

Provinzial: Aufsichtsrat stützt Chef

MÜNSTER/DPA – Der nach einem erfundenen Angriff auf sich selbst in die Schlagzeilen geratene Vorstandschef der Versicherung Provinzial Nordwest bleibt im Amt. Der Aufsichtsrat habe die weitere Zusammenarbeit mit Ulrich Rütther bestätigt, teilte das Unternehmen in Münster mit. Die anstehenden Überlegungen zur Weiterentwicklung des öffentlich-rechtlichen Versicherungssektors sollten mit einem anerkannten Fachmann vorangetrieben werden, heißt es in einer Mitteilung.

Rütther hatte zunächst behauptet, er sei von einem Unbekannten mit einem Schraubendreher attackiert worden. Später hatte er eingeräumt, dass es den Angriff nicht gegeben habe.

US-Banken büßen mit 8,5 Milliarden

NEW YORK/DPA – Fehlerhafte Hauspfändungen kommen die großen US-Kreditinstitute erneut teuer zu stehen. Zehn Banken und Finanzdienstleister haben am Montag einem 8,5 Milliarden Dollar (6,4 Mrd Euro) schweren Vergleich mit staatlichen Bankenregulierern zugestimmt, darunter die Bank of America, JP Morgan Chase und die Citigroup.

Mehr als 3,8 Millionen Schuldner, deren Häuser 2009 und 2010 in die Zwangsvollstreckung geraten sind, sollen von dem Vergleich profitieren. 3,3 Milliarden Dollar sind als direkte Zahlungen vorgesehen. Die restlichen 5,2 Milliarden Dollar entfallen auf Erleichterungen bei Kreditverträgen.

Kündigungen bei Lloyd-Werft?

BREMERHAVEN/WI – Im Streit um die Zukunft der Bremerhavener Lloyd-Werft droht 42 Beschäftigten in Kürze die Kündigung. Das geht aus einem Konzept von Mehrheitseigentümer Dieter Petram hervor, über das am Montag bei einer Belegschaftsversammlung diskutiert wurde. Die übrigen 280 Beschäftigten sollen sich bis zum Wochenende entscheiden, ob sie in eine neu gegründete Betriebsgesellschaft wechseln. Zudem sollen sie bei gleichem Lohn eine Stunde pro Woche länger arbeiten.

WESER-EMS

Rund ums Bauen

BREMEN – Rund ums Bauen, Ausbauen, Sanieren und Dekorieren geht es von Freitag, 18., bis Sonntag, 20. Januar, 10 bis 18 Uhr, in der Messe Bremen. In den Hallen 5, 6 und 7 finden die Hansebau und die 7. Bremer Altbautage mit rund 400 Ausstellern statt.

→ @ www.hansebau-bremen.de

Finanzieren und fördern

OLDENBURG – Einen Finanzierungssprechtag für Existenzgründer und junge Unternehmen bieten die Oldenburgische IHK und die Förderbank NBank am Mittwoch, 16. Januar, 9 bis 18 Uhr, an. Anmeldung für eine kostenfreie individuelle Einzelberatung unter Tel. 0441/2220-306.

BUSBRANCHE WILL IMAGE AUFPOLIEREN

Der Markt für Fernbuslinien ist geöffnet – nun will die Branche neue Zielgruppen gewinnen. Insbesondere mehr Individualreisende sollen nach Wunsch des Internationalen Bustourismus-Verbands (IBV) für eine Reise innerhalb Deutschlands vom eigenen Auto auf den Bus umsteigen. Die Marköffnung berge erhebliches Potenzial für die Reisebusunternehmen, unterstrich der IBV am Montag in Dortmund. Der Reisebus ist bisher insbesondere für Gruppen von Jugendlichen und Senioren das Verkehrsmittel der Wahl. Um mehr Fahrgäste zwischen 30 und 60 Jahren anzusprechen, will die Bustourismus-Branche ihr Image aufpolieren.

BILD: DPA



Ältere wollen keine Seniorenprodukte

INTERVIEW Buchautor Hans-Georg Pompe über den Boom-Markt der über 50-Jährigen

Die meisten Firmen haben sich noch gar nicht mit dem Thema befasst. Oder sie gingen falsch heran, sagt der Berater und Autor Hans-Georg Pompe aus Bruchsal.

