

Generation 50plus im Visier

Bruchsaler Firma gibt Firmen Tipps für besseren Service

Bruchsal (BNN). Wie aus Umdenken Taten und aus finanzstarken Menschen der Generation 50plus begeisterte Kunden werden, dafür hat die Bruchsaler Marketing-Agentur Pompe Rezepte parat. Sie hat sich auf Marketing-, Service- und Erlebniskonzepte zur Gewinnung und Begeisterung dieser anspruchsvollen Klientel spezialisiert.

Inzwischen ist es kein Geheimnis mehr, dass sich die Unternehmen schnellstmöglich mit der Zielgruppe 50plus, dem gewinnträchtig-

sten Markt aller Zeiten, intensiver auseinandersetzen sollten. Menschen über 50 verfügen nämlich über eine jährliche Kaufkraft von 120 Milliarden Euro und über ein Nettovermögen von zirka drei Billionen Euro. „Sie werden aber von Unternehmern unterschätzt, ignoriert, in der Werbung unsensibel angesprochen und häufig zu klischeehaft als Senioren im landläufigen Sinne dargestellt“, weiß der 48-jährige Unternehmer Hans-Georg Pompe. Er möchte Dienstleistungsunternehmen dazu inspirieren, das enorme Umsatzpotenzial der finanzstarken, konsumbereiten Zielgruppe optimaler auszuschöpfen und die Servicementalität zu verbessern.

Der aus dem Leistungssport kommende Pompe – Ex-Bundesligaspieler, deutscher Meister, Trainer – kümmert sich um die Service- und Dienstleistungswüste Deutschland und setzt dabei auf Erfolgsstrategien aus dem Sport. Erklärtes Ziel sei es, von der Defensive auf die Offensive umzuschalten. Spitzenteams im Fußball zeichne aus, dass ihr Trainer das Team im richtigen Moment positiv zu mobilisieren versteht. Das gelte auch für Führungskräfte. „Sie müssen dafür sorgen, dass ihre Mitarbeiter spielerisch, offensiv, diszipliniert, leistungswillig und zielorientiert viele kleine Oasen der Freundlichkeit, der Begeisterung, des Lächelns zwischen den Mitarbeitern und den 50plus-Kunden schaffen“, verdeutlicht er.

Produkte emotionalisieren und Verkaufen zum Erlebnis werden lassen, bringt er es auf den Punkt. Pompe gibt zu bedenken, dass bloße Kundenorientierung in Zeiten von austauschbaren Produkten und Dienstleistungen nicht mehr ausreicht, um am Markt existieren zu können. Es gelte, die Kunden mit außergewöhnlichem Service und mit motivierten Mitarbeitern „zu begeistern, zu faszinieren, zu verführen“. Dann hätte auch das Jammern über Kaufzurückhaltung bald ein Ende.



FÜNFZIGJÄHRIGE sind anspruchsvoll und finanzstark. Unternehmen müssen sie für ihre Produkte begeistern.
Foto: dpa