

KOLUMNE

Diese Themen sind Türöffner für die Generation Y

Stephan Busch, Claudia Roch und Tom Wonneberger (v.l.) sind Versicherungsmakler bei der Progress Finanzplaner in Dresden.

Von Stephan Busch und Tom Wonneberger 08.04.2020 um 11:49

WERBUNG ARTIKEL DRUCKEN

Lesedauer: ca. 02:25 Min

Die Kfz-Versicherung als Türöffner zur jungen Generation ist abgemeldet. Heute interessiert sich die Generation Y für andere Themen, als das erste eigene Auto. In der neuen Kolumne der Generation-Y-Experten Stephan Busch, Claudia Roch und Tom Wonneberger, erfahren Sie, mit welchen Themen Sie bei Millenials landen können.

WERBUNG

HAFTPFLICHT HEILWESEN

Ein Grund zur Freude: Die neuen Haftpflicht-Tarife für das Heilwesen sind da!

Alte Leipziger

Früher kamen junge Leute durch die Agenturtür und wollten eine Kfz-Versicherung für ihr erstes Auto. Da schwang Stolz und Unabhängigkeit mit: Endlich das erste Auto. Ich kümmere mich selbst um meine Finanzen!

Wir bieten Ihnen:

- zentrale Anlaufstelle für all Ihre Anliegen
- direkten Kontakt bei telefonischen Anfragen
- persönlichen Ansprechpartner in weniger als einer halben Minute

Jetzt online informieren

© Thomas Schlorke



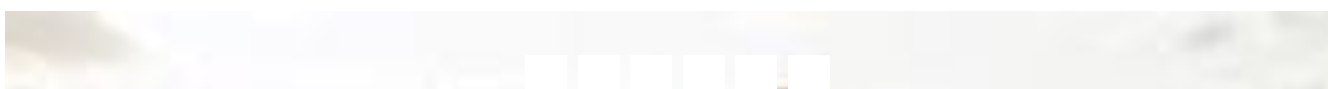
GENERATION Y

Wie Sie Kunden-Feedback effektiv einholen und es sinnvoll nutzen ►



KOLUMNE

Generation Y und der nachhaltige Maklerbetrieb ►



WERBUNG



Pfefferminzia



Das Auto und damit die Kfz-Versicherung haben nicht mehr die höchste Priorität für die Generation Y. So zeigte eine Umfrage der Markenberatung Prophet zum Thema „Welche Rolle spielt das Auto in Ihrem Leben“ aus 2015, dass das Interesse am eigenen Auto schwindet. 37 Prozent gaben damals an, dass ihnen „qualitativ hochwertige Computer, Laptops und Smartphones wichtiger als ein eigenes Auto“ seien. 31 Prozent können sich gar ein Leben ganz ohne eigenes Auto oder ohne Führerschein vorstellen. Dagegen werden Carsharing und andere Mobilitätskonzepte immer beliebter. Sicher, es gibt ein Stadt-Land-Gefälle. Aber der allgemeine Trend ist deutlich.

Wenn also die Kfz-Versicherung als Türöffner immer mehr an Bedeutung verliert, was tun?

Megatrend Nachhaltigkeit

Wir haben das Thema Nachhaltigkeit und Generation Y ja bereits in [einem vorigen Beitrag](#) bearbeitet. Themen wie der Großbrand in Australien nach einer der schlimmsten Dürrestrecken seit der Wetteraufzeichnung, plagt die Generation Y und Z. Es ist unumstritten, dass dies eine Auswirkung des Klimawandels ist.

Positionieren Sie sich hier als Experte. Bieten Sie nachhaltige Versicherungs- und Finanzprodukte an. Machen Sie ihren Maklerbetrieb nachhaltig. Berichten Sie über nachhaltige Versicherungslösungen in ihren Kanälen. Engagieren Sie sich bei den Entrepreneurs for Future. Unterstützen Sie lokale Nachhaltigkeitsinitiativen.

Contentmarketing

Junge Menschen beschäftigen sich mit ihren Finanzen, wenn sie es müssen. So könnte man eine aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Altersvorsorge von 2019 zusammenfassen. Anlass sind danach konkrete Anlässe wie Steuererklärung (38 Prozent), Nebentätigkeiten (26 Prozent), Anschaffungen wie Handy oder Tablet (26 Prozent), Berufseinstieg (22 Prozent) und Bafög-Antrag (21 Prozent).

Interessanterweise liegt das Thema „Interesse an Altersvorsorge“ auf Platz 2 mit 27 Prozent. Auch „Neugierde“ liegt mit 23 Prozent auf einem respektablen sechsten Platz. Besser könnte es gar nicht sein: Allgemein interessierte Menschen und konkrete Themen.

Bieten Sie hier gut aufbereitete und leicht verständliche Informationen an. Dabei spielt es keine Rolle, ob geschrieben (Blog), gesprochen (Podcast oder Vlog/Video). Die Aufklärung sollte möglichst neutral und anbieter- sowie produktunabhängig sein, um Vertrauen aufzubauen. Zeigen Sie klare Lösungen und Handlungen am Ende auf. Machen Sie es Ihrem jungen Publikum leicht, Sie anschließend zu kontaktieren und ein Gespräch zu vereinbaren. Übrigens: „Werbung zu Finanzprodukten“ liegt mit 7,5 Prozent abgeschlagen auf dem 22. Platz.

◀ 1 / 2 / [zur Startseite](#) ▶

autor

Stephan Busch und Tom Wonneberger

Stephan Busch und Tom Wonneberger sind Versicherungsmakler und Inhaber der Progress Finanzplaner aus Dresden.

MEHR ZU

[▶ BUNTES](#) [▶ KOLUMNEN](#) [▶ VERTRIEB](#)[▶ GENERATION Y](#) **kommentare****0 Kommentare**[▶ ANMELDEN](#) [▶ REGISTRIEREN](#)[KOMMENTIEREN](#)

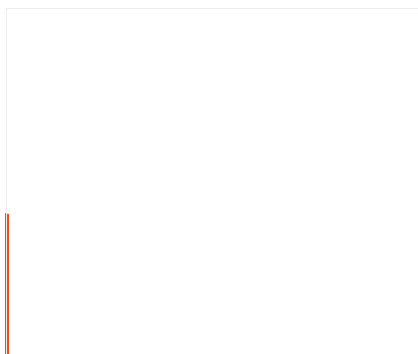
WERBUNG



Pfefferminzia



WERBUNG



meist gelesen



bAV als unterschätzter Faktor bei der Nachwuchsgewinnung

[BEITRAG LESEN](#) ▶



Zwei Produkte für verantwortungsbewusste Arbeitgeber

[BEITRAG LESEN](#) ▶



Welche Honorarformen ein Berater wählen kann

[BEITRAG LESEN](#) ▶



„Bürgerversicherung ist vom Tisch – sehr gute Nachricht für Vermittler“

[BEITRAG LESEN](#) ▶



Durch den Policenverkauf lassen sich bis zu 15 Prozent über Rückkaufswert erzielen

[BEITRAG LESEN](#) ▶

hier gibt's insider-tipps

WERBUNG

WERBUNG



Pfefferminzia

andsafe

andsafe forum

So geht moderner Vertrieb.

andsafe

andsafe forum

So geht moderner Vertrieb.

WERBUNG

Wertvoll Oder Wertlos?

Was bieten Mehrwert-Services?

Sollten Banken und Versicherungen ergänzende Angebote rund um Themen wie Wohnen und Sicherheit anbieten?

Nehmen Sie an unserer Umfrage teil und erhalten Sie ein Exemplar mit den Studienergebnissen.

Hier teilnehmen



Jeden Montag & Donnerstag
DIE FRISCHESTEN BRANCHEN-NEWS!

WERBUNG

 Pfefferminzia

[JETZT KOSTENLOS ANMELDEN](#) ▶



 magazin

WWW.PFEFFERMINZIA.DE

4,80 Euro

05/2021

DAS FACHMAGAZIN FÜR
VERSICHERUNGSHELDEN

Pfeffer minzia

Gesundheitsservices in der BU-Versicherung



90 % der Verbraucher sind daran INTERESSIERT

29 % würden einen MEHRBEITRAG dafür zahlen

59 % wünschen sich Infos dazu im BERATUNGSGESPRÄCH

NEUE BERATUNGSSCHANCEN FÜR MAKLER

WERBUNG



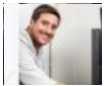
Pfefferminzia

PRINTAUSGABE ODER FLIPBOOK**BESTELLEN** ▶

kolumnen



Was Jungmakler von Produkten, Vergütung und Maklerbetreuern erwarten

BEITRAG LESEN ▶

Die Tücken der Gesundheitsfragen

BEITRAG LESEN ▶

Die Zukunft der Maklerverwaltungs-Programme

BEITRAG LESEN ▶

Was die heranwachsende Generation der jungen Makler ausmacht

BEITRAG LESEN ▶

Warum sich jeder Vertriebler mit Neuromarketing befassen sollte

BEITRAG LESEN ▶

WERBUNG

der pfefferminzia shop!



In unseren Zielgruppen-Specials „Durchblick“ haben wir uns zum einen den Heilberuflern gewidmet – konkret den Ärzten, Zahnärzten und Apothekern. Zum anderen bringen wir Ihnen die Generation Y näher. Viele **Tipps und Infos von spezialisierten Maklern und Dienstleistern** warten in diesen Heften auf Sie. Jetzt bestellen!

ZUR BESTELLUNG ▶

gütesiegel

WERBUNG



Pfefferminzia



Pfefferminzia

Mediaanalyse 2021



MARKETING RESEARCH TEAM KIESELER

**Hohe
Reichweite
Print**

(42 %) 6 x p.a.

Pfefferminzia

[ABONNIEREN](#)

[IMPRESSUM](#)

[DATENSCHUTZERKLÄRUNG](#)

[MEDIADATEN ONLINE](#)

[MEDIADATEN PRINT](#)

[RSS](#)

[ÜBER UNS](#)

Themenübersicht

[arbeit](#)

[gesundheit](#)

[mobilität](#)

[gewerbe](#)

[vertrieb](#)

[vorsorge](#)

[zuhause](#)

[buntes](#)

[im fokus](#)

© 2013-2021

Pfefferminzia Medien GmbH

Kattunbleiche 31a

22041 Hamburg