VON RÜDIGER ZU KLAMPEN

FRAGE: Herr Pompe, die Zahl der Älteren – und damit auch der älteren Kunden – steigt. Ist das eigentlich schon in den Werbe-Abteilungen der Unternehmen angekommen?

POMPE: Nur jedes fünfte Unternehmen hat sich bereits auf älter werdende Mitarbeiter- und Kundschaft wirklich eingestellt. Hier besteht also noch großer Nachholbedarf. So müssen etwa die Mitarbeiter auf die Sehnsüchte, Einstellungen, Dienstleistungserwartungen und Produktwünsche der anspruchsvolleren Best-Ager-Generation sensibilisiert, motiviert und trainiert werden. Denn sonst sind diese wertvollen Kunden 50plus weg und kaufen im Internet.

FRAGE: Von welchen Umsatzdimensionen sprechen wir beim Kundensegment 50plus, also der Baby-Boomer-Generation, eigentlich?

POMPE: Mit einer Kaufkraft von über 720 Milliarden Euro pro Jahr verfügt die deutsche Generation 50plus über eine gigantische Marktmacht. Das macht sie für Unternehmen besonders attraktiv. Doch vielfach werden diese Kunden als „Senioren“ klischeehaft angesprochen oder in ihren Bedürfnissen ignoriert – und der erhoffte Umsatz bleibt aus. Sie haben andere Bedürfnisse, Sehnsüchte, Dienstleistungserwartungen, Wertvorstellungen und Lebensintere-



Hans-Georg Pompe (55) hat mehrere Bücher zum Thema „Best Ager“ verfasst, darunter: „Boom-Branchen 50plus“ und „Marktmacht 50plus“.

BILD: PRIVAT

ressen als jüngere Konsumenten und werden zunehmend ihre gesellschaftspolitische Marktmacht einzusetzen wissen, Geschäfte, Produkte und Dienstleistungen abzuwählen oder aber gezielt weiterzupfehlen. Das Problem ist zurzeit nur, dass dieses Geld immer weniger ausgegeben wird – ob aus Mangel an Vertrauen oder aus Mangel an verführerischen Dienstleistungen und Produkten, das sei dahin gestellt.

FRAGE: Geht es bei den Älteren nur um aktuelle Kaufkraft?

POMPE: Nicht nur. Auch Treue und Kauflust zeichnen diese Gruppe aus – aber nur, wenn man sie adäquat begeistert und mit eher weichen Faktoren immer wieder neu verführen kann. Ein heute 50-Jähriger kann noch mehr als 30 Jahre ein treuer Kunde sein. Mit 50plus-Kunden können sie zudem vier Mal säen und ernten – denn es sind wertvolle Vier-Generationen-Kunden: sie kaufen selbst, haben Kinder und Enkel, Eltern, Freunde, Kollegen und Be-

auf attraktive Produkte zum Wohlfühlen.

FRAGE: Nun ist es aber ja so, dass Ältere offenbar nicht als solche angesprochen werden wollen. Der Seniorenteller beispielsweise...

POMPE: ... ist nicht so angesagt. Man darf Best Ager nicht über einen Kamm scheren – und schon gar nicht mit sogenannten Seniorenprodukten übers Alter und über Gebrechen ansprechen. Aufgrund ihrer Lebens- und Produktverfälschung sind Ältere skeptischer und sensibler als jüngere Menschen. Angehörige der Generation 50plus ticken eigentlich ganz einfach – obwohl sie anspruchsvoll und unberechenbar sind: Sie sind gut zu lenken, einfach zu verführen, vorausgesetzt man kennt ihre Bedürfnisse, Leidenschaft, Gefühle, Stärken und Schwächen. Man stellt sich als erfahrener Kunde die Frage: Wer bin ich und was ist mir wirklich wichtig im Leben? Man will sein wahres Selbst zum Ausdruck bringen, bei allem was man tut, kauft, erlebt, denkt...

FRAGE: Was ist bei der Kundenansprache durch Firmen also zu beachten?

