern. In den sozialen Medien sehen sie die Uhren jeden Tag bei ihren Idolen. Sie wollen sein wie sie. Die Uhr steht für Erfolg, sie ist ein Statussymbol. Für manche ist die Investition in eine Rolex, Patek Philippe oder Audemars Piguet darüber hinaus eine Geldanlage. Denn auch das zeichnet das Geschäft von Marc Gebauer aus: Er hat spezielle Uhren im Programm, die viel Wertsteigerung versprechen. Dass die meisten Kunden Männer sind, muss und soll laut Nica Gebauer nicht so bleiben. „Die Kunst, die hinter einem solchen Zeitmesser liegt, ist für Frauen mindestens genauso interessant wie für Männer.“ Eine Möglichkeit, neue Zielgruppen zu erreichen, ist das Ladenlokal in Düsseldorf, das Marc Gebauer im vergangenen Jahr eröffnet hat. Wie oft er dort künftig anzutreffen ist, steht aktuell in den Sternen. Oder besser gesagt: Die Antwort findet man in den USA, wo Gebauer seit März sein zweites Zuhause hat. Ein neues Publikum wartet darauf, von ihm erobert zu werden.

Mehr über Marc Gebauer unter:
www.marcgebauer.com

Autorin: Dr. Gabriele Widmann, DekaBank

Von gesundem Egoismus und finanzieller Freiheit

Warum ist eine aktive Auseinandersetzung mit Finanzthemen für Frauen so wichtig? Die Autorin zeigt gesellschaftliche Zusammenhänge auf und gibt Ratschläge für Geldanlagen und Liquiditätssicherung, die auch für Männer interessant sein dürften.

Wir Frauen sind an vielen Themen interessiert. Wir unterhalten uns mit unseren Freundinnen über „Gott und die Welt“, kümmern uns um Familie und Freunde, haben spannende Jobs, sind aktiv im Ehrenamt, beschäftigen uns mit Kunst und Kultur. Nur ein Thema ist zu selten Gegenstand von Frauengesprächen: die Geldanlage. Über die Gründe kann man viel spekulieren. Viel wichtiger ist es aber, diesen Umstand zu ändern. Finanzen und die Kapitalmärkte sind zugegebenermaßen hochkomplex und geben manchmal selbst Fachleuten Rätsel auf. Dennoch sollte die Beschäftigung mit den eigenen Finanzen keinesfalls als „lästige Pflicht“ abgetan werden. Vielmehr spreche ich in dem Zusammenhang gerne vom „gesunden Egoismus“, der uns dazu motivieren kann und soll, dass wir uns um unsere Geldanlagen kümmern. Ist es nicht im ureigensten Interesse einer jeden Frau, dass sie Geld für sich – und nur für sich – beiseitelegt, dass sie sich darum kümmert, wie dieses Geld angelegt ist und was daraus wird, und dass sie damit gedanklich und faktisch ihre Finanzen im Griff hat? Gesunder Egoismus bedeutet in diesem Zusammenhang das sinnvolle Kümmern um „mein Geld, mein Depot, meine Zukunftsvorsorge“.

Das eigentliche Problem bei der Diskussion um Frauen und Finanzen ist nicht allein, dass Frauen sich bislang noch tendenziell

weniger gern mit Finanzthemen beschäftigen als Männer. Das eigentliche Problem ist, dass Frauen gleich aus mehreren Gründen im Durchschnitt weniger Geld zur Verfügung haben: Sie wählen oft Berufe, in denen man unterdurchschnittlich verdient. Sie haben weniger stetige Berufswege, weil sie aus familiären Gründen zeitweise beruflich zurückstecken. Sie arbeiten Teilzeit. Dabei ist es nicht nur so, dass sie deshalb weniger Geld für sich zur Verfügung haben. Nein, sie erwerben damit auch weniger Ansprüche an die gesetzliche Rentenversicherung, und sie haben im Alter weniger Geld aus Betriebsrenten zur Verfügung. Zugleich haben Frauen eine höhere Lebenserwartung als Männer, brauchen also wegen der längeren Zeitdauer auch mehr Geld für den Ruhestand. Es gibt nicht wenige Frauen, die im Erwerbsleben ein ganz gutes Auskommen hatten und später im Ruhestand nur mit Mühe finanziell über die Runden kommen.

