



Deutschland
EUR 6,00

NR. 4 · APRIL 2021
39. JAHRGANG
ÖSTERREICH EUR 6,70
www.cash-online.de

Special Digitalisierung
Trends und Tools für Anlage und Beratung

Cash.

VERSICHERUNGEN,
FONDS,
SACHWERTE



ALTERSVORSORGE

Nachhaltig und flexibel anlegen

Swiss Life
bringt neue grüne
Fondspolice auf
den Markt

Jan-Peter Diercks,
Swiss Life Deutschland:
„Viele Menschen wollen
langfristig nachhaltig
und individuell
angepasst für das Alter
investieren.“

SACHVERSICHERUNG Bester Schutz für Wohngebäude · **STRATEGIE** HDI Leben-Chef

Dr. Patrick Dahmen im Gespräch · **USA-FONDS** Was die Ära Biden für Anleger bringt ·

FIRMENVERSICHERUNG Experten-Gespräch über Potenziale für Makler · **BERATUNG** Wie der Finanzvertrieb
die Corona-Krise meistert · **WOHNIMMOBILIEN** Perspektiven für den Krisen-Gewinner

KOLUMNE

Martin Limbeck

ist Wirtschaftssenator (EWS), Mitglied des BVMW Bundeswirtschaftssenats und einer der führenden Experten für Sales und Sales Leadership in Europa.



Null Bock auf Versicherungen? So gewinnen Sie die Generation Z

Egal, ob Haftpflicht-, Hausrat- oder Lebensversicherung: Die wenigsten jungen Menschen haben diesbezüglich vorgesorgt und passende Policen abgeschlossen. Eine Studie der Managementberatung BearingPoint belegt, dass sich sage und schreibe 41 Prozent der jungen Erwachsenen nicht für Versicherungen interessieren! Eine Zahl, die aus meiner Sicht wirklich erschreckend ist. Nicht nur, weil ein Großteil dieser jungen Menschen sein Leben wahrscheinlich komplett unterversichert bestreitet. Sondern auch auf Grund der Chancen, die sich Makler und Berater entgehen lassen.

Klar, das Thema Versicherungen ist auf den ersten Blick nicht sonderlich sexy. Vor allem nicht für Anfang 20-Jährige, die gerade den Beginn des Erwachsenseins in vollen Zügen genießen und dabei primär Dinge wie die erste eigene Wohnung, ein Auto oder die neuste Spielkonsole im Hinterkopf haben. Einerseits verständlich – in dem Alter habe ich mich auch quasi unbesiegt gefühlt und habe nicht mal im Traum daran gedacht, dass ich irgendwann alt und möglicherweise nicht mehr so fit sein würde. Zum Glück habe ich schon immer ein sehr enges Verhältnis zu meinen Eltern gehabt. Sie haben mir schon als jungem Kerl nahegelegt, dass ich mein Geld nicht zum Fenster rauswerfen, sondern immer auch ein Auge auf die Zukunft richten soll. Dafür bin ich ihnen extrem dankbar. Doch dieses Glück haben nicht alle Jugendlichen. Hier sind Sie als Makler und Berater gefragt – denn diese Altersklasse ist Ihre Zielgruppe von morgen!

Warum sich der Fokus auf die Jungen lohnt

Auf den ersten Blick sind junge Erwachsene keine sonderlich lukrative Zielgruppe. Krankenversicherung und Haftpflicht haben oftmals noch die Eltern abgeschlossen. Und dann kommt erst mal eine große Lücke. Themen wie Hausfinanzierung, Rente und Lebensversicherung werden erst einige Jahre später interessant, wenn die jungen Menschen beruflich Fuß gefasst haben und ihre Zukunftsplanung in Angriff nehmen. Doch genau diese Lücke ist Ihre Chance, um als Makler eine Beziehung aufzubauen. Zum Beispiel über eine KfZ- oder Hausratversicherung. Eine Investition Ihrerseits, die sich später auszahlt, wenn Ihre jungen Klienten dann in die gerade beschriebene „Nestbauphase“ kommen.

