

Kundenberatung im Seniorenmarkt

Die Bevölkerungszahl in Deutschland stagniert seit mehreren Jahren und es wird sogar ein leichter Rückgang prognostiziert. Ein Trend zu immer kleineren Haushalten ist sichtbar. Dies trifft nicht nur junge Erwachsene, sondern auch die stark zunehmende Bevölkerungsgruppe ab 60 Jahren. Diese Entwicklung werden natürlich die Märkte und Marktchancen der Zukunft beeinflussen. Wie sich der Elektrohandwerker auf diese Marktbedingungen einstellen kann, wird im Beitrag erläutert.

Marktvolumen

Schon heute ist jeder fünfte Verbraucher älter als 60 Jahre. Nach einer Prognose des Statistischen Bundesamtes wird im Jahre 2010 jeder vierte Konsument über 60 sein. Zum Vergleich: Im Jahre 1965 gab es 70 Prozent mehr Menschen unter 20 Jahre als über 60 Jahre. Es wird davon ausgegangen, dass sich dieses Verhältnis bis zum Jahre 2020 genau ins Gegenteil verkehrt – die Alterspyramide kippt. Betrachtet man das verfügbare Einkommen der über 60-Jährigen, so liegt es bei monatlich 7 bis 10 Milliarden EURO. Damit verfügen sie über eine Kaufkraft, die dreimal so hoch ist wie die der Gruppe der viel umworbenen 14- bis 20-Jährigen.

Gerontotechnik

Die deutsche Gesellschaft für Gerontotechnik (GGT, www.gerontotechnik.de) versteht sich als Vermittler zwischen Anwender, Wissenschaft und Industrie.

Die Gerontologie ist die „Altersforschung“. Gerontotechnik bedeutet „Technik für ältere Menschen“. Die GGT legt besonderes Augenmerk auf den Bedienkomfort und die Sicherheit von Produkten. Die Schwerpunkte der Leistungen der GGT sind

die Erprobung, Begutachtung und Optimierung seniorenrelevanter Produkte, sowie die Bekanntmachung von empfehlenswerten Produkten.

Zielgruppen

Kunden der „60+ Generation“ wollen hinsichtlich Ihre Wünsche und Bedürfnisse nicht als „alt“, oder „immer hilfs- und pflegebedürftig“ eingestuft werden. Die Bezeichnung Senioren findet eine höhere Akzeptanz. Noch besser sind Schlüsselwörter wie „aktive Menschen mit Lebenserfahrung, oder Menschen im dritten Lebensabschnitt“. Auf welche Werte achten Menschen mit Lebenserfahrung bei Ihren Konsumverhalten.

Diese Zielgruppe hat einen hohen Anspruch an handwerkliche Produkte und Dienstleistungen. Ein hohes Sicherheitsbedürfnis ist besonders kennzeichnend für diesen Personenkreis. Komfortlösungen, Allroundservice, Langfristbetreuung und Garantien runden das Anforderungsprofil ab. (Bild 1)

Zielgruppenansprache

Nutzen Sie für die Kontaktaufnahme mit ihrer ausgewählten Zielgruppe auch die verschiedenen Multiplikatoren (Sozialverbände, Hauseig-

entümervereine usw.), die bereits Kontakt mit der Zielgruppe haben. Bieten Sie eine Zusammenarbeit zum Nutzen der gemeinsamen Zielgruppe an. Vereine und Verbände in denen sich die Personen Ihrer Zielgruppe versammeln, freuen sich meist über einen interessanten Vortrag zu einem Thema, dass das tägliche Leben der Mitglieder verbessert. Halten Sie als Elektrofachmann einen Vortrag zu einem speziellen Thema. Wenn Sie sich nicht in der Lage sehen selbst den Vortrag zu halten, bitte sie jemand anderen, der in Ihrem Sinne den Vortrag hält. Bleiben Sie aber der erste Ansprechpartner bei dieser Veranstaltung. Denken Sie daran, Sie wollen die Zielgruppe auf Dauer betreuen und weitere Geschäfte mit ihr tätigen.

Infotag in der Firma

Eine noch engere Beziehung zu ihrer Zielgruppe können Sie durch eine eigene Veranstaltung in ihren Geschäftsräumen erreichen. Suchen Sie zum Beispiel den Kontakt zu einem Orthopäden, der zu einem aktuellen Gesundheitsthema einen Vortrag hält. Die Feuerwehr wird sie immer bei dem Thema Rauchmelder unterstützen. Versicherungen und die Polizei unterstützen gerne bei Themen wie Einbruchverhütung. Bekennen Sie Farbe und machen Sie den anwesenden Personen deutlich, dass Ihr Unternehmen sich speziell um die Wünsche und Bedürfnisse der anwesenden Personen kümmern wird. Sie wollen der Ansprechpartner für Sicherheit und Komfort im Bereich der Elektrotechnik für die Zielgruppe der hier anwesenden Personen werden.

