



08. Juni:

Einkommenssicherung in der Generation Y – worum es wirklich geht

Gastbeitrag von Stephan Busch & Tom Wonneberger

Die Einkommenssicherung hat wahrscheinlich die größte Bedeutung beim Thema Versicherungen für die Generation Y. Wer in der Zielgruppe erfolgreich sein will, muss verstehen, was ihr wichtig ist. Den Millennials geht es schon lang nicht mehr um die Absicherung materieller Reichtümer, sondern um die Absicherung der Freiheit. In diesem Beitrag beleuchten wir die Dos and Don'ts und geben Tipps zur richtigen Ansprache.





Foto: Thomas Schlorke

Stephan Busch und Tom Wonneberger sind die Gründer von **PROGRESS Finanzplaner**. Sie klären ihre Kunden auf ehrliche und einfache Art über Versicherungs- und Finanzprodukte auf. In unserem Online-Magazin teilen sie Erfahrungen aus ihrem Makler-Alltag und geben wertvolle Tipps für die Praxis.

Online und offline

Gleich eine gute Nachricht: Die Mehrheit der Millennials (58 %) bevorzugt menschliche Berater:innen¹. Nur 35 % der 18- bis 29-Jährigen und 51 % der 30- bis 39-Jährigen schließen ihre Versicherungen künftig online ab². Gerade einmal 11 % der Bundesbürger:innen haben eine Berufsunfähigkeitsversicherung online abgeschlossen³. Wenn es um die Beratung und den Abschluss geht, läuft dies demnach meistens nach wie vor über Berater:innen. Das ist auch unser Eindruck. Der Grund liegt auf der Hand. Das Produkt – oder besser das Thema Einkommenssicherung – ist zu komplex für den Online-Abschluss. Hier geht es auch um Sorgen und Ängste. Die kann (noch) nur ein Mensch erkennen und abnehmen bzw. entkräften.

Allerdings beginnt die Kunden:innenreise (Neudeutsch: Customer Journey) nicht bei den Berater:innen im Büro, sondern lange vorher und meist online. Erste Infos zum Thema holen sich die Vertreter:innen der Generation vorher online auf Blogs, Websites, Testberichten usw. Wer dabei inhaltlich und optisch anspricht, erhöht die Chancen, dass er:sie in die engere Wahl kommt. Auch den ersten Eindruck von den Berater:innen verschaffen sich die Millennials online: über Website, Blog und über die Social-Media-Kanäle wie Facebook, Instagram, Twitter und YouTube. Online-Bewertungen von anderen Kund:innen sind dabei natürlich hilfreich. Es geht also nicht um entweder (offline) oder (online), sondern eher um sowohl als auch. Wollen Sie in der Zielgruppe beim Thema Einkommenssicherung punkten, muss beides sitzen.

Einfach und verständlich

Neben der Altersvorsorge gehört wahrscheinlich die Einkommenssicherung zu der erklärungsbedürftigsten Themen. Eine umfassende und verständliche Aufklärung ist deshalb das A und O. Für 45 % der jungen Menschen ist die „verständliche Erklärung der Produkte [...]“

entscheidend für den Abschluss einer Versicherung“⁴. Nur ein, zwei Fragen zur gewünschten Rente oder zum Beitrag und dann ein fertiges Angebot vorlegen, reicht nicht. Wir starten in das Thema immer mit einem etwa 30-minütigen Aufklärungsgespräch. Hier geht es um

1. Risiken und Ursachen von BU bzw. EU,
2. staatliche Leistungen und Versorgungslücken,
3. Schadenhöhen im Vergleich zu anderen Versicherungsprodukten,
4. Auswirkungen von späterem Beginn,
5. mögliche private Lösungen,
6. das Argument: selbst sparen,
7. Ablauf im Leistungsfall und
8. den Mythos, dass Versicherer nicht zahlen würden.

Das Ziel: Sie vermitteln einfach und verständlich den Interessent:innen so viele Informationen wie nötig. Das alles muss produkt- und anbieterneutral erfolgen, denn dann demonstrieren Sie Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit.

