

Mein Boss ist eine Frau – Gender Diversity

Noch immer sind Frauen in Führungspositionen eine Seltenheit. Laut Statistik Austria sind es sogar nur 3,5 % der unselbstständig beschäftigten Frauen, die in Führungspositionen tätig sind¹. In der Raiffeisen KAG setzt man hier neue Trends: Vielen Frauen wird hier die Chance gegeben, eine leitende Position zu übernehmen. Dafür wurde das Unternehmen schon mehrfach ausgezeichnet. Seit Jahresbeginn wird auch das institutionelle Geschäft von einer Frau geleitet. Vier Kolleginnen in Top-Management-Positionen stehen Rede und Antwort über Gender Diversity, Karrierechancen, Nachhaltigkeit und ihre Vorbildwirkung.

Raiffeisen KAG wurde bereits zweimal für ihre Gender Diversity ausgezeichnet – von Citywire und von den Fondsfrauen. Warum ragt die Raiffeisen KAG hier heraus?



Sabine Macha, Leitung Produktmanagement

Sabine Macha:

Um mit dem Offensichtlichen zu beginnen, wir haben **sehr viele Frauen in Führungspositionen**. Ein weiblicher CIO beispielsweise, mit Ingrid Szeiler, ist eine Rarität – auch international. Bei uns sind Frauen nicht nur in den „Pink Ghettos“, wie in den Abteilungen Personal und Marketing, sondern in allen Funktionen, Positionen und Funktionalitäten vertreten. Gender Diversity ist ein **Schwerpunkt der Geschäftsführung**, was sich auch in der Besetzung von Führungspositionen widerspiegelt.

Wie hat man es geschafft, Gender Diversity so zu leben?

Macha:

Historisch betrachtet war es keine Zielsetzung, sondern hat sich generisch entwickelt.

“ *Je mehr Frauen in der ersten Reihe sind, desto mehr kommen auch nach.* ”

Bei uns haben zudem Männer früh angefangen, in Karenz zu gehen und Teilzeit zu arbeiten, das ist für die Mütter in einer Firma fast wichtiger als politische Maßnahmen. Die Geschäftsführung hat sich vorgenommen, die Diversität voranzubringen und ein noch stärkeres Augenmerk daraufzulegen.



von links: Ingrid Szeiler (Leitung Fondsmanagement und Chief Investment Officer), Sabine Macha (Leitung Produktmanagement), Christiane Flehberger (Leitung Internationales Kundengeschäft) und Christa Geyer (Leitung CEE Fondskompetenzcenter) stehen für Diversität in der Raiffeisen KAG

Wie hoch ist der Frauenanteil jetzt und was könnte das Ziel sein?

Macha:

Bei den Führungskräften im Fondsmanagement sind wir schon bei einer 50-Prozent-Quote. Im operativen Fondsmanagement sind wir ungefähr bei einem Viertel Frauen, da gibt es sicher noch Potenzial.

Seit Jahresbeginn ist auch das institutionelle Kundengeschäft unter weiblicher Führung. Wie schwierig war es für Sie, bei der Raiffeisen KAG voranzukommen?



Christiane Flehberger, Leitung Internationales Kundengeschäft

Christiane Flehberger:

In unserem Unternehmen ist es möglich, **mit Einsatz, Fleiß und dem Willen, etwas zu bewegen**, weiterzukommen. Da ist das Frauenthema kein Nachteil, aber auch kein Vorteil. Es wird generell darauf geachtet, dass sich junge Kolleginnen und Kollegen* innerhalb des Unternehmens weiterentwickeln können und Perspektiven haben. In anderen Unternehmen ist der Aufstieg auf der Karriereleiter oft gar nicht möglich. Da hilft nur der Wechsel in andere Häuser, um sich beruflich zu verbessern.

Oft hört man „Frauen müssen sich mehr anstrengen als Männer“, um Karriere zu machen. Haben Sie das Gefühl, Sie mussten sich mehr anstrengen?

Flehberger:

Nicht im Unternehmen, aber teilweise auf Kundenseite. Ich hatte vor allem in Deutschland die eine oder andere Erfahrung, dass Kunden mich aufgrund meines Geschlechtes, aber auch aufgrund meines Alters in Terminen die ersten 30 Minuten geprüft haben. **Erst nach dem fachlichen Check konnten wir dann wirklich inhaltlich sprechen.**

Wie Sie als Frau auf dem Gebiet Finanzwissen erfolgreich durchstarten, lesen Sie hier: [Wie Frauen im Finanzwissen durchstarten.](#)

Sie leiten nun das institutionelle Kundengeschäft. Was nehmen Sie sich für Ihren Bereich vor?

Flehberger:

Was mir besonders wichtig ist, dass wir unsere **Kundenkontinuität**, die unser wesentlichstes Gut der Kundenbetreuung ist, in diesem Jahr ganz strukturiert und sauber über die Bühne bekommen. Unseren Kunden im Sektor kommt dabei natürlich eine spezielle Bedeutung zu.

Gibt es konkrete Geschäftsziele für heuer?

Flehberger:

Das Thema **Nachhaltigkeit** weiter zu forcieren und unsere Kooperationen mit den Raiffeisenbanken im Sektor und der Raiffeisen Bank International zu stärken. Seit einigen Monaten haben wir in den unterschiedlichsten Teilbereichen schon Vertriebsschwerpunkte gesetzt.

“ *Alles steht unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit.*

Unser erklärtes Ziel ist es, hier weiter zu wachsen. Wir haben aktuell als Raiffeisen KAG rund 22 Prozent unserer Assets under Management nachhaltig investiert. Unser Ziel für 2021 ist, zumindest auf 30 Prozent zu wachsen.

Welchen Stellenwert hat das Thema bei institutionellen Kunden?

Flehberger:

Wir haben im Vorjahr praktisch keine Mandats-Ausschreibung von institutionellen Kunden bekommen, in der Nachhaltigkeit nicht Thema war.

Wie ist die Nachfrage an nachhaltigen Investments in Osteuropa?



Christa Geyer, Leitung CEE

Christa Geyer:

Sie wächst von Tag zu Tag. Vor zwei Jahren war noch fast kein Land in CEE an nachhaltigen Investments interessiert, heute haben wir **auch in Osteuropa rund 20 Prozent** unserer gesamten Assets unter Management **nachhaltig** investiert. Tendenz stark steigend, vor allem in der Slowakei, Tschechien und Ungarn, aber auch in Russland. Wir haben dort vor drei Monaten ein bestehendes Mandat in ein nachhaltiges umgewandelt und mit einer Marketingkampagne kombiniert, dieses Produkt ist sort nun das am meisten verkaufte.

Die Entscheidung zur Umwandlung dieses Mandats hat übrigens eine Frau getroffen. Sehen Sie da einen Zusammenhang?

Geyer:

Ich glaube, das Thema **Nachhaltigkeit** hat bei Frauen einen höheren Stellenwert, weil Frauen auch bei den Investments immer die Sinnhaftigkeit in den Fokus stellen.

Die nachhaltige Produktpalette wächst stetig. Sind neue Fonds oder Umwandlungen geplant?

Macha:

Wir befinden uns als gesamte Firma gerade in einem großen **Transformationsprozess in Richtung Nachhaltigkeit** (nachzulesen in [Auf dem Weg zu einer klimaneutralen Fondsgesellschaft](#)). Wir beschäftigen uns schon sehr lange mit dem Thema, aber jetzt gehen wir in die Vollen und wollen die Nachhaltigkeit in der gesamten Produktpalette tief integrieren. **Im ersten Schritt** fokussieren wir auf die **Aktienfonds**, aber wir nehmen uns **auch die Renten- und die Multi-Assets-Produkte** vor und arbeiten da sehr intensiv an Produktüberlegungen und entsprechenden Investmentprozessen. Wir wollen innovativ sein und nicht nur in

bestehenden Fußstapfen gehen, das braucht natürlich Zeit.

Ist es realistisch, die komplette Produktpalette nachhaltig zu gestalten?

Macha:

Was auf jeden Fall realistisch ist, dass wir das Thema überall integrieren, das stellen sich auch die Gesetzgeber in Brüssel so vor. Es gibt natürlich einige Märkte und Sektoren, da kann man nicht einfach das grüne Label draufkleben. Aber auch bei solchen Produkten kann man Standards und Qualitätsanforderungen im Investmentprozess einbauen.

Hier finden Sie die Produktpalette der Raiffeisenfonds: [FondsFinder](#).

Wir haben schon über die Sinnhaftigkeit von nachhaltigen Produkten gesprochen. Sprechen auch die Renditen dafür?



Ingrid Szeiler, Leitung Fondsmanagement und CIO

Ingrid Szeiler:

Natürlich ist der finanzielle Erfolg bei einem Investment wesentlich. Es gibt viele Studien, die zeigen, dass nachhaltiges Investieren einen Mehrertrag im Vergleich zu traditionellen Investments bringen kann. Das hat auch das Jahr 2020 gezeigt. Im Schnitt haben sich **die nachhaltigen Fonds 2020 besser entwickelt**. Auch im Risk-Return-Vergleich schauen die Nachhaltigkeitsprodukte besser aus, weil sich diese Unternehmen stärker mit Risiken beschäftigen und deshalb besser auf Krisen vorbereitet sind.

Worauf können sich die Anleger 2021 einstellen?

Szeiler:

Was insgesamt für eine Veranlagung in nachhaltige Produkte spricht, dass der Fokus von vielen Investoren immer mehr in diese Richtung geht.

“

Man möchte mit seinem Geld etwas bewirken.

Da ist jetzt der Umweltbereich am plakativsten, weil dort auch Regierungen einen starken Fokus setzen – etwa mit dem Green Deal der EU.

Aber Nachhaltigkeit ist mehr und umfasst auch den sozialen Bereich und die Unternehmensführung. Wird das Thema Gender Diversity in den nachhaltigen Fonds auch berücksichtigt?

Szeiler:

Das schauen wir uns bei den Unternehmen auch an, aber es ist ein Punkt von vielen. Man schaut, wie gehen Unternehmen mit Diversität um, nicht nur auf die Frauenquote bezogen. **Das ist ein weites Feld – von der Kinderbetreuung bis zur Ausbildung** –, aber eines, dass wir bei der Auswahl von Unternehmen berücksichtigen.

Was kennzeichnet Unternehmen mit hoher Gender Diversity?

Geyer:

Vielfalt bedeutet einen Mehrwert, der mittlerweile in vielen empirischen Studien nachgewiesen wurde. Diversität führt zu höherer Flexibilität, mehr Innovation, verbesserten Unternehmensergebnissen und es gibt auch eine höhere Wertschätzung im Umgang miteinander.

Sind gemischte Teams auch im Fondsmanagement wichtig?

Szeiler:

Für uns ist Diversität auch ein großes Thema, weil einfach jeder von seiner Geschichte und seinem Geschlecht her **mit anderen Augen auf das gleiche Thema schaut** und sich daraus unterschiedliche Meinungen und Diskussionen ergeben. Wir haben im Fondsmanagement **gemischte Altersstrukturen und acht verschiedene Nationalitäten**. Andere Kulturen gehen anders an Dinge heran und bringen entsprechend gute Inputs.

Geyer:

Laut Studien finden 85 Prozent der Führungskräfte Diversität wichtig, aber **nur 25 Prozent haben das auch in Zielen festgeschrieben**. Wir wissen aber, dass gerade solche Parameter wichtig sind, um in der Sache voranzukommen.

Der Beitrag von Elisabeth Hell erschien in der Raiffeisenzeitung vom 7. Jänner 2021.

1 Quelle: derstandard.at/karriere, Oktober 2020.

* Aufgrund der Lesbarkeit wurde im Text auf das Gendern verzichtet. Sämtliche personenbezogene Bezeichnungen sind geschlechtsneutral zu verstehen.

Dies ist eine Marketingmitteilung der Raiffeisen Kapitalanlage GmbH, Mooslackengasse 12, 1190 Wien.

Raiffeisen Capital Management steht für Raiffeisen Kapitalanlage GmbH oder kurz Raiffeisen KAG

Bildquelle: Raiffeisen KAG, Roland Rudolph, Austria-Photo Birgit Naimer, Pia Morpurgo