

GENERATION Y

„Nachhaltigkeit wird Tag für Tag an Bedeutung gewinnen“

Von René Weihrauch

14.10.2020 10:32, aktualisiert am 14.10.2020 10:32

Pfefferminzia: Was erwartet die Generation Y beim Thema Nachhaltigkeit von einem V

Stephan Busch: Im Grunde ist Nachhaltigkeit schon länger keine Frage mehr der Genera
Aber ja: Die Generation Y hat schon einen besonders starken Fokus auf das Thema. Dies
Verhältnis zu Geld und zur Finanzindustrie. Wie in anderen Lebensbereichen gilt für sie
Verkehr: Für ihre Eltern und Großeltern war ein dickes Auto ein Statussymbol und deswi
Generation Y ist ein SUV eher verpönt, weil sie eher dessen klimaschädliche Eigenschaft
stellen. Warum soll ich eine Riesenmenge CO₂ in die Luft stoßen, nur um von A nach B z

Das bedeutet für Makler?

Eine Studie aus dem Herbst 2019 hat ergeben, dass in der Generation Y 85 Prozent zu ein
würden. Für den Makler ergibt sich daraus: Er muss zum einen nachhaltige Versicherun
Versicherern anbieten. Er muss sich aber auch selbst nachhaltig aufstellen – sofern er di

Also den SUV schnell um die Ecke parken, wenn die Generation Y zum Beratungsgesprä

Genau (lacht)! Nein, im Ernst: Nachhaltigkeit bedeutet nicht nur, nachhaltige Produkte
Unternehmens-DNA sein – auch bei Maklern. Kunden müssen spüren, dass sie jemand
verstanden hat und selbst umsetzt. Der eben keinen SUV fährt, sondern vielleicht ein E-
Dienstfahrräder angeschafft hat. Der sein Büro papierlos organisiert, der Ökostrom nutz
Plastikfolie verpackt sind. Kunden aus der Generation Y achten auf so etwas. Geht einer
stellt niemand von heute auf morgen komplett auf Nachhaltigkeit um. Man kann aber
wesentlicher Teil meiner beruflichen Philosophie.

Was sind denn überhaupt nachhaltige Versicherungsprodukte?

Da gibt es bereits einiges. Zum Beispiel Hausratversicherungen, die im Schadensfall bis ein nachhaltiges Ersatzprodukt kauft, etwa energiesparende Elektrogeräte. Ähnliche Haftpflichtversicherungen, wenn der Geschädigte dazu bewegt werden kann, ein nach beschädigte Sache reparieren zu lassen, statt neu zu kaufen. Für viele Kunden ist aber vor Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Versicherer in seinem eigenen Unternehmen umsetzt, erwähnten Studie erklärten 87 Prozent der Teilnehmer, sie wollten kein Unternehmen für

Die Zurich geht bei dem Thema aktuell in die Offensive, will beispielsweise bis 2050 treu. Sie solche Programme oder auch Aktionen wie die Zurich Green Week aus diesem Herbst

Das ist ein sehr gutes Beispiel für nachhaltiges Verhalten von Versicherern, weil es sehr gesagt: Wir sind noch nicht zu 100 Prozent nachhaltig, aber wir haben verstanden und immer ein Prozess und kein Ergebnis, auf dem man sich dann ausruhen kann.

Wird Nachhaltigkeit auch in Zukunft ein Thema bleiben oder wird es angesichts von Corona Hintergrund treten?

Nachhaltigkeit wird Tag für Tag an Bedeutung gewinnen. Durch Corona ist das Thema ja Gegenteil. Vielen Menschen wurde bewusst: Hey, im Homeoffice kann ich mir ja das Problem haben erlebt, wie schnell eine Situation kippen kann, wie global das ganze System ist, was ist. Nachhaltigkeit wird das zentrale Menschheitsthema der Zukunft sein. Für Unternehmen ein riesiges Potenzial.



René Weihrauch

René Weihrauch arbeitet seit 35 Jahren als Journalist. Einer seiner Schwerpunkte Neben Pfefferminzia schreibt er für mehrere bundesweit erscheinende Zeitungen und Medienagenturen.

MEHR ZU

► [KUNDENBERATUNG](#) ► [VERTRIEB](#)

► [ZÜRICH INSIDE](#)