Erläutern Sie mithilfe der wesentlichen Merkmale wann, wie und welche Versicherungen leisten bzw. nicht leisten. Zeigen Sie dies mithilfe von eingängigen Schadenbeispielen. Ein BU verkaufen ist nicht das Ziel. Das Ziel ist das Absichern des Einkommens bzw. der Ausgaben ihrer Kund:innen. Zeigen und bieten Sie Alternativen. Wenn Sie Ihren Kund:innen nur eine BU anbieten, ist die Gefahr groß, dass sie den Vertrag nicht abschließen. Bieten Sie aber eine individuelle Lösung aus verschiedenen Produkten, Bausteinen und Leistungshöhen, sinkt die Gefahr gegen null.

Psyche

Die hauptsächliche Ursache für Erwerbsminderung und Berufsunfähigkeit sind psychische Erkrankungen wie Depressionen. Diese sind bei den Jüngeren überproportional vertreten: 60 % der 20- bis 35-Jährigen sind wegen psychischer Erkrankungen erwerbsgemindert, bei den über 60-Jährigen aber nur 18 %⁵.

Die Ursachen dafür sind verschieden. Entscheidend ist aber, dass sich das Bewusstsein dafür in den letzten Jahrzehnten deutlich geändert hat. Psychische Erkrankungen werden nicht (mehr) verharmlost oder stigmatisiert. Dadurch verändert sich auch das Risikobewusstsein bei Millennials. Denn jede:r kennt eine Geschichte von Angehörigen oder Freund:in mit schweren psychischen Erkrankungen. Nutzen Sie dies für die Ansprache und Aufklärung. Vor dem Einkommensverlust wegen psychischer Erkrankungen schützen nur Erwerbs- und

Berufsunfähigkeits-Versicherungen.

Freiheit statt Materielles schützen

Egal, ob einkommens- oder ausgabenbasierte Beratung zur Einkommensabsicherung – meist geht es um den Erhalt des Lebensstandards. Es geht um Handfestes. Es geht um Materielles. Allerdings sinkt die Bedeutung rasant, die die Generation Y Dingen beimisst. „Wer kein eigenes Haus oder Auto kauft und nicht privat fürs Alter vorsorgt, braucht auch keine Versicherung“, sagen Til Klein und Lara Hämmerle, die Gründer:innen von Vantik.

Schlechte Zeiten für die Absicherung und Vorsorge? Unserer Meinung nach nicht, wenn Sie den Blickwinkel ändern. Sichern Sie nicht den materiellen Reichtum Ihrer jungen Kund:innen ab, sondern ihre Freiheiten. Wenn Ihre Kund:innen sicher sind, dass sie in jeder Lebensphase Entscheidungen unabhängig von den Finanzen treffen können, ist das ein bedeutender Wert. Die Rente aus der Berufs- oder Erwerbsunfähigkeitsversicherung ist dann wie ein Grundeinkommen, nur nicht bedingungslos. Dieses Grundeinkommen sorgt für Entspannung und Freiheit: Ihre Kund:innen können das eigene Leben nach einem Schicksalsschlag wieder neu ausrichten.

Moderne Arbeitsformen

Die Arbeitswelt ändert sich rasant. Diese Entwicklung wird auch nicht in wenigen Jahren abgeschlossen sein und plötzlich wieder zu einer Regelmäßigkeit zurückkehren. Was vielen älteren Kund:innen (nachvollziehbare) Angst einjagt, ist für Millennials und die Generation Z normal und attraktiv. Neue Berufe entstehen – die IHK kommt gar nicht mit den offiziellen Berufsbezeichnungen und Ausbildungen hinterher. War Teilzeit bis vor Kurzem noch eine Notlösung, wird sie für viele immer wünschenswerter. Homeoffice wird in vielen Bereichen und Branchen zur Wirklichkeit.

Diese Themen haben Auswirkungen auf die Einkommenssicherung. Das Gute: Auch die Versicherer ziehen nach und bringen neue Tarife auf den Markt. Diese bieten Antworten auf die modernen Formen der Arbeit. Der Vorteil der BU ist: Der aktuelle Beruf ist versichert, so wie er zuletzt ausgestaltet war. Machen Sie das deutlich. Zeigen Sie, dass Sie und die Versicherer für diese neuen Herausforderungen die passenden Lösungen haben.

