

## EDITORIAL

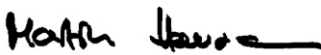
### Der Last-Minute-Teddy

Der internationale Versandhändler TeddyDelivery erzielte im Vorweihnachtsgeschäft 2007 den höchsten Umsatz der Firmengeschichte. Grund für das Umsatzwachstum war vor allem die Last-Minute-Option für die Expresszustellung von Weihnachtsteddys und Elch-Teddys am nächsten Werktag. Heute bestellen, morgen geliefert.

Immer mehr Unternehmen passen sich der Spontanität ihrer Kunden an. Letztlich bleibt Ihnen auch wenig anderes übrig, weil die Kunden es so wünschen, und weil selbst große Anbieter wie amazon bei diesem Trend dabei sind.

Wobei man sich natürlich in diesen etwas ruhigeren Tagen des Jahres schon die Frage stellen kann, ob das alles sein muss – oder ob es nicht möglich wäre, einen Teddy auch schon zwei Wochen vor Weihnachten zu bestellen. Doch diesen Wunsch nach Entschleunigung könnten nur die Kunden nachgeben, für Unternehmen stellt sich die Frage nicht (siehe oben).

Und so wünsche ich Ihnen noch eine Zeit der Ruhe, bevor das neue Jahr wieder mit vollem Tempo loslegt.



Martin Hausmann  
Redaktionsleiter Vertriebs-experts.de

## Marktmacht 50plus – Best Ager begeistern, aber wie?

**Alle reden über den demografischen Wandel – aber kaum ein Unternehmen kümmert sich wirklich um die Umsetzung. 40 Prozent der Deutschen sind über 50 Jahre alt. In drei Jahren werden es über 50 Prozent sein. Im Jahr 2035 hat Deutschland die älteste Bevölkerung der Welt! Und noch immer regiert der Jugendwahn.**

Von Hans-Georg Pompe



Hans-Georg Pompe fordert eine neue gelebte Dienstleistungskultur mit Empathie.

Das unternehmerische Augenmerk darf aber nicht mehr nur der Kaufkraft dieser Altersgruppe gelten, die mit über 120 Milliarden Euro pro Jahr sehr verlockend ist. Es braucht vor allem ein adäquates Dienstleistungsverständnis, um Best Ager nachhaltig als Kunden zu gewinnen. Ein Kunde stellt sich immer andere Fragen als ein Unternehmer, der Umsatz und Gewinn machen muss. Bedarfsgerechte, persönliche und kontinuierliche Beratung ist bei vielen Unternehmen noch immer ein Stiefkind. Sie leben in dem Irrglauben, nur mit speziellen Produkten punkten zu können. Ein fundamentaler Trugschluss. Die Unternehmensprobleme und die wahren Kundenbedürfnisse nicht nur der Menschen über 50 liegen weit tiefer verankert.

Fortsetzung auf Seite 3

## TERMINE

19.-20.02.2008 MÜNCHEN  
27.-28.05.2008 FRANKFURT  
09.-10.10.2008 MÜNCHEN

### Ihr Auftritt, bitte!

Durch die Vermittlung professioneller Bausteine können Sie künftig Ihr Auftreten selbstsicher und überzeugend gestalten sowie anschaulich und klar strukturiert sprechen. Sie lernen Ihr Potenzial kennen, entdecken die Kraft Ihrer persönlichen Ressourcen und erfahren, wie Sie bei Auftritten gelassen und souverän reagieren sowie Ihr Lampenfieber produktiv nutzen. Sie erhalten ein Coaching der Extraklasse, praxisorientiert und auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten.  
[www.experten-akademie.de](http://www.experten-akademie.de)

