expertenReport

Quelle: Redaktion experten.de / KI-generiert

Jungmakler Award 2026: Was die Finalisten über den Wandel des Maklerberufs verraten

Michael Fiedler

Zwölf junge Vermittler haben das BundesCasting des Jungmakler Awards 2026 erreicht. Auffällig ist dabei weniger die Zahl der Finalisten als die Entwicklung ihrer Geschäftsmodelle. Klare Positionierung, eigenständige Marken und spezialisierte Zielgruppen gehören inzwischen selbstverständlich zum unternehmerischen Selbstverständnis vieler Nachwuchsmakler – eine Entwicklung, die sich seit Jahren verstärkt.

Zwölf Unternehmer kämpfen um den Jungmakler Award

Der Jungmakler Award 2026 geht in die entscheidende Phase. Nach den DigitalCastings stehen die zwölf Finalisten fest, die am 14. und 15. September beim BundesCasting in München antreten. Dort entscheidet sich, wer beim renommierten Nachwuchswettbewerb der Versicherungs-, Finanz- und Immobilienbranche den Einzug auf das Siegerpodest schafft. Die Preisverleihung findet am 27. Oktober im Rahmen der DKM in Dortmund statt. Für Veranstalter Tobias Knörrer, Geschäftsführer der bbg Betriebsberatungs GmbH, zeigt der Wettbewerb erneut, wie unternehmerisch die nächste Generation der Branche denkt. Besonders beeindruckend seien die Klarheit der Geschäftsmodelle sowie die Verbindung von fachlicher Kompetenz, Innovationsbereitschaft und konsequenter Kundenorientierung.

Positionierung wird zum Standard

Der Blick auf die Finalisten zeigt eine Entwicklung, die sich bereits seit einigen Jahren abzeichnet. Mit der Neuausrichtung des Wettbewerbs rückten unternehmerische Entwicklung und Zukunftsfähigkeit der Geschäftsmodelle noch stärker in den Mittelpunkt. Junge Makler gründen heute seltener klassische Vermittlungsbetriebe unter ihrem Familiennamen. Stattdessen entstehen Unternehmen mit klarer Positionierung, eigenständigen Marken und häufig einer erkennbaren Zielgruppenstrategie. Die Spezialisierung ist damit längst kein Nischenthema mehr. Sie entwickelt sich zunehmend zu einem festen Bestandteil moderner Maklerunternehmen. Während frühere Generationen vor allem ein möglichst breites Beratungsspektrum anboten, setzen viele junge Unternehmer heute bewusst auf Wiedererkennbarkeit, Expertise und ein klar definiertes Leistungsversprechen.

Die zwölf Finalisten 2026

Für das BundesCasting des Jungmakler Awards haben sich qualifiziert:

- Alexander Boldt – Westfalenmakler GmbH
- Christoph Steinberger – Finanzen Steinberger GmbH & Co. KG
- Dehua Chen – Chen Coaching FDL GmbH
- Fabian Hafke – HH-Anlagekonzepte GmbH & Co. KG
- Heiko Leichtle – Versicherungsbüro Leichtle GmbH & Co. KG
- Jakob Behringer – Behringer Beratung
- Maggan Groß – Maggan Groß Finanzkonzept 360
- Nikola Sierant – Sowaneo
- Ramadan Mushkolaj – Freiburger Finanzhaus KFV GmbH
- Rico Buchwalter – Erzieher-Helden GbR
- Said Shurafa – Shurafa Versicherungsmakler GmbH
- Tjark-Niclas Hotes – Tjark-Niclas Hotes Finanzdienstleistungen

Unternehmertum beginnt mit einer Idee

Die Vielfalt der Finalisten zeigt zugleich, wie unterschiedlich moderne Maklerunternehmen heute auftreten. Neben klassischen Vermittlungsbetrieben finden sich Unternehmen mit klaren Zielgruppen, beratungsorientierten Marken oder spezialisierten Geschäftsmodellen. Die Marke selbst wird dabei zunehmend zum Bestandteil der Unternehmensstrategie. Damit verändert sich auch das Berufsbild des Maklers. Neben Fachwissen gewinnen Positionierung, Digitalisierung und unternehmerisches Denken weiter an Bedeutung.

Jungmakler Award begleitet den Strukturwandel

Der Jungmakler Award spiegelt diese Entwicklung seit mehreren Jahren wider. Bereits in den vergangenen Wettbewerben rückten Geschäftsmodelle, Positionierung und unternehmerische Konzepte stärker in den Mittelpunkt. Die aktuelle Finalrunde zeigt nun, dass sich diese Entwicklung weiter verstetigt hat. Der Wettbewerb entwickelt sich damit zunehmend zu einem Seismografen für die nächste Generation der Vermittlerschaft.

Die nächste Generation baut Marken statt Bestände

Viele Finalisten verbindet ein gemeinsames Merkmal. Sie verstehen sich nicht ausschließlich als Versicherungsvermittler, sondern als Unternehmer mit einer klaren Identität und wiedererkennbarem Marktauftritt. Damit wächst eine Generation heran, für die Positionierung kein Marketinginstrument mehr ist, sondern Bestandteil des Geschäftsmodells. Gerade in einem Markt mit wachsendem Wettbewerb könnte diese Entwicklung künftig ebenso wichtig werden wie fachliche Kompetenz oder Produktwissen.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport

https://www.experten.de/id/4951291/Jungmakler-Award-2026-Was-die-Finalisten-ueber-den-Wandel-des-Maklerberufs-verraten/