Prävention

Für viele Vertreter:innen der Generation Y ist „quantified self“, also das Erfassen und Messen des eigenen Körpers, damit sie (vermeintlich) gesünder lebt, Alltag. Viele tragen

Smartwatches oder haben spezielle Apps, die Körperwerte messen und auswerten. Krankenkassen bieten Bargeld gegen Schritte an: Wenn du 10.000 Schritte am Tag läufst, bekommst du einen Euro. In der Prävention sehen und suchen viele die Chance, dass sie länger und gesünder leben. Natürlich ist das auch für Lebensversicherer interessant. Es gibt schon erste Versuche mit Tarifen, die gesundes Leben mit günstigeren Beiträgen belohnen. Ob sich das tatsächlich lohnt und für den Versicherungsgedanken vorteilhaft ist, möchten wir an der Stelle nicht erörtern. Tatsache ist aber: Das Thema ist aktuell und Sie sollten es berücksichtigen. Für einige junge Menschen kann es bestimmt ein Motiv sein, damit sie sich mit der eigenen Absicherung beschäftigen bzw. diese verbessern.

Fazit

Die Einkommenssicherung gilt allgemein als Königsdisziplin in der Beratung. Für die Generation Y haben wahrscheinlich nur wenige Versicherungsthemen einen so hohen subjektiven und objektiven Stellenwert. Außerdem begleiten Sie Ihre Kund:innen damit ein Leben lang. Die Chance, regelmäßige Einnahmen aus Anpassungen oder Erhöhungen zu generieren, ist deshalb besonders hoch. Das sind gute Gründe, damit Sie die Einkommenssicherung der jungen Zielgruppe auf die Agenda setzen. Sind Sie hier fit und agieren Sie auf Augenhöhe, ist der Erfolg sicher. Packen Sie es an!

Nicht verpassen! Online-Seminar-Reihe mit PROGRESS Finanzplaner

Sie müssen sich und Ihr Maklerunternehmen immer schneller auf eine immer komplexere und sich rasch verändernde Gesellschaft einstellen. Dabei möchten wir Sie mit unserer Online-Seminar-Reihe rund um den Vertrieb unterstützen.

Von Megatrends über Beratungsansätze bis zur Geschäftsmodellentwicklung: Tom Wonneberger von PROGRESS Finanzplaner stellt Ihnen neue Impulse und kreative Ansätze für den Versicherungsvertrieb der Zukunft vor.

ZUR VERANSTALTUNGSREIHE

¹ <https://www.pfefferminzia.de/studie-millennials-ziehen-offline-beratung-vor/>

² YouGov Marktforschung zum Online-Kaufverhalten Versicherung im Auftrag der BCG, 2019

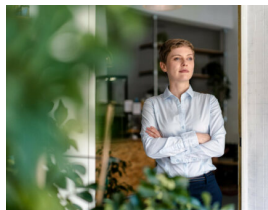
³ Bitkom Research (2019): <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Welche-Versicherungen-die-Deutschen-online-abschliessen>

⁴ Studie Nürnberger und FAZ-Institut 2018

⁵ Deutsche Rentenversicherung 2017

[Zur Startseite](#)

Die beliebtesten Artikel



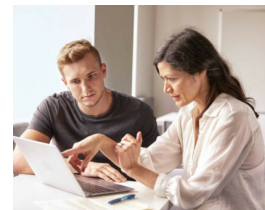
Das Unitised-With-Profits-Prinzip – krisenfest und weiterhin stark



Der (garantierte) Rentenfaktor: Mythos, Legende oder gar nur ein Märchen? – Teil 1



„Arbeitnehmer können bestehende Verträge einfach mitnehmen“



Mit der Doktor-Methode in 5 Schritten zur Einkommensabsicherung

u
g
s

Melden Sie sich zu unserem Newsletter an und erhalten Sie regelmäßig aktuelle Neuigkeiten und Unterstützung für Ihre Beratungsgespräche!

[ZUM NEWSLETTER ANMELDEN](#)

[zur Canada Life Website](#)

[Kontakt](#) [Nutzungsbedingungen](#) [Impressum](#) [Datenschutz](#)

© 2021 Canada Life. Alle Rechte vorbehalten.