Unternehmerinnen und die privaten Finanzen

Eine Erkenntnis aus vielen Gesprächen mit Frauen, die man auf den ersten Blick nicht vermutet hätte: Viele Unternehmerinnen haben zwar ihre Unternehmensfinanzen bestens im Griff und sind sehr erfolgreich mit ihren Geschäftsmodellen, sie kümmern sich aber kaum um ihr privates Geld. Meist liegt es am Zeitmangel, oft auch am überzo-

genen Respekt vor der Komplexität des Themas. Solange die eigene unternehmerische Aktivität erfolgreich ist, ist das nicht weiter schlimm. Schwierig wird es allerdings, wenn das eigene Unternehmen eine Durststrecke durchläuft oder sogar eine Insolvenz droht. Das kann sehr schnell zur existenziellen Bedrohung werden. Arbeitnehmerinnen haben die Pflicht-Arbeitslosenversicherung, für Unternehmerinnen gibt es das nicht. Die finanzielle Absicherung liegt hier also noch viel stärker in der eigenen Verantwortung. Wer sich das bewusst macht, schiebt die Entscheidung, sich um die eigenen privaten Finanzen zu kümmern, nicht mehr auf die lange Bank, sondern kümmert sich so früh wie möglich darum.

So gestalten Sie Ihre finanzielle Zukunft

Doch wie können Sie sich um Ihre Finanzen kümmern, ohne sich zu viel Zeit für die Aneignung von Wissen nehmen zu müssen? Wenn Sie einige Grundregeln beachten, ist es gar nicht so schwierig.

- Reden Sie über das Thema. Mit Freundinnen, mit Verwandten, mit Expert:innen. Lassen Sie sich bei Ihrer Sparkasse gut beraten.
- Trennen Sie sorgfältig zwischen kurz- und mittelfristiger Liquiditätssicherung und langfristiger Geldanlage. Für

kurz- und mittelfristige Geldanlagen empfehlen sich schwankungsarme Anlageprodukte, die wegen des niedrigeren Risikos allerdings auch eine niedrigere Renditeerwartung haben. Bei langfristigen Anlagen können Sie mehr Risiko, das heißt höhere Schwankungen, in Kauf nehmen und damit auch von höheren durchschnittlichen Renditeerwartungen profitieren.

- Achten Sie bei der langfristigen Geldanlage darauf, dass sie zu Ihrer Risikoeinstellung passt, zugleich aber eine möglichst hohe Renditeerwartung hat. Je höher die erwartete Rendite, desto stärker fällt der Zinseszins effekt ins Gewicht und „unterstützt“ Sie beim Vermögensaufbau. Bedenken Sie dabei jedoch, dass mit einer höheren Rendite in der Regel auch ein höheres Risiko verbunden ist, was mögliche Wertverluste bedeuten kann.
- Streuen Sie breit über alle Anlageklassen (Liquidität, Renten, Aktien, Immobilien) – und innerhalb der Anlageklassen. Damit verringern Sie die Schwankungen in Ihrem Portfolio.
- Investieren Sie regelmäßig. So stellt sich die schwierige Frage nach dem besten Einstiegszeitpunkt erst gar nicht.
- Achten Sie auf genügend Flexibilität, damit Sie in Ausnahmesituationen die Raten verändern können.

Langfristig die besten Renditeaussichten

Wertpapieranlagen – ob in Form von Einzeltiteln wie Aktien oder Anleihen oder in Form von Investmentfonds (Aktien-, Renten- oder Immobilienfonds) oder von Zertifikaten – sind in ihrer Renditeerwartung eng verbunden mit dem globalen Wachstum. Solange die Weltwirtschaft im Durchschnitt wächst, spricht vieles dafür, dass Wertpapieranlagen im Durchschnitt über alle Weltregionen und Branchen im Zeitablauf tendenziell im Wert steigen. Und solange eine Weltbevölkerung wächst und solange es technischen Fortschritt gibt, dürfte auch die Weltwirtschaft in den

kommenden Jahrzehnten weiterwachsen. Trotz aller Unsicherheit, trotz der Konflikte und trotz aller Sorgen. Das zeigt auch der Blick in die Vergangenheit. Krisen gab es immer. Und dennoch hat der Wohlstand weltweit im Lauf der vergangenen Jahrzehnte zugenommen, die globale Wirtschaftsleistung ist gestiegen.

