

Wachstumschancen im Best Ager-Segment

Das 21. Jahrhundert gilt als Zeitalter der Best Ager-Generation. Das Buch „Boom-Branchen 50plus – Wie Unternehmen den Best Ager-Markt für sich nutzen können“ von Hans-Georg Pompe geht darauf ein, welche Wachstumschancen der demografische Wandel mit sich bringt.

Aufgezeigt wird beispielsweise, wie Best Ager von der Werbung und vom Verkauf im Handel, aber auch über das Internet angesprochen werden möchten. Dabei kommt es nach Angaben des Autors vor allem darauf an, seine Konzepte in Größe, Erreichbarkeit, Sortiment, Best Ager-Maßanfertigung und Komfort rund um Produkte und Dienstleistungen entsprechend der Zielgruppe auszurichten. Anhand zahlreicher Experteninterviews und Best Practice-Beispiele wird veranschaulicht, wie Unternehmen den 50plus-Markt bereits heute erfolgreich für sich nutzen.

Pompe möchte in seinem Buch Fakten, Prognosen, Trends, Visionen und konkrete Anregungen liefern, die der Leser auch auf das eigene Unternehmen übertragen kann.

Der Autor war 18 Jahre lang im Management und Marketing von Dienstleistungsunter-

Hans-Georg Pompe

Boom-Branchen 50plus

Wie Unternehmen
den Best-Ager-Markt
für sich nutzen können



nehmen tätig. Seit 2004 ist er Inhaber und Geschäftsführer der Unternehmensberatung Pompe Marketing in Bruchsal mit Spezialisierung auf Marketing-Beratungsleistungen rund um die Zielgruppe 50plus. Das 278 Seiten starke Buch „Boom-Branchen 50plus“ ist im Gabler Verlag, Wiesbaden, erschienen und kostet 49,95 Euro. ■ SC