



KOLUMNE

Generation Y sucht Sinn statt Status

Von *Stephan Busch und Tom Wonneberger* 12.12.2019 10:56, aktualisiert am 07.01.2020 11:43

Wer kennt sie noch? Die Werbung der Sparkasse, die eine ganze Generation beschrieb: „Mein Haus, mein Auto, mein Boot!“ Der Schober und der Schröder stehen für einen Typus, dem es vor allem um Status ging, beziehungsweise geht. Die konnte man gut mit Renditeversprechen erreichen und ihnen dazu noch die passenden Versicherungen verkaufen.

Diese Zeiten sind (zum Glück) vorbei, wenn es um den Großteil der Generation Y geht. Der Wirtschaftsprofessor und Unternehmensgründer Günter Faltin hat das Buch „Kopf schlägt Kapital“ geschrieben und beschreibt darin eine andere Art, Unternehmen zu gründen. Für die Beratung der Generation Y heute könnten wir sagen: Sinn schlägt Status.

Heute würden Schober und Schröder eher mit ihrem Sabbatical, ihrer 25-Stunden-Woche oder ihrem Ehrenamt „angeben“. Dahinter steckt die vermehrte Sinnsuche in einer nahezu vollständig saturierten Welt, in der die Generation Y aufgewachsen ist. Die Millennials hinterfragen den Status quo und wollen ihn ändern. Zu tun gibt es genug: Klimawandel, wachsende soziale Unterschiede, leergefischte Meere und so weiter.

Das gilt auch und vor allem für das Thema Finanzen. Andere Themen und Konzepte als Rendite und Sicherheit rücken in den Fokus: Nachhaltigkeit, Sharing Economy, positiver Beitrag, Flexibilität et cetera. Das verlangt vielfach andere Lösungen, als Makler und Maklerinnen bisher klassisch anbieten: Versicherungen oder ewig laufende Sparverträge. Hinzu kommt, dass die junge Zielgruppe generell wenig Vertrauen in Finanzberater hat.

Von Angstmacherei verabschieden

Werden Sie Finanzen-Coach oder Trainer für Millennials statt bloßer Versicherungsvermittler. Die reine Versicherungsvermittlung wird zunehmend online und digital. Hier, glauben wir, wird zukünftig kaum noch etwas zu holen sein. Entscheidend ist die Hilfestellung und Beratung vorab. Die wird gesucht und honoriert. Machen Sie sich so unabhängiger von Provisionsdeckel und Co. Helfen Sie ihrer jungen Zielgruppe, mit ihrem Geld „Gutes“ und „Sinnstiftendes“ zu tun. Das ist am Ende des Tages häufig genug kein klassisches Finanzprodukt, für das es Courtagel gibt. Das Erlebnis und der Kundenservice werden wichtiger als der reine Verkauf von Policen.

Verändern Sie Ihre Kommunikation und Außenwahrnehmung. Verabschieden Sie sich von Angst („Jeder vierte wird berufsunfähig!“ oder „Jede X-te ist von Altersarmut bedroht!“) und Gier („6 Prozent Rendite, MINDESTENS!“ oder „Hunderte Euro Beiträge sparen!“). Begrüßen Sie Mut, Selbstbestimmung und Genügsamkeit. Wer weniger konsumiert, braucht weniger Einkünfte, muss weniger arbeiten und hat mehr immaterielle Bedürfnisse. Auf das veränderte Verhalten sollten Sie sich einstellen. Stellen Sie Fragen, finden Sie Antworten.



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](#)