POMPE: Dazu sechs Punkte. Erstens Vertrauen – ehrliche Aufmerksamkeit und Wertschätzung, online und im Geschäft; zweitens Vereinfachung – Kundenwelt kennen und Kundenbrille aufsetzen; drittens Adäquate Warenplatzierung – gut lesbare Schilder, Anleitungen, Werbung, Angebote; viertens Persönliche Beratung – „Scout“ und Navigationshilfe durch den „Produkte-Dschungel“; fünftens Lösungen – Nutzen für ihre Probleme im Alltag, leichtes Handling bei Verpackungen, funktional und sicher, ästhetisches altersloses Design, kei-

Rossmann legt stark im Inland zu

BURGWEDEL/DPA – Die Drogeriekette Rossmann hat ihren Umsatz im vergangenen Jahr um 16,1 Prozent auf 5,95 Milliarden Euro gesteigert. Wachstumstreiber war der deutsche Markt, wo die Gruppe von Firmengründer Dirk Roßmann rund ein Fünftel aller Filialen der Schlecker-Tochter „Ihr Platz“ übernommen hat. Zum Ergebnis machte Rossmann keine Angaben.

Rossmann beschäftigt 38 000 Mitarbeiter, davon 26 000 in Deutschland. Im Inland seien 2012 3500 neue Stellen geschaffen worden. 2013 will die Kette den Umsatz um mindestens 13 Prozent steigern und 120 neue Verkaufsstellen eröffnen.

„Mit 50 fängt das Leben heutzutage erst so richtig an“

gigantische Wachstumschancen. Kunden über 50 geben – verglichen mit jüngeren Kunden – wesentlich mehr Geld für Lifestyle-Produkte und Dienstleistungen rund um die Themenfelder Luxus, Gesundheit, Genuss, Ernährung, Fitness, Reisen, Wohnen, Einrichten, Geschenke etc. aus. Best Ager sind gesünder und leistungsfähiger denn je, häufig vermögend und zahlungskräftig, stehen mitten im Leben und legen großen Wert

Maschinenfabrik Krone mit 25 Prozent Umsatzplus

BILANZ Landtechnik stark gefragt – Auch Nutzfahrzeugsparte wächst 2011/2012 – 1,4 Milliarden Umsatz

SPELLE/RZK – Spektakuläres Wachstum bei Krone: Die Maschinenfabrik der Gruppe aus Spelle (Emsland) schaffte 2011/2012 (31. Juli) ein Umsatzwachstum von 25 Prozent auf 512 Millionen Euro. Das wurde am Montag mitgeteilt. Der Landtechnik-Spezialist habe mehr als 20 000 Maschinen in Spelle produziert.

Längst wird der überwiegende Teil exportiert: 67 Prozent des Rekordumsatzes er-

zielte die Krone-Gruppe mit ihrer Landtechnik im Ausland – überwiegend in Europa (52 Prozent), aber auch in Übersee-Märkten wie USA, Südafrika, Japan, Australien, Neuseeland, China (15 Prozent).

Bernard Krone als geschäftsführender Gesellschafter führte den Erfolg auf innovative Produkte und „erstklassigen Service“ zurück. Neben ihm gehören Dr. Josef Horstmann, Wilhelm Voß, Wolfgang

Jung und Siegfried Wickert der Geschäftsführung an.

Das Unternehmen hat kräftig investiert. In den USA wurden zwei weitere Stützpunkte in Kalifornien und Wisconsin ausgebaut. Am Sitz in Spelle flossen drei Millionen Euro in das Trainingszentrum und 2,6 Mio. Euro in ein neues Logistikzentrum.

Krone sieht angesichts der wachsenden Weltbevölkerung und der Nachfrage nach

hochwertigen Lebensmitteln weiterhin gute Wachstumschancen in der Landtechnik. „Wir gehen für das laufende Geschäftsjahr von einer Stabilisierung auf hohem Niveau und von einer Umsatzsteigerung auf rund 520 Millionen Euro aus“, so Bernard Krone.

Im Nutzfahrzeugbereich (Fahrzeugwerk und Tochtergesellschaften) erwirtschaftete Krone einen Umsatz von etwa 878 Millionen Euro – neun

Prozent mehr als zuvor. Die Werke in Deutschland und Dänemark produzierten rund 27 000 Fahrzeugeinheiten. 66 Prozent wurden in ausländischen Märkten abgesetzt.

Insgesamt erreichte die Krone Gruppe mit rund 1,4 Milliarden Euro Umsatz fast wieder Rekord-Niveau, trotz der Abspaltung des Handelsbereiches IVD. Der Rekord steht (noch mit IVD) bei 1,49 Milliarden Euro (2007/2008).

→ @ www.pompe-marketing.com