Gezielte Werbung einsetzen

Als sehr erfolgreich haben sich gezielte Anzeigen in Regionalzeitungen erwiesen. Beachten Sie dabei, dass in der Anzeige immer ein Bild integriert ist. Das Bild zeigt Sie mit einem Kunden, der das beworbene Produkte in den Händen hält, oder sie beide stehen vor einer Infotafel mit Informationen über ihr Produkt. Im Anzeigentext wird das Produkt oder die Dienstleistung erläutert und – ganz wichtig – wo der Interessent weitere Informationen bekommt. Eine solche Anzeige hat den Effekt eines Fachartikels und der Interessent neigt zu der Annahme, die Information hat offiziellen Charakter. In Wahrheit ist es eine gute Firmenwerbeanzeige. Beraten Sie sich mit dem zuständigen Redakteur Ihrer Lokalzeitung. Übrigens Lokalredakteure sind immer an Neuigkeiten interessiert.

Profil schärfen

Werden Sie Stützpunktpartner eines Herstellers von z.B. Rauchmeldern oder Treppenliften. Zeigen Sie Ihrer Zielgruppe, dass sie der erste Ansprechpartner vor Ort für entsprechenden Fragen und Wünsche für diesen Bereich sind. Kümmern Sie sich auch um Zusatzprodukte zu den Hauptprodukten und bieten Sie zusätzliche Dienstleistungen an. Sie verkaufen letztendlich Sicherheit und Komfort.

Leistungsangebot für Sicherheit und Komfort

Rolladenantriebe: Sicht- und Sonnenschutz. Rolladen sperren nicht nur unerwünschte Einblicke aus. Sie können auch die Energiebilanz einer Wohnung erheblich verbessern – vor allem dann, wenn sie bei einsetzender Dunkelheit automatisch heruntergelassen werden. Das automatische Öffnen und Schließen ist aber auch ein Plus für die Sicherheit, weil so während des Urlaubs der Eindruck entsteht, besonders wenn auch das Licht entsprechend ein- und ausgeschaltet wird, dass die Bewohner anwesend sind. Mit einem Sonnensensor gekoppelt kann eine automatische Sonnenschutzsteuerung eingesetzt werden, um an Tagen die Innentemperatur angenehm zu gestalten und Raumtextilien, Möbel und Blumen vor Hitze und gleißendem Sonnenlicht zu schützen.

Garagentorantrieb. Während heute kaum jemand seinen Fernsehsessel verlässt, um das Fernsehprogramm zu wechseln, sondern wie selbstverständlich zur Fernbedienung greift, steigen viele Autofahrer immer noch bei Wind und Wetter aus ihrem Auto und öffnen Eingangs- und Garagentor von Hand. Wer seine Türen und Tore mit automatischen Antrieben ausstattet, kann via Handsender aus dem PKW heraus diese öffnen und schließen. Hat die Garage einen direkten Zugang zum Haus, ermöglicht es gerade Frauen nachts nicht aus dem Auto steigen zu müssen.

Rauchmeldeanlage. Brandschutz ist ein Stiefkind unserer Gesellschaft. Dabei droht die Gefahr permanent: Schon das Einatmen einer Lungenfüllung mit Brandrauch kann den Tod bedeuten. 80 Prozent der Brände entstehen in Privathaushalten. Die Menschen werden oft im Schlaf von Bränden überrascht und sterben den stillen Tod der Rauchvergiftung. Rauchmelder schlagen Alarm, bevor es lebensgefährlich wird.

Zielgruppe: Hauseigentümer der 60+ Generation

- Haus ist bezahlt
- vorbereiten auf den dritten Lebensabschnitt
- kapitalkräftig
- investitionsbereit
- wollen informiert werden
- lieben Geselligkeit
- hohen Sicherheitsanspruch
- wünschen Komfort
- sind preisstabil
- große Lebens- und Berufserfahrung



1 Wesentliche Merkmale der Zielgruppe 60+

Alarmanlage. Wer von einem Einbruch hört, denkt oft, das die Versicherung ja schließlich den Schaden bezahlt. Und meist trifft diese Vermutung auch zu. Woran die wenigsten denken, ist der psychische Schaden, den ein solches Erlebnis hinterlässt. Die Spuren graben sich tief in die Seelen der Betroffenen ein. Geschah der Einbruch bei Abwesenheit der Bewohner, bleibt die Angst vor der Wiederholungstat; ein Gefühl der Unsicherheit, das viele oft noch jahrelang in Alpträumen verfolgt. Hinzu kommt die Tatsache, dass Fremde Einblick in sehr persönliche Bereiche genommen haben können. Die Verletzung der Intimsphäre ist traumatisch. Noch gravierender ist der direkte Kontakt mit kriminellen Elementen, deren Gewaltbereitschaft immer grenzenloser wird.

Treppenlift. „Gewinnen Sie Ihre Freiheit zurück“, so ein Werbeslogan eines Herstellers. Treppenlifte sind in den verschiedensten Ausführungen und Komfortstufen auf dem Markt erhältlich. Ihren Einsatz finden Treppenlifte hauptsächlich in Einfamilienhaus mit Oberge-

schoß. Mittels Joystick oder Fernbedienung werden die batteriebetriebene Systeme gesteuert, die auch bei einem Stromausfall weiterfunktionieren. Hindernisse erkennt der Treppenlift durch verschiedene Sensoren. Treppenlifte sind eine echte Komfortsteigerung für Menschen mit einer Gehbehinderung. Und selbst die Montage dauert nur wenige Stunden.

Hausnotruf. Der elektronische Helfer mit Direktkontakt zu hilfeleistenden Personen. Ein Hausnotrufsystem verschafft die nötigen Mobilität, ohne die Betreuung von pflegebedürftigen Personen und schutzbedürftigen Kindern zu vernachlässigen. Im Notfall wird die Zentralstation aktiviert und die alarmierte Person kann dann bidirektional mit der alarmierende Person kommunizieren und gleichzeitig den Raum überwachen und Anweisungen zur Soforthilfe geben.

Sensoren und Bewegungsmelder. Bequem lassen sich verschiedene Verbraucher und Signalgeber mittels Sensoren über Funk aktivie-



ren. Da schaltet sich automatisch die Hofbeleuchtung in der Dämmerung beim Betreten des Grundstücks ein, oder die Stehlampe im Wohnzimmer wird mittels Fernbedienung vom Sessel aus eingeschaltet. Sicherheit und Komfort wird durch einfache Bedienbarkeit garantiert und das alles ohne aufwendiges Verlegen von Leitungen. (Bild 2).

Nicht mit der Gießkanne

Gehen Sie bei der Auswahl Ihrer speziellen Zielgruppe systematisch vor. Es macht keinen Sinn, es allen Senioren in Ihrem regionalen Umfeld Recht machen zu wollen. Suchen Sie gezielt nach Problemen in der großen Zielgruppe „Senioren“ und vergleichen Sie diese mit Ihrem Angebot. Beginnen Sie mit einer klei-

Tafel 1 Checkliste für Nutzen-Argumentation

Produkt Dienstleistung	Produktnutzen	Motiv für Kaufentscheidung
Elektrischer Treppenlift	Trotz Gehbehinderung Treppe nutzen können	U, B, K
Elektrischer Garagentorantrieb	Nachts und bei Regen sicher und trocken das Garagentor bewegen	S, K
Elektrischer Rollladerantrieb	Ohne Gelenkschmerzen Fensterrollläden auf- und abfahren	G, B

Mögliche Motive: B = Bequemlichkeit, P = Prestige, G = Gesundheit, S = Sicherheit, W = Wirtschaftlichkeit, K = Komfort, N = Neugier und Entdeckung, U = Unabhängigkeit

nen überschaubaren Anzahl von Kunden.

Erster Schritt zur Zielgruppe

In Ihrer Kundenkartei finden Sie mit Sicherheit die ersten Kunden aus ihrer neuen Zielgruppe (Bild 1). Wenn ein Kunde kürzlich mit Ihnen in Kontakt stand, können Sie getrost den Kontakt aufnehmen und Ihre Ideen und Produkte präsentieren. Voraussetzung ist, der Kunde hat einen Bedarf in dieser Richtung.

Erstellen Sie für alle Ihre Leistungsangebote spezielle Angebote für den ersten Kundenauftrag. Die Angebote sollten komplett alles abdecken, was der Kunde zu einem Thema wissen muss. Das können sein:

- Beratung
- das jeweilige Produkt
- eine zusätzliche Dienst- oder Serviceleistung
- die Montage.

Machen Sie Aktionen zu verschiedenen Zeitpunkten und Anlässen. Veranlassen Sie auch Aktionen, die nicht unbedingt etwas mit Elektrotechnik zu tun hat. Denken Sie dabei immer an die angepeilte Zielgruppe. Über diesen Weg entsteht eine noch engere Beziehung zur Zielgruppe. Ergebnis: Die Kunden denken immer zuerst an Ihren Betrieb denkt, wenn es um Elektrotechnik geht.

Kein Nutzen ohne die richtigen Argumente

Das richtige Argument zur rechten Zeit – wie kann das erreicht werden?

Ganz einfach, indem Sie vorher üben. Manche Kunden werden einige Argumente schon kennen. Ihr Ziel sollte es sein, genau das richtige Argument zum richtigen Zeitpunkt zu nennen. Vielfach reichen zwei bis drei gute Argumente für eine Entscheidung bei den meisten Kunden schon aus.

Wollen Sie jemanden von einer Idee oder einem Produkt überzeugen, dann müssen Sie den Nutzen, den der Kunde davon hat, möglichst eindringlich, anschaulich und leicht verständlich schildern können. Das bedeutet für Sie, das Sie alles was Sie über ein Produkt oder eine Dienstleistung wissen, in die Gedankenwelt Ihres Kunden übertragen müssen. Dabei ist es wichtig sