



»Die Menschen sollen nach unserer Beratung handeln«

Stephan Busch, 33, und Tom Wonneberger, 30, aus Dresden wissen, wie sie jungen Menschen beraten

Protokoll Detlef Dresslein

Foto Thomas Schlorke

Mein Geschäftspartner Tom und ich, wir gehören beide zur Generation Y und kennen den Hauptgrund, warum wir uns besonders an Kunden dieses Alters wenden. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass wir meist nur »optimieren«, denn die Weichen sind gestellt. Bei einem jungen Menschen ist es anders: Und: Wir altern mit unseren Kunden – was sie bewegt, bewegt auch uns.

Ich habe mich schon als Jugendlicher mit volkswirtschaftlichen Themen beschäftigt. Warum ist die Versicherung so teuer? Warum kann keiner seinen Versicherungsberater leiden? Warum ist die Lebensversicherung so teuer? Ich hab dann bei einer Versicherung und einem Strukturvertrieb reingeschnuppert, um zu sehen, wie es dort funktioniert. Ich habe festgestellt, dass die Kollegen dort fachlich sind. Allerdings musste ich schon bald feststellen, dass es ähnliche Erfahrungen gemacht werden.

Wir haben uns auf dem Pausenhof der Berufsakademie Dresden kennengelernt, wo wir uns auf die Berufswelt vorbereiteten. Es war immer ein bisschen wie eine Lovestory, aber wir wollten beide eine neue Art der Beziehung aufbauen. Wir haben uns auf die Fachchinesisch, hin zu einer einfühlsamen und interessierten Beratung. Wir wollen, dass die Kunden sich gut auf die Beratung einstimmen. Deshalb führen wir immer erst ein Interview, bei dem wir 30 Fragen stellen, die die Kunden beantworten müssen. Zum Beispiel: Warum gehst du arbeiten? Welche Bedeutung hat Geld für dich? Was bedeuten dir die anderen Themen? Dann geben wir noch »Hausaufgaben«, lassen Fragebögen ausfüllen zur Beratung. Erst dann wissen wir: Wie tickt der Mensch? Was ist ihm wichtig? Wo steht er gerade? Was ist sein Motiv? So zu beraten, wirkt sich auf die Zufriedenheit aus. Wir haben eine Stornierungsfreigabe.

Wenn unsere Kunden zu uns kommen, haben sie vor allem eine Rentenversicherung. Wir beraten sie in der Rentenversicherung. Wir sagen: Wir haben das auf der Agenda, es ist auch sehr wichtig, auf die Rentenversicherung zu achten. Wir zeigen Prioritäten und zeigen Baustellen auf. Denn für Menschen um die 30 sind ganz andere Themen wichtig. Und die Beratung anschaulich zu machen, arbeiten wir mit eigenen Illustrationen. Mit diesen grafischen Aufbereitung finden sich unsere Kunden sehr gut zurecht und sind zufrieden.

Wie für unsere Generation üblich, bewegen wir uns auf den Kommunikationskanäle. Wir haben einen Blog, wir bespielen Twitter, Instagram, Facebook, LinkedIn und andere soziale Netzwerke. Und die Kunden kommen mittlerweile darüber und von sich aus zu uns. Bis es aber so weit ist, dass sie uns kontaktieren.