

Kolumne

Mit Jahresberichten einen Zugang zur Generation Y bekommen

Die großen Aktiengesellschaften machen es seit Jahren – aber auch für den „kleinen Makler“ kann ein Geschäftsbericht ein schönes Mittel sein, um die eigene Marke aufzubauen. Und sich etwa in der Zielgruppe Generation Y als Ansprechpartner Nummer 1 aufzubauen. Wie dieses „Personal Branding“ geht, beschreiben die Versicherungsmakler Stephan Busch und Tom Wonneberger in ihrer neuen Kolumne.

Personal Branding ist eine Möglichkeit, als kleiner Makler gegen große Beratungshäuser, Fintechs und Co. zu bestehen. Entwickeln Sie Ihre Person beziehungsweise Ihr Team als Marke. Werden Sie Experte und Ansprechpartner Nummer 1 in Ihrer Zielgruppe. Dafür braucht es häufig keine großen Budgets.

Ein Jahresbericht ist ein persönlicher, abgespeckter Geschäftsbericht. Große Aktiengesellschaften geben mittlerweile Millionen dafür aus und nutzen sie zur Markenkommunikation. Mit ein bisschen Mut und Kreativität können Sie das ebenfalls für einen Bruchteil des Geldes.

Der Generation Y sind vor allem drei Markeneigenschaften wichtig: Transparenz, Authentizität und eigener Stil. Mit einem Jahresbericht bekommen Sie alles drei.

- **Transparenz:** Lassen Sie die „Hosen runter“. Veröffentlichen Sie interessante, spannende, überraschende Zahlen, Daten und Fakten. Was lief gut? Was lief eher schlecht?
- **Authentizität:** Zeigen Sie: Das bin ich und mein Jahr. Machen Sie sich so greif- und nahbarer. Berichten Sie über Fortschritte und Rückschritte. Wie passt das zu Ihrer Marke und Ihrem Leistungsversprechen? Erzählen Sie Ihre Geschichte.
- **Eigener Stil:** Holen Sie sich ruhig Inspiration bei den Großen aller Branchen. Allerdings sollte Ihr Jahresbericht zu Ihnen und Ihrer Marke passen. Wenn Sie den Jahresbericht klassisch als geschriebenen Beitrag planen, lockern sie ihn mit Bildern aus Ihrem Alltag auf. Vielleicht probieren Sie aber auch gleich ein ganz anderes Format: Audio, Video, Fotostrecke.

Überlegen Sie sich ebenfalls, wie ihr Jahresbericht ihre Leser erreicht. Verbinden Sie es doch mit einem schönen Anschreiben zu Beginn des Jahres, um sich so, wenn die guten Vorsätze noch frisch sind, wieder ins Blickfeld ihrer Kunden zu rücken.

Als Inspiration finden Sie [hier Beispiele](#) unserer vergangenen letzten sieben Jahre.

Dieser Artikel erschien am **13.03.2019** unter folgendem Link:

<https://www.pfefferminzia.de/kolumne-mit-jahresberichten-einen-zugang-zur-generation-y-bekommen/>