



[Home](#) [Für Kunden](#) [Für Partner](#) [die Bayerische](#)

[Pangaea Life](#) [Die Löwen](#) [Impressum](#) [Datenschutz](#)



[Persönlich](#) [Bayerisch](#) [Klar](#) [Schnell](#)

[Transparent](#)

Geschäftsmodellentwicklung **die Bayerische** „Können wir bitte von unserem hohen Ross runterkommen?“

Von [die Bayerische](#) | 6. Februar 2019 | Tags:
[Finanzberatung](#), [Generation Y](#),
[Geschäftsmodellentwicklung](#), [PROGRESS Finanzplaner](#),
[Zielgruppen aufbauen](#)



Die Bayerische - "die Versicherung mit dem Reinheitsgebot" - zählt mit ihrer mehr als 160jährigen Geschichte zu den traditionsreichsten deutschen Versicherern. Wir freuen uns, Sie auf unserem Blog "umdenken.co" begrüßen zu dürfen.

Mit der Nutzung dieser Website erkennen Sie unsere Datenschutzerklärung an und stimmen dem Einsatz von Cookies zu.

[Ich habe die Datenschutzerklärung zur Kenntnis genommen.](#)

[Zur Datenschutzerklärung](#)



*Der **Zukunftscampus** rückt immer näher. Durch sein Workshop-Format verspricht er praktische Lösungsansätze statt Produktwerbung. Doch was genau erwartet die Besucher eigentlich?*

Dazu haben wir mit zwei der Coaches gesprochen: Stephan Busch und Tom Wonneberger von **PROGRESS Finanzplaner**. Warum viele in Sachen Geschäftsmodellentwicklung Nachholbedarf haben und wie genau sie das im Workshop angehen wollen, erklären die beiden im Interview.

umdenken.co: Herr Busch, Herr Wonneberger, ist ein Geschäftsmodell nicht für jeden Unternehmer Standard? Warum widmen Sie sich in Ihrem Workshop auf dem Zukunftscampus diesem Thema?

Stephan Busch: Ja, es sollte ein Standard sein, aber wir haben festgestellt, dass dem nicht so ist. Einige sind – böse gesagt – mittelmäßige bis gute Verkäufer. Das reicht in Zukunft nicht mehr. Ohne ein tragfähiges Geschäftsmodell, werden es die Kollegen zukünftig schwer haben. Unsere Vision ist es, die Branche nachhaltig positiv zu gestalten. Jemand, der mit dem Rücken zur Wand steht, also gegen sinkende Einnahmen und steigende Kosten kämpft, wird alles Mögliche an seine Kunden verkaufen, um zu überleben. Wir wollen erreichen, dass kompetente Kollegen, mit einem nachhaltigen Geschäftsmodell die wirklichen Probleme ihrer Kunden lösen. Davon profitieren alle: Kunden,

Mit der Nutzung dieser Website erkennen Sie unsere Datenschutzerklärung an und stimmen dem Einsatz von Cookies zu.

[Ich habe die Datenschutzerklärung zur Kenntnis genommen.](#)

Suchen ...

Beiträge nach Themen

> [Altersvorsorge](#)

> [Einkommenssicherung](#)

> [Gewerbeversicherung](#)

> [Hausratversicherung](#)

> [IDD-Richtlinie](#)

> [Kfz-Versicherung](#)

> [Kranken-Zusatzversicherung](#)

> [Rentenversicherung](#)

> [Riester Rente](#)

> [Safe Home](#)

> [Wohngebäudeversicherung](#)

Zukunftscampus 2019: Mehr als eine Vortragstour



Teilnehmer? Was können sie vorbereiten, um das volle Potenzial aus Ihrem Workshop zu schöpfen?

Tom Wonneberger: Zunächst: Wer bereits ein gutes und tragfähiges Geschäftsmodell und eine Zielgruppendefinition hat, sollte einen der anderen Workshops besuchen. Wer auf der Suche nach Methoden ist, sein eigenes Geschäftsmodell zu entwickeln, ist hier genau richtig! Wir erarbeiten uns gemeinsam sogenannte Personas. Diese helfen bei der Zielgruppenspezifikation. Außerdem führen wir eine der zahlreichen Kreativitätstechniken durch, mit denen die Kollegen neue Ansätze finden, um die wahren Probleme ihrer Kunden zu lösen. Zu guter Letzt geben wir noch einen Einblick in die Geschäftsmodellentwicklung anhand des Business Model Canvas. Mal schauen, wie viel wir in der knappen Zeit schaffen.

„Die teilnehmenden Kollegen sollten sich im Vorfeld Gedanken darüber machen, mit welcher Kundenklientel sie zukünftig zusammenarbeiten möchten. Je konkreter die Wunsch-Zielgruppe, desto besser. Ansonsten helfen Neugier und Offenheit.“ Tom Wonneberger

umdenken.co: Sie sind nicht nur als Finanzberater für Endkunden tätig, sondern beraten auch innerhalb der Branche zahlreiche Kunden. Welche Erfahrungen bringen Sie aus dieser Tätigkeit mit?