21.-22.02.2008 MÜNCHEN  
20.-21.10.2008 MÜNCHEN

### Körpersprache: Wirkung immer und überall

Sie lernen, Körpersprache zu erkennen und zu analysieren sowie die Redepreformance, Ihr Image und Charisma zu erhöhen und sich, Produkte und das Unternehmen überzeugend zu präsentieren. Trainiert wird die Stegreifrede und wie Sie schlagfertig und souverän auf Einwände und Fragen reagieren. Sie erhalten Einblick in die Kunst der Gesprächsführung, wie Sie folgerichtig argumentieren und prägnant formulieren.  
[www.experten-akademie.de](http://www.experten-akademie.de)

28.-29.01.2008 FRANKFURT/M.  
**Guerilla-Marketing**

Guerilla-Marketing zielt im Kern darauf ab, wie ein Guerilla-Kämpfer Aufmerksamkeit zu erzeugen. Durch ausgefallene, überraschende und außergewöhnliche Aktionen wird so die Bekanntheit des eigenen Unternehmens bei Einsatz eines minimalen Budgets gesteigert. Der Guerilla-Marketing-Experte Michael Böhm zeigt an zwei Seminartagen auf, wie man im Wettbewerbs-Dschungel durch innovative Ideen „überlebt“, innerhalb kürzester Zeit gelungene Konzepte erarbeitet, sich durch ein professionelles Konzept optimal in Szene setzt und kostengünstig sinnvolles Marketing betreibt. Während des Seminars erarbeiten sich die Teilnehmer die Lerninhalte direkt am eigenen Fallbeispiel, sodass sie in der Lage sind, das Gelernte am nächsten Tag sofort umzusetzen.  
[www.managementcircle.de](http://www.managementcircle.de)

Fortsetzung von Seite 2

## Unternehmen verkaufen Wohlbefinden, Nutzen, Lebensqualität – keine Produkte

Wenn Sie es künftig verstehen, wegzukommen vom reinen Produkthanbieter hin zum unabhängigen Nutzen schaffenden Lebensbegleiter, werden Sie den Zugang zu den anspruchsvollen und lukrativen Zielgruppen 50plus bekommen. Verkaufsberater sind heutzutage vor allem als neutrale Beziehungsmanager zwischen dem Kunden und dessen Verbesserung seiner Lebensqualität zu verstehen. Konkret heißt das: sich wirklich auf die Kunden 50plus einstellen, sich in Kopf und Bauch des Kunden einfühlen. Das geht nicht mit der gleichen Verkaufsmethodik wie bei 30-Jährigen. Es gilt zu verstehen, was der Kunde möchte. Innovative, am Zeitgeist orientierte Unternehmen, können den persönlichen Zugang zu ihren Kunden mit Empathie, mit einfühelndem Verständnis für die individuellen Bedürfnisse, Lebenswelten, persönlichen Lebensumstände ihrer „50plus“-Kunden in der Beratung durchaus schnell, gewinnbringend und kostenneutral optimieren.

## Verkaufen als Erlebnis und Infotainment

Ein sehr guter Berater und Verkäufer ist Dienstleister, Entertainer, Animateur, Verführer, Kundenbetreuer, Psychologe, Lebensbegleiter, Problemlöser, Nachfrageanreger und

auch Unternehmer in eigener Sache. Für 50plus-Kunden ist er die zentrale Ansprechperson und verkörpert ohne Wenn und Aber das Unternehmen nach außen. Ein 50plus-Kunde kann noch 30 Jahre Ihr treuer Kunde sein! Diese Kunden sind aber nicht allein durch Werbung und schöne Produkte zu begeistern, sondern in erster Linie über gelebte Begeisterung authentischer Menschen im Geschäft, das wie ein schnuckeliges Wohnzimmer eingerichtet sein sollte. Wir brauchen Menschen, die Lust auf Kaufen und Konsumieren machen, für Wohlbefinden und Lebensqualität sorgen. In einem Satz: Wir brauchen eine neue gelebte Dienstleistungskultur. Denn die Marktmacht 50plus steht als Synonym für begeisternde Dienstleistungen, Wertschätzung, Weniger-ist-mehr-Mentalität und für herausragenden Service im Sinne von Kundennutzen. Menschen 50plus sind ein genialer Seismograph für alle Kundengruppen, an dem sich ein Unternehmen mit seinem Marketing-Mix kritisch messen lässt.

Nehmen Sie sich nicht zu viel vor, wenn Sie mit der Umsetzung dieser Erkenntnisse beginnen. Aber realisieren Sie das, was Sie sich vorgenommen haben, dann auch konsequent – optimalerweise mit einem externen Umsetzungsbegleiter. Es fehlt nicht an Konzepten. Das Problem ist die Umsetzung. Aus Denken und Reden müssen Taten werden – dann werden aus Menschen „50plus“ auch begeisterte Kunden.



**Zum Buch:**  
**Marktmacht 50plus.**  
**Wie Sie Best Ager als Kunden gewinnen und begeistern**

ISBN 978-3-8349-0565-9,  
 Gabler Verlag

## Zum Autor: Hans-Georg Pompe

Jahrgang 1957, verfügt über eine 18-jährige Management- und Marketingerfahrung bei renommierten Dienstleistungsunternehmen als Leiter Marketing/PR und geschäftsführender Direktor. Seit 2005 ist er selbstständiger Managementberater, Referent, Trainer, Buchautor und Inhaber der marketingfokussierten Unternehmensberatung „HANSGEORGPOMPE Marketing für begeisterte Kunden 50plus“.

## NEWS

### DEUTSCHE-STARTUPS.DE GEWÄHLT mymuesli.de ist Startup des Jahres

Das führende Online-Gründermagazin verleiht dem Startup-Award an [mymuesli.de](http://mymuesli.de). Die drei Gründer, Max Wittrock, Hubertus Bessau und Philipp Kraiss, überzeugten die Jury mit ihrer Idee des „user generated muesli“. [www.mymuesli.de](http://www.mymuesli.de) bietet dem User die Möglichkeit, das eigene Müsli aus einigen Dutzend Zutaten selbst zusammenzustellen. Die Jury, bestehend aus Branchenexperten, Journalisten und engagierten Lesern, lobte besonders das „innovative Geschäftsmodell“ des Passauer Startups. „Dieses spiegelt einen aktuellen Trend zum verstärkten Customizing bzw. zur Individualisierung von Produkten in und durch die Net Economy wider. [deutsche-startups.de](http://deutsche-startups.de)

### AQUA SOCIETY STARTET VERTRIEB DES ENERGIEMODULS: CO<sub>2</sub>-freier Strom aus Abwärme

Anfang 2008 startet die deutsche Aqua Society GmbH den europaweiten Vertrieb eines neuartigen Energiemoduls, mit dem sich effizient und umweltschonend Strom erzeugen lässt. Mit dem

Energiemodul bietet Aqua Society eine bahnbrechende Technologie, die aus Abwärme im Temperaturbereich ab 80 Grad Celsius kohlendioxidfreien Strom erzeugt und somit zur Erreichung der Klimaschutzziele aktiv beitragen kann. Umweltschonend hergestellter Strom aus 80 Grad Celsius warmer Abluft. „Aus ökologischer Sicht ist es von maßgeblicher Bedeutung, dass der Strom ohne ein zusätzliches Gramm Kohlendioxid hergestellt wird und dass sich damit die Energieeffizienz insgesamt erhöht“, so der Geschäftsführer der Aqua Society GmbH, Hubert Hamm.

### VERSANDHANDEL Mexx ist 250. Mitglied

Das Jahr geht für den Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvH) erfreulich zu Ende. Am vergangenen Wochenende konnte bvH-Hauptgeschäftsführer Dr. Thomas Steinmark mit der Modemarke Mexx das 250. Mitgliedsunternehmen offiziell begrüßen. Mexx betreibt in Deutschland erfolgreich einen Online-Shop, in dem die Kollektionen angeboten werden. Mexx steht stellvertretend für eine Entwicklung in der Branche.