Was mich mit am meisten begeistert hat bei den Begegnungen mit Frauen im Zusammenhang mit dem Finanzthema: Es waren nicht wenige Frauen dabei, die berichtet haben, dass sie sich als völlige Laien an die Geldanlage herangetastet haben, ausprobiert haben, und dabei so viel Spaß hatten, dass sie sich im Lauf der Zeit zu regelrechten Finanzexpertinnen entwickelt haben, die mit ihren Freundinnen fachsimpeln. So weit muss es gar nicht bei jeder Frau kommen. Aber wenn es gelingt, dass mehr Frauen ihre Finanzen in die eigenen Hände nehmen, finanziell unabhängiger werden und damit gelassener durchs Leben gehen können, ist viel erreicht.



Die promovierte Volkswirtin **Gabriele Widmann** arbeitet seit 2001 bei der DekaBank. Seit Juni 2023 leitet sie die Gruppe „Immobilien und Makro Trends“. Widmann liegt das Thema „Frauen und Finanzen“ besonders am Herzen. Davon kündeten über 100 Frauenveranstaltungen für Kundinnen der Sparkassen in ganz Deutschland, Interviews in Tageszeitungen und Frauenzeitschriften, Rundfunk- und TV-Sendungen. Bekannt ist sie auch durch „Money on Her Mind“, den zweiwöchentlichen Podcast der DekaBank zu Themen rund um Geldanlage, Wirtschaft und beeindruckende Frauen in der Finanzwelt.



Es gilt, Private Banking umzudenken

Seit Beginn des Jahres ist der Bereich Private Banking auf „Kundenreise“. Die Aufgabe: ein visionäres Zielbild zu erarbeiten, das vor allem die Zufriedenheit der Kund:innen fokussiert sowie das Wachstum des Private Banking für die nächsten Jahre unterstützt. DialogImpuls begleitet die Reisenden und fragt bei Giuseppe Mini, Direktor Private Banking, und seinem Stellvertreter Sascha Hörl nach den Streckenfortschritten.





„Wir freuen uns über die hohe Akzeptanz der Leistungen unserer Mitarbeitenden.“

Giuseppe Mini

Ist bereits ein Ende der Kundenreise in Sicht?

Giuseppe Mini: Wichtig ist für mich, dass wir mit einem 25-köpfigen interdisziplinären Team aus allen Dezernten unseres Hauses auf Reisen sind. Die Reise soll insgesamt 40 Wochen dauern – sprich Anfang Oktober wird das Projekt in dieser Form beendet sein. Das heißt aber nicht, dass wir nicht weiter daran arbeiten, immer besser zu werden. Daher wird es im Anschluss eine „passive“ Phase geben. Hier werden wir regelmäßig die Resonanz der Kundinnen und Kunden auf unsere Innovationen und Ideen überprüfen und möglichen Änderungsbedarf abklären. Wir wollen eben stets das beste Kundenerlebnis für unsere Kund:innen schaffen.

Nehmen auch externe „Guides“ an der Reise teil?

Giuseppe Mini: Uns begleitet die Unternehmensberatung „Consileon“. Deren Beratende haben eine große Expertise im Bereich der Banken- und Finanzdienstleistungsbranche. Das ist für uns sehr wichtig, da wir während der Kundenreise auch Best-Practice-Benchmarking betreiben: Wir orientieren uns mit den Finanzdienstleistungen am „Klassenbesten“ und „Consileon“ bietet genau diesen Blick in den Markt. Daneben ist auch die Abteilung Strategische Unternehmensentwicklung der Stadtsparkasse an der Reise beteiligt. Es ist der Dreiklang von Unternehmensberatung, Strategischer Unternehmensentwicklung und vieler Mitarbeitenden und Führungskräfte des Hauses, der an der Zukunft unseres Private Banking arbeitet.

Lassen Sie mich Herrn Nehring aus dem Interview, das wir vor einem halben Jahr für die DialogImpuls geführt haben, zitieren: „Es geht um nicht weniger, als das Private Banking in die Zukunft zu denken – und zwar nicht erst morgen, sondern schon heute.“ Wie sieht es mit der Zukunft aus? Gibt es bereits etwas zu verkünden?

Giuseppe Mini: Wir haben die erste Phase beendet, in der wir eine Bestandsaufnahme durchgeführt haben. Motto: Wo sind wir gut, was können wir besser machen? Wichtig ist, dass uns der

Vorstand die Möglichkeit gegeben hat, durch Kapital, Zeit und Manpower die Zukunft des Private Banking zu gestalten. Es ist ein sehr konstruktiver und offener Austausch.

Was wurde denn bereits besprochen?

