



ZIELGRUPPE GENERATION Y

Wie Sie die „Hochverdiener, die noch nicht reich sind“ richtig beraten

Die Versicherungsmakler und Generation-Y-Experten Stephan Busch (rechts) und Tom Wonneberger.

Jacquemin

Von Redaktion 28.07.2021 um 10:58

 [ARTIKEL DRUCKEN](#)
WERBUNG

 **Lesedauer: ca. 03:40 Min**

Kennen Sie HENRY? Hinter dem Namen verbirgt sich die Zielgruppe der „High Earners Not Rich Yet“ – zu Deutsch: „Hochverdiener, die noch nicht reich sind“. Diese Vertreter der Generation Y sind eine spannende, wenn auch anspruchsvolle, Zielgruppe für Vermittler, wissen die Versicherungsmakler Stephan Busch und Tom Wonneberger von Progress Finanzplaner. In ihrem Gastbeitrag erklären Sie, worauf es bei der Beratung ankommt.

WERBUNG

HAFTPFLICHT HEILWESEN

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

 Alte Leipziger

Wer ist HENRY?

HENRY ist ein junger Amerikaner von vielleicht 30 Jahren, der in der Tech-Branche arbeitet, in Los Angeles wohnt, gut 150.000 Dollar im Jahr verdient, gern Kaffee bei Starbucks trinkt, aber kein Geld auf der hohen Kante hat.

HENRYs sind Millennials, die zwar viel verdienen, aber damit bislang kein nennenswertes Vermögen aufgebaut haben. HENRY steht für „High Earners Not Rich Yet“ (auf Deutsch übersetzt: „Hochverdiener, die noch nicht reich sind“). Der Begriff ist 20 Jahre

alt stammt aus den USA und wurde von Shawn Tully in einem Artikel für die Zeitschrift „Fortune“ geprägt.



WERBUNG



WERBUNG

VERTRIEBSTIPP

Wie Makler mit Content-Marketing die Generation Y erreichen ▶



ABSICHERUNG DER FREIHEIT

So gelingt die Einkommenssicherung in der Generation Y ▶



In den USA sind HENRYs Personen der Generation Y mit einem Jahreseinkommen von 100.000 bis 250.000 Dollar, also rund 100.000 bis 250.000 Euro. HENRYs verdienen zwar weit überdurchschnittlich, haben aber aufgrund hoher Mieten und ihres verschwenderischen Lebensstils und der hohen Studienkredite kein Vermögen aufbauen können.

Wer sind HENRYs in Deutschland?

Zwar stammt der Begriff aus den USA, doch auch hier bei uns in Deutschland gibt es HENRYs. Das Medianeinkommen (50 Prozent verdienen weniger, 50 Prozent verdienen mehr) lag 2017 in Deutschland bei 2.000 Euro für eine Person. Von der Mittelschicht sprechen wir in Deutschland – je nach Definition – von Haushalten, die 60 bis 200 Prozent oder 70 bis 150 Prozent des mittleren Einkommens haben. Für einen Zwei-Personen-Haushalt bedeutet also ein Haushaltsnettoeinkommen von 2.000 bis 4.000 Euro die Zugehörigkeit zur Mittelschicht. Ein Zwei-Personen-Haushalt, der zusammen über 4.000 Euro im Monat zur Verfügung hat, darf sich also bereits als „reich“ bezeichnen. Ein Zwei-Personen-Haushalt, der über 6.000 Euro netto verfügt, zählt gar bereits zu den obersten 10 Prozent in Deutschland.

Wir zählen einen Großteil unserer Mandanten zu diesem Kreis. Unserer Erfahrung nach sind das vor allem: Ingenieure, Beamte, Lehrer, Informatiker, selbstständige Berater, Steuerberater, Anwälte, Ärzte, leitende Angestellte, Geschäftsführer. Meist haben sie (noch) keine Kinder. Sie sind überwiegend Akademiker, leben in den größeren Städten, sind progressiv und mobil. Unserer Einschätzung nach sind sie keine seltene Spezies, sondern kommen viel häufiger vor, als wir glauben. Die mangelnde Wahrnehmung resultiert häufig daher, dass die Lebensverhältnisse vielen Kolleginnen und Kollegen nicht bekannt sind.

Warum haben HENRYs ein hohes Einkommen?

HENRYs leisten sich einen Lebensstil, der zwar nicht unbedingt zu ihrem finanziellen Background passt. Es sind keine klassischen „Reichen“ mit vermögungsorientiertem Lebensstil, die in ländlichen Gebieten zu arbeiten, könnten sie sich den Lebensstil nicht mehr leisten. Hinzu kommen die hohen Fixkosten in den USA, die durch den Kauf von Immobilien entstehen. Wie Studien- oder Ratenkredite. Vor allem in



Da in Deutschland sowohl die Lebenshaltungskosten als auch die Studienkosten geringer sind, ist das Phänomen nicht ganz so präsent. Dennoch zeigt sich vor allem in den großen Ballungszentren aufgrund der steigenden Miet- und Wohnkosten eine Tendenz zu einem höheren Lebensstandard. Hinzu kommen eine eher schwach ausgeprägte Finanzkompetenz und die fehlende Notwendigkeit, sorgsam mit dem Geld umzugehen. Denn: Das hohe Gehalt kommt ja jeden Monat und ermöglicht den Lebensstil. Nur leider ist das Gehalt als unterschätzter Faktor bei der Nachwuchsgewinnung weniger bekannt. Aus diesem Grund sparen die HENRYs weder, noch investieren sie Überschüsse.



Zwei Produkte für verantwortungsbewusste Arbeitgeber [1](#) / [2](#) / [zur Startseite](#)



[BEITRAG LESEN](#)



MEHR ZU [WELCHE HONORARFORMEN EIN BERATER WÄHLEN KANN](#)
[KOLUMNEN](#) [KUNDENBERATUNG](#) [VERTRIEB](#) [VORSORGE](#)
[BEITRAG LESEN](#)



„Bürgerversicherung ist vom Tisch – sehr gute Nachricht für Vermittler“
[BEITRAG LESEN](#)

mentare



Durch den Policenverkauf lassen sich bis zu 15 Prozent über Rückkaufswert erzielen
[BEITRAG LESEN](#)

mentare

[ANMELDEN](#) [REGISTRIEREN](#)

[KOMMENTIEREN](#)

hier gibt's insider-tipps

andsafe forum

So geht moderner Vertrieb.

WERBUNG

andsafe forum

So geht moderner Vertrieb.

WERBUNG



HDI

Mega unterwegs! Mit der Kfz-Versicherung von HDI.

Jetzt informieren!

DIE FRISCHESTEN BRANCHEN-NEWS!

05/2021

DAS FACHMAGAZIN FÜR
VERSICHERUNGSHELDEN

Pfeffer minzia

Gesundheitsservices in der BU-Versicherung

WERBUNG



NEUE BERATUNGSSCHANCEN FÜR MAKLER

PRINTAUSGABE ODER FLIPBOOK

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

Pfefferminzia

Mediaanalyse 2021



**Hohe
Reichweite
Print**

(42 %) 6 x p.a.

[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