

Kolumne

## Welche Markeneigenschaften für die Generation Y wichtig sind

**Um die Generation Y – und auch jede andere Zielgruppe – zu erreichen, braucht es eine konsistente Markenstrategie. Je klarer die Marke ist, also Positionierung und Kommunikation, desto besser findet die Zielgruppe einen auch, sind die Versicherungsmakler Stephan Busch und Tom Wonneberger überzeugt. Welche Markeneigenschaften der Generation Y wichtig sind, erfahren Sie hier.**

Eine Marke sollte aktuell sein beziehungsweise ein aktuelles Thema aufgreifen. Das kann bei der jungen Zielgruppe zum Beispiel das Thema Nachhaltigkeit sein.

Eine Marke sollte klar und deutlich sein. Bild- und Wortsprache müssen passen. Das sollte sich durch die gesamte Online- und Offline-Kommunikation ziehen. Hierzu zählt auch die Erscheinung des Maklers und seines Büro selbst. Ein offenes, frisches Auftreten darf sich also nicht nur auf Facebook beschränken.

Die Marke sollte einen eigenen Stil haben, der natürlich zur Zielgruppe passen muss. Gut sind Elemente mit Wiedererkennungswert. Das können Farben, Schriftarten, Begriffe oder grafische beziehungsweise fotografische Elemente sein.

Eine gute Marke sollte den Nutzer oder Käufer glücklich machen. Wie soll das öde Thema Versicherung jemanden glücklich machen? Naheliegend ist da natürlich die gute Unterstützung im Schadenfall. Andererseits könnten das aber auch bestimmte Service-Versprechen oder die Unterstützung gemeinnütziger Vereine sein.

### **Aktiv Bewertungen einholen**

Ein guter Ruf ist wichtig. Größere Maklerunternehmen können beispielsweise durch eine externe Prüfung und Siegel Qualität beweisen. Andererseits kann jeder seine Mandanten zu Fürsprechern machen und Bewertungen und Testimonials einholen. Maklerinnen und Makler können diese Kundenmeinungen auf Portalen, Social-Media-Präsenzen und auf der Homepage zeigen.

Schließlich sollte eine Marke authentisch sein. Stockfotos? Keine Chance! Gekaufte Kundenbewertungen? Bloß nicht! Gerade kleine Maklerhäuser können bei der Authentizität gegenüber größeren Unternehmen punkten. Vor allem in einer digitalisierten Welt gewinnt die persönliche Beziehung bei so einem sensiblen Thema wie Finanzen besonderes Gewicht.

Dieser Artikel erschien am **06.03.2019** unter folgendem Link:

<https://www.pfefferminzia.de/kolumne-welche-markeneigenschaften-fuer-die-generation-y-wichtig-sind/>