

Kölner Vermögensverwalter startet Angebot für Frauen

Maiestas hat bereits heute einen großen Kundenstamm an Frauen. Genau darauf will Vorständin Petra Ahrens mit ihrer neuen Kampagne nun weiter aufbauen.

VON LUKAS KÜMMERLE



Petra Ahrens und Nele Enters

Petra Ahrens, Vorständin des Kölner Vermögensverwalters Maiestas, hat eine neue Investment-Initiative speziell für Frauen gestartet. Unter der Marke „Financipation Club“ will sie gemeinsam mit Nele Enters, Vermögensverwalterin am Düsseldorfer Standort, aktiv auf interessierte Frauen zugehen und diese über verschiedenste Kanäle erreichen.

Für Ahrens ist die neue Initiative ein Herzensprojekt, das professionell aufgezogen wird. Dazu hat Maiestas die Marken- & Digitalisierungs-Agentur Identitätsverstärker mit ins Boot genommen. Mit deren Hilfe hat Maiestas nun den „*Financipation Club*“ by Maiestas gestartet. Es gibt bereits eine eigene Homepage (www.financipation-club.de). Bereits in Planung sind außerdem ein Newsletter, Social-Media-Kampagnen, Events und eine eigene App.

Die Vermögensverwalterinnen der Maiestas haben in den letzten Monaten und Jahren wahrgenommen, dass sich immer mehr weibliche Bestandskundinnen für Finanzthemen interessieren und die Nachfrage nach einem Wissenstransfer definitiv gegeben sei.

Darüber hinaus beauftragte die Vermögensverwaltung vor rund eineinhalb Jahren eine Agentur, die zu dem Ergebnis kam, dass die meist geklickteste Sub-Website von Maiestas die zum Thema Frauen und Finanzen sei.

Maiestas habe bereits heute einen größeren Kundenstamm an Frauen als die meisten deutschen Vermögensverwalter. Genau darauf will Ahrens mit ihrer Kampagne weiter aufbauen. „Der Erfolg wird am Ende an Leads und Mandaten gemessen, aber zu Beginn wollen wir Sichtbarkeit schaffen und Aufmerksamkeit generieren“, erklärt Ahrens gegenüber *Citywire Deutschland*.

„Club statt Akquise, Verständlichkeit statt Fachbegriffe. Frauen kommunizieren anders als Männer. Mit der neuen Marke wollen wir verstärkt Aufklärararbeit leisten, Vertrauen schaffen, Ängste nehmen und ein Community-Gefühl erzeugen“, so Ahrens weiter. Der Fokus wird aber ausschließlich auf der Vermittlung von Kapitalmarktwissen liegen, nicht auf anderen breiteren Finanzthemen wie etwa Immobilien oder Rentenvorsorge. Damit wolle man sich ebenfalls abgrenzen und einen klaren Fokus setzen.