Sascha Hörl: Der Begriff Kundenreise beinhaltet ja bereits, dass wir die Kundin, den Kunden in den Mittelpunkt stellen. Wir haben Interviews mit Kund:innen und Nichtkund:innen geführt, mit Mitarbeitenden, mit dem kompletten Vorstand und auch mit Wettbewerbern. Wir haben uns also unters Mikroskop gestellt und daraus sehr wichtige Erkenntnisse gewonnen. Wir haben viele positive Rückmeldungen bekommen, aber auch solche, die uns zu denken gegeben haben. So sagt beispielsweise der Wettbewerb, dass wir als Private Banking am Markt kaum wahrnehmbar sind. Das muss ich so akzeptieren. Hier wird etwas geschehen.

Was haben Ihnen Kundinnen und Kunden in den strukturierten Interviews vermittelt?

Sascha Hörl: Explizit wird unser ganzheitlicher Ansatz als sehr positiv wahrgenommen. Hier haben wir uns mit den Themen Generationsmanagement, Vermögensoptimierung und Nachfolgeplanung positioniert. Ebenso hätten wir bereits digital gute Schritte nach vorne gemacht. Aber ein Teil wünscht sich auch, dass wir ihnen einen noch größeren digitalen Mehrwert bieten.

Giuseppe Mini: Die Kundinnen und Kunden, die uns bereits kennen, haben eine hohe Akzeptanz der Leistungen unserer Mitarbeitenden. Verstärken wollen wir den Bekanntheitsgrad unseres Private Banking in der Region Düsseldorf und Monheim: Die Stadtsparkasse ist als Marktführer im Privatkunden- und Firmenkundengeschäft sehr bekannt, das Private Banking muss und wird bekannter werden. Das Konzept dafür werden wir im Rahmen der Kundenreise diskutieren.

Lassen Sie uns auch über die „Next Generation“ sprechen. Stellt sie neue Ansprüche an das Private Banking?



„Unser ganzheitlicher Ansatz wird als sehr positiv wahrgenommen.“

Sascha Hörl

Sascha Hörl: Das Thema „Next Generation“ gehört bei uns in das Thema Nachfolgeplanung. Es betrifft vor allem die Kinder unserer Kund:innen und deren Kinder. Erstere sind derzeit um die 50, Letztere um die 30. Da sind wir noch ein Stück entfernt von der Generation Z. Aber auch da bemerken wir bereits Tendenzen: Bringen unsere Kund:innen ihre Kinder mit zu Beratungsgesprächen, so sind diese deutlich digitalaffiner, sie fragen nach Omnikanal-Banking, das digitale, digital-persönliche und persönliche Kommunikations- und Vertriebskanäle miteinander verbindet. Sie interessieren sich für Kryptos, für Wasserstoff, für nachhaltiges Investieren. Auch werden wir immer wieder nach dem lokalen Ansatz, gesellschaftliche Verantwortung für die Region zu zeigen, gefragt. Es bleibt aber stets der Wunsch nach einem kompetenten Sparingspartner, einer kompetenten Sparingspartnerin, nach der gleichen qualifizierten, individuellen Beratung, wie ihre Eltern sie von uns erfahren haben. Und darauf sind wir gut vorbereitet.

Giuseppe Mini: Es geht bei uns nicht darum, Private Banking neu zu denken, sondern es gilt, umzudenken, indem wir den hohen Qualitätsstandard unserer Dienstleistungen und Produkte auch auf die „Next Generation“ übertragen. Aber ich möchte auch auf die regionalen Aktivitäten zurückkommen. Auf die gesamte Stadtparkasse bezogen, kommt jeder Euro, den wir hier verdienen, der Region Düsseldorf und Monheim zugute: Wir zahlen Gehälter vor Ort, wir kaufen hier unsere Dienstleistungen ein, wir unterstützen Schulen und Vereine und unsere Ausschüttung an die Stadt kommt ja letztendlich auch wieder zu den Menschen in Düsseldorf und Monheim. Aus den Interviews weiß ich: Die nächsten Kundengenerationen legen immer stärkeren Wert auf den Footprint, den sie hinterlassen, und auf soziale Aspekte ihres Umfeldes. Und hier unterscheiden wir uns dank unserer gelebten Werte von der Mehrzahl der Wettbewerber.

Sucht die „Next Generation“ neue Partner mit einem umfassenden und zeitgemäßen Beratungs- und Begleitungsangebot? Was hat das Private Banking der Stadtparkasse da im Angebot?

Sascha Hörl: An dieser Stelle sind wir bereits ein gutes Stück weitergekommen, da wir von bisherigen Projekten des Hauses profitieren können. Beispielsweise haben wir uns bereits in der Vergangenheit zum Thema Omnikanal intensiv Gedanken gemacht. Daher bieten wir seit längerer Zeit die hybride Beratung an: Kund:innen können zu uns kommen, können aber auch via Videotelefonie mit uns Beratungsgespräche führen. Unsere „smoney“-Einheit, mit der wir uns auf Augenhöhe und mit der passenden Ansprache an die Urenkelgeneration unserer Kund:innen wenden, ist ein Thema unserer Beratungen. Wir diskutieren, wie wir diese auf die ganz jungen Kundinnen und Kunden zugeschnittenen Angebote auch im Rahmen des Generationenmanagements nutzen können. Hier ist die Verzahnung das Spannende. Wir schauen auch ganz genau hin, wie Internetbanken und -broker funktionieren. Wir müssen wissen, was auf uns zukommen kann. Wir wollen diese Szenarien durchdenken, bewerten und uns frühzeitig strategisch aufstellen.

Ein anderes Feld ist Female Finance. Gibt es da bereits Ergebnisse der Kundenreise?

Sascha Hörl: Wir beteiligen uns bereits aktiv mit Mitarbeiterinnen aus dem Private Banking am Projekt „Female Finance“ der Stadtparkasse. Es wird natürlich auch ein Thema auf der Kundenreise sein, das wir derzeit aber noch nicht behandelt haben. Die Kolleginnen, die am Projekt „Female Finance“ beteiligt sind, sorgen dafür, dass auch die Interessen der Kundinnen des Private Banking da bedacht werden, und sie werden die Ergebnisse und Schlussfolgerungen aus diesem Projekt sehr schnell in unsere Kundenreise einbringen und so die Verzahnung zu unseren Kundinnen herstellen.

Ein Schlusswort zum Ende unserer Kurzreise in der DialogImpuls?

Giuseppe Mini: Ich freue mich darauf, dass wir in der nächsten DialogImpuls die Leser:innen über konkrete Ergebnisse, Innovationen und optimierte Prozesse, die wir im Interesse der Zufriedenheit unserer Kund:innen umsetzen werden, informieren können.

Chancen dank langfristiger Anlagestrategie

Autor:

Giuseppe Mini, Direktor Private Banking der Sparkasse Düsseldorf

Der Jahresstart an den globalen Finanzmärkten verlief für Anlegerinnen und Anleger äußerst erfolgreich, die Aktienindizes kletterten auf Rekordstände – und das allen geopolitischen Problemen zum Trotz. In diesem Jahr stehen zudem mit der Europawahl im Juni und den Präsidentschaftswahlen in den USA im November gleich zwei Ereignisse an, die das Potenzial haben, die Finanzmärkte erheblich durchzurütteln. Die Wahl des Europäischen Parlaments spielt eine wichtige Rolle für europäische Anleger und die internationalen Finanzmärkte. So würde bei den Europawahlen meines Erachtens eine proeuropäische Mehrheit eine tiefere Integration signalisieren. Und diese wahrgenommene Stabilität könnte Anleger:innen anziehen, die einen sicheren Hafen suchen, und so den Euro stärken. Gleichzeitig wirft die Neuauflage des Rennens zwischen Joe Biden und Donald Trump die Frage nach den weltweiten Auswirkungen auf Geopolitik, Inflation, Zinsen und Wirtschaftswachstum auf.

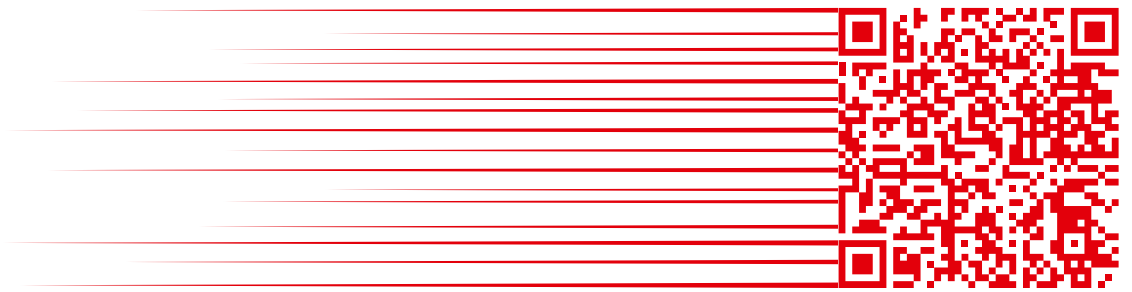
Bei aller Aufmerksamkeit für zukünftige Wahlergebnisse dürfte der Fokus der Finanzmärkte dennoch auf den Aktivitäten der US-Notenbank FED und der EZB liegen. Beide haben mit ihrer Zinspolitik erheblich dazu beigetragen, dass die Inflationsraten stark gesunken sind und sich langsam der in der Eurozone angestrebten 2,0-Prozent-Marke nähern. Die Notenbanken haben den Märkten signalisiert, dass Leitzinssenkungen nicht mehr allzu weit entfernt sind. Bei der EZB kann dies bereits im Juni erfolgen, in den USA möglicherweise erst im Herbst. Ich stimme mit Ulrich Kater, dem Chefvolkswirt der DekaBank, überein, wenn er sagt, dass aller Wahrscheinlichkeit nach die Inflations- und Leitzinsentwicklung deutlich mehr Gewicht haben wird als politische Ereignisse. Das bekannte Sprichwort „Politische Börsen haben kurze Beine“ bedeutet nicht, dass Wahlen keine Rolle spielen. Sie können große Konsequenzen auf die Wirtschaft und einige Sektoren haben. Es erinnert Anleger:innen aber zu Recht daran, dass diese Auswirkungen oft nur vorübergehend sind und nicht zu umfassenden Änderungen einer grundlegend soliden, langfristigen Anlagestrategie führen sollten.

Ansprechende Renditen wird es langfristig nur da geben, wo eng an der realen Wirtschaft investiert wird – sprich in Aktien

von börsennotierten Unternehmen, in Unternehmensanleihen oder in Immobilien- und andere Sachwertfonds. Nachhaltiger Erfolg in der Geldanlage beruht nicht nur auf geschicktem Timing oder einer ausgeklügelten Aktienselektion, er hängt vor allem auch von der richtigen Mischung der Anlageinstrumente ab. Wie sagte bereits 1959 der Nobelpreisträger Harry M. Markowitz, dessen Portfoliostrategie immer noch zum Standardrepertoire eines jeden Vermögensverwalters gehört: „Ein gutes Portfolio ist mehr als eine lange Liste von Wertpapieren. Es ist eine ausbalancierte Einheit, die dem Investor gleichermaßen Chance und Absicherung bietet.“ Mein Ratschlag: Marktturbulenzen führen oft zu kurzfristiger Volatilität, die Angst und Unsicherheit hervorrufen kann. Es ist jedoch wichtig, Ruhe zu bewahren und dabei den Horizont und die langfristige Perspektive im Auge zu behalten. Schließlich ist Investieren ein Marathon und kein Sprint.

Wenn die Stimmung am Markt schwankt, ist es fast unmöglich, zuverlässige Prognosen für einen guten Investitionszeitpunkt abzugeben. Dennoch können Anleger:innen die Schwankungen für sich nutzen, ohne die eigene Geldanlage an ein bestimmtes Timing zu binden. Wer regelmäßig einen festen Teilbetrag anlegt, statt die geplante Investitionssumme auf einen Schlag aufzuwenden, kauft im Durchschnitt mehr Aktien zu niedrigen und weniger Aktien zu hohen Kursen (Cost-Average-Effekt). Damit ergibt sich im Allgemeinen ein geringerer Kaufpreis pro Aktie.

Noch eine abschließende Bemerkung: Viele Anleger:innen lassen sich von den derzeit hohen Zinsen bei kurzfristigen Anlagen locken, bedenken dabei jedoch nicht das Risiko der Wiederanlage. Angesichts der Erwartung niedrigerer Zinsen ist es sinnvoll, sich zumindest für einen Teil des Vermögens bereits heute die Vorteile einer attraktiven Rendite mit einer Fondslösung zu sichern. Wer mit Anleihen mehr aus seinem Geld machen möchte, die Inflation dabei zumindest teilweise ausgleichen und einen Risikopuffer in sein Portfolio einbauen will, hat aktuell mit klassischen Rentenfonds ohne feste Laufzeit, aber auch mit Laufzeitfonds gute Alternativen. Angesichts der aktuellen Nachrichtenlage kann ich nur raten, sich nicht von kurzfristigen Hoffnungen oder Ängsten leiten zu lassen. Eine professionelle, strukturierte ganzheitliche Beratung gibt da die gewünschte Sicherheit.



Follow us on LinkedIn