Doch wie wird diese Zielgruppe überhaupt auf Sie aufmerksam? Fakt ist: Versicherungen sind ein Thema, das die Generation Z mit Gefühlen wie „kompliziert“, „langwierig“ oder „teuer“ in Verbindung bringt. Sie dürfen nicht außer Acht lassen, dass vielen jungen Erwachsenen zu Beginn ihrer beruflichen Laufbahn oft nur wenig finanzieller Spielraum bleibt. Hier liegt es an

Ihnen, ihren Kunden zu zeigen, dass Versicherung auch ganz anders laufen kann. Nämlich schnell, einfach, maßgeschneidert auf die persönliche Lebenssituation – und digital. Die Umfrage von BearingPoint ergab nämlich, dass nur jeder fünfte Jugendliche noch mit einem Versicherungsmakler in Kontakt treten möchte. Das bedeutet jedoch noch lange nicht, dass Sie schon den Kopf in den Sand stecken können. Vielmehr sind jetzt Finger-spitzengefühl und eine gut durchdachte Strategie gefragt.

Einfach, schnell und online: So erreichen Sie Ihre neue Zielgruppe

Die Generation Z setzt bevorzugt auf digitale Kanäle, um berufliche wie private Angelegenheiten zu klären. Am liebsten mit so wenig Kontakt und so schnell und einfach wie möglich. Kein Wunder also, dass Vergleichsportale wie Check24 boomen. Doch wenn es um Geldanlagen und Altersvorsorge geht, wird auch die jüngere Generation noch das Bedürfnis nach einem Berater haben, der ihnen die bestmöglichen Lösungen aufzeigt. Vorausgesetzt, sie vertrauen ihm. Die folgenden Tipps unterstützen Sie dabei, einen Draht zu Ihren Kunden von morgen aufzubauen:

- **Ansprache:** Mit Newslettern, Flyern und Co. werden Sie die junge Generation nicht erreichen. Wir sprechen hier von Digital Natives, die mit dem Smartphone in der Hand aufgewachsen sind! Sie müssen daher dort unterwegs sein, wo auch Ihre Zielgruppe ist. Schalten Sie z.B. Anzeigen auf Facebook und Instagram, setzen Sie auf informative, zugleich jedoch auch witzige Postings und Stories.

- **Content:** Mit langen Rechenbeispielen werden Sie Ihre junge Zielgruppe garantiert nicht begeistern. Auch nicht mit Testimonials von langjährigen Kunden, die sich freuen, dank Ihrer Unterstützung jetzt ihren Ruhestand genießen zu können. Das ist viel zu weit weg von der Lebenswirklichkeit der Generation Z! Geben Sie den jungen Menschen lieber Beispiele, in denen sie sich wiederfinden. Etwa so: „Wer zahlt, wenn du aus Versehen Cola über den Laptop deines Kumpels kippst? Oder wenn das Auto deiner Nachbarin beim Einparken doch näher als gedacht stand? Viele Fragen, eine Antwort: deine Schutzengel-Haftpflichtversicherung.“

- **Einfach und verständlich:** Hier ist Apple immer noch eines der besten Beispiele. Wer aktuell auf die Website des Unternehmens geht und sich für ein neues Smartphone interessiert, hat die Wahl zwischen fünf Geräten, die sich sehr leicht miteinander vergleichen lassen. Besser geht's nicht! Kommunizieren Sie Ihre Produkte und Leistungen so, dass Ihre Zielgruppe die wesentlichen Informationen bekommt: knapp, einfach und auf den Punkt.

- **Digital:** Im Idealfall läuft ein Vertragsabschluss bei Ihnen so leicht wie die „One-Click“-Kauffunktion bei Amazon. Oder zumindest ansatzweise. Verschrecken Sie Ihre jungen Klienten nicht mit ellenlangen Präsentationen und komplizierter Sprache. Machen Sie die Beratung per Videocall, klären Sie kurze Fragen zwischendurch per Chat – und der Vertrag wird einfach per E-Mail oder Messenger geschickt und per Fotoupload bestätigt.

Denken Sie immer daran: Für die Generation Z ist es selbstverständlich, dass sie alles online erledigen kann – und zu jeder Zeit. Entsprechend punkten hier Versicherer, die diese Entwicklung mitgehen. Natürlich wird es für Sie erst einmal eine Umstellung sein. Doch glauben Sie mir, es lohnt sich. Erweitern Sie den digitalen Horizont Ihres Geschäfts – und investieren Sie damit in Ihre Zukunft.