

Was passiert vor Ort im BU-Marketing? Nix!

# Ein Blick durch die Gemeinden



Rund 400 Tageszeitungen bedienen Tag für Tag die deutschen Haushalte. Jede Tageszeitung hat eine, wie auch immer benannte, Veranstaltungsübersicht. Da findet sich alles, was für den Leser, meist Abonnenten, vor Ort von Interesse sein kann: Volkshochschulangebote, Sportvereine, Feuerwehrest, Theater und mehr. In den Copy-Tests der Werbewirtschaft dokumentiert sich seit Anbeginn: Ja, der Veranstaltungsteil einer Tageszeitung hat stets gute Kontaktzahlen. Aber wo sind Sie in diesem Umfeld zu finden, Sie der Makler?

Lassen Sie uns einmal einen Monat lang genau den Veranstaltungsteil unserer Tageszeitungen auswerten. Finden wir eine Veranstaltung zum Thema Arbeitskraftabsicherung? Nein! Warum nicht? Ja, dann fragen Sie einmal die Makler vor Ort. Sie finden tausend „aber“.

Kurzum: Das Thema wurde in der Bundesrepublik noch nie beherzt und systematisch in Angriff genommen. Man verlässt sich auf bedrucktes Papier, Internet und die Kraft der bösen statistischen Daten hinsichtlich des Risikos seine Arbeitskraft zu verlieren.

Dabei geht es doch nur um Eines: Kontakt vor Ort. Mit den Menschen reden. Ohne ein Gespräch geht gar nichts. Jeder Makler weiß es, doch kaum keiner baut sich zielstrebig einen BU-Markt auf.

Man zeigt auf die Versicherer. Die sollen mehr tun für das Problembewußtsein in der Bevölkerung.

Das ist jedoch vorhanden. Es mangelt an einer Marketingstrategie des Maklers, um Problembewußtsein in Handlung umzusetzen.

Darum finden wir in den Veranstaltungsteilen unserer Tageszeitungen keine Veranstaltungen zum Thema Arbeitskraftabsicherung. Man ist sich zu fein, jede Woche einen Informationsabend oder Frühschoppen anzubieten. Da kommt ja doch keiner, heißt es. Habe ich früher mal versucht.....

Vertane Jahre von Marktteilnehmern, die die leichtesten Chancen nicht genutzt haben. Makler, die nicht wissen wollen, dass nach einem leeren Saal ein

leicht gefüllter Saal kommt. Menschen, die das Thema Mund zu Mund Propaganda und Empfehlung immer nur in Motivationsbüchern lesen – aber niemals umsetzen. Getrieben von der Idee des schnellen Erfolgs hat man die Geldscheine auf der Straße übersehen.

**Rückblick**

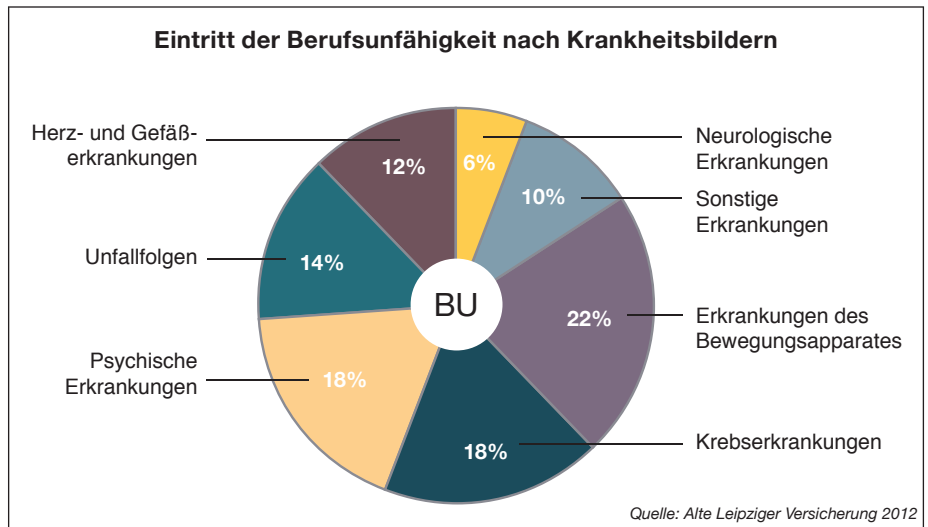
Fragen Sie Makler, die seit 30 Jahren im Markt sind, was diese alles nicht (!) getan haben, um sich in der Region zu positionieren. Beispiel: Rechnen Sie 30 x 52 Wochen, in denen man in der Tageszeitung hätte präsent sein können.