Stephan Busch: Aus der Begleitung von Versicherern und Banken haben wir gelernt, wie große Konzerne funktionieren und welche Schritte

Mit der Nutzung dieser Website erkennen Sie unsere Datenschutzerklärung an und stimmen dem Einsatz von Cookies zu.

[Ich habe die Datenschutzerklärung zur Kenntnis genommen.](#)

[Zur Datenschutzerklärung](#)

Frontalbeschallung. Workshops mit unmittelbarer praktischer Relevanz. Und Referenten, die einiges zu sagen haben. Das ist der [Zukunftscampus der Bayerischen!](#)

Jungmakler Award 2019



BU Kompetenz-Center



Infos, News und Praxistipps aus erster Hand: In unserem BU Kompetenz-Center unterstützen wir Sie bei der [qualifizierten BU-Beratung](#).

aber häufig genug sind das Lippenbekenntnisse. Innovation ist auch keine einmalige Sache nach dem Motto: „Wir machen da jetzt mal 'nen Workshop!“

„Wer echte Veränderung möchte, braucht einen langen Atem und Ausdauer. Innovation ist ein Marathon und kein Sprint.“

Tom Wonneberger: Die „Kleinen“, also die Makler, scheuen sich häufig, das Thema Geschäftsmodellentwicklung strukturiert anzugehen. Das liegt einerseits an der fehlenden Methodenkompetenz und andererseits an der Priorisierung. Hier lautet das Motto: „Das mache ich dann, wenn mal Zeit ist.“ Das ist in etwa so, wie wenn Privatkunden sagen: „Morgen fange ich wirklich mit Sparen und Altersvorsorge an!“ Die Kollegen sollten den Mut zur Veränderung aufbringen und sich feste Zeiten für ihre strategische Arbeit nehmen. Die Methoden sind kein Hexenwerk und erlernbar.

[umdenken.co](#): Sie versprechen für den Workshop konkrete Lösungen, die bereits am nächsten Tag anwendbar sind. Wie können wir uns das vorstellen? Haben Sie da ein Beispiele aus der Vergangenheit?

Stephan Busch: Wir verstehen unter „Lösung“ mehr als ein „In-3-Schritten-zum-Abschluss“. Die Lösung liegt vor allem in jedem selbst. Es geht uns um Selbstermächtigung. Wir zeigen Werkzeuge, die sich bewährt haben und dabei helfen. In die Hand nehmen und anwenden muss jeder das Werkzeug selbstständig. Wenn die Teilnehmer am Ende des Workshops einen konkreten Ansatz für sich

Mit der Nutzung dieser Website erkennen Sie unsere Datenschutzerklärung an und stimmen dem Einsatz von Cookies zu.

[Ich habe die Datenschutzerklärung zur Kenntnis genommen.](#)

Infos für Vermittler



IDD als Chance – fit für IDD: Unter diesem Motto steht bei uns die Umsetzung der neuen EU-Richtlinie. Als Vermittler möchten wir Sie gern profitieren lassen. [Informieren Sie sich in unserem IDD Special!](#)

Safe Home Special

Workshops (der jedoch über 2,5 Tage ging) stand am Ende ein konkretes Geschäftsmodell für eine konkrete Zielgruppe, die einer der Teilnehmer so umsetzen wollte. Soweit werden wir in knapp drei Stunden natürlich nicht kommen. Aber die Ansätze können wir zeigen.



umdenken.co: Ein großes Thema ist bei Ihnen der Zugang zur Generation Y unter dem Motto „die neue Ehrlichkeit“. Was meinen Sie damit?

Stephan Busch: Jeder hat das beste Produkt, die beste Beratung, das schlaueste Konzept. Können wir bitte alle mal etwas demütiger werden und von unseren sehr hohen Rössern runter kommen? Nicht nur die Generation Y ist nämlich schwer genervt davon. Seid fachlich und sozial kompetent. Sagt, wenn Ihr etwas nicht wisst oder könnt und empfiehlt kompetentere Kollegen. Denkt immer daran: Hier geht es im Zweifel um die Existenz einer Familie. Versteckt Euch nicht hinter Fachchinesisch und Marketinggewäsch. Ihr macht auf Öko und Nachhaltigkeit? Dann lebt das auch und redet nicht nur davon.

Versichern heißt, Sicherheit schaffen. Und genau darum geht es bei Safe Home. Wir schaffen eine komplett neue und umfangreiche Absicherung für zuhause. Vorsorge, Versicherung und Hilfe werden eins – jede der drei Komponenten übernimmt einen wichtigen Part.

MEHR ERFAHREN

umdenken.co: Herr Busch, Herr Wonneberger, vielen Dank für den Vorgeschmack!

[Zum Berater Portal](#)

Noch nicht angemeldet? Hier geht's zur Anmeldung zum Zukunftscampus 2019.



Beraterportal

Titelbild: ©PROGRESS Finanzplaner

Beratersuche

Sie interessieren sich für die Angebote der

Mit der Nutzung dieser Website erkennen Sie unsere Datenschutzerklärung an und stimmen dem Einsatz von Cookies zu.

[Ich habe die Datenschutzerklärung zur Kenntnis genommen.](#)

[Zur Datenschutzerklärung](#)