Das wären 1560 Einladungen zu BU-Informationsveranstaltungen gewesen. Mindestens 10 Prozent der angebotenen Veranstaltungen hätten sicher stattgefunden.

den. Sagen wir 3 lohnende Kontakte pro Veranstaltung; ohne daraus resultierende Empfehlungen. Summe: 468 BU-Kunden. Das wäre doch was gewesen. Bei nur 10 Prozent Erfolgsquote. Doch was macht der Makler lieber: Er steigt in den Lead-Zirkus ein und bezahlt gutes Geld. Und jammert. Versteh' einer den Vertrieb.

**Markt-Potenzial**

Gemäß einer YouGov-Studie\* vom Mai 2012 konnten sich 16 Millionen Erwerbstätige einen BU-Abschluss in den kommenden 18 Monaten vorstellen. Lediglich 25 Prozent der Erwerbstätigen in Deutschland zwischen 16 und 50 Jahren haben sich jedoch bisher für eine Berufsunfähigkeitsversicherung entschieden.



**Eintritt der Berufsunfähigkeit nach Alter:** Fast jeder 5. Berufsunfähige ist noch keine 40 Jahre alt!

unter 30 Jahre	7%
31 bis 40 Jahre	12%
41 bis 50 Jahre	23%
51 bis 60 Jahre	48%
61 bis 65 Jahre	10%

Laut dieser Befragung haben 85 Prozent der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zwischen 16 und 50 Jahren sich bereits Gedanken zur Berufsunfähigkeit gemacht.

Vier von fünf Erwerbstätigen halten zudem eine Berufsunfähigkeitsversicherung für wichtig. Jeder zweite Erwerbstätige in Deutschland zwischen 16 und 50 Jahren ohne Berufsunfähigkeitsversicherungsschutz kann es sich zumindest »vielleicht« vorstellen, in den kommenden 18 Monaten eine Berufsunfähigkeitsversicherung abzuschließen.

Dies sind bezogen auf die Gesamtbevölkerung mehr als 16 Millionen Personen, die einem entsprechenden Beratungsangebot offen entgegenzutreten würden.

#### Alles eine Frage des Preises

Wenn Personen trotz hohen Interesses keine Berufsunfähigkeitsversicherung abschließen, liegt dies meistens an der Höhe der monatlichen Beiträge. Andere mögliche Gründe, wie fehlende Transparenz oder Gesundheitsprüfungen, wirken laut dieser Studie weniger hemmend.

#### Berufsunfähigkeitsversicherung als echte Existenzsicherung

Etwa 70 bis 90 Prozent derjenigen, die eine Berufsunfähigkeitsversicherung besitzen, haben laut Franke & Bornberg nur einen Anspruch auf weniger als 1000 Euro BU-Rente. Der GDV nennt eine durchschnittliche BU-Rente von 558 Euro im Monat.

#### Ein Klassiker

» Mensch, denk doch mal nach: Je jünger, desto geringer ist Dein Beitrag. Willst Du etwa lieber Deinen Blechpalast schützen oder die eigene Haut? 800,- Euro im Jahr für den Super-Golf oder 600,- Euro im Jahr für eine monatliche BU-Rente von 1000,- Euro. Na, was ist das bessere Geschäft? «

\* [www.yougov.de](http://www.yougov.de)

# NEU Ihr großes, kostenfreies Fach-Magazin

## „Makler & Pflege“

Unabhängig · kompetent · verkaufsfördernd



### Die Rubriken

- Bausteine der Pflege-Beratung
- So beraten Kollegen
- Makler & Vergütung
- Rating Pflege-Bahr
- Rating Pflegetagegeld
- Pflegelücke ermitteln
- Seminare
- Bedingungswerke im Vergleich
- Produkt
- Gesellschaften im Gespräch
- **Kunden-Service-Seiten kostenfrei zum Download**
- **Kundenzeitschrift kostenfrei zum Download**

6 x jährlich, einfach zum kostenfreien Download.  
Mit vielen Kunden-Service-Seiten für Ihr Marketing.  
**Zu Ihrer Anmeldung > [www.makler-pflege.de](http://www.makler-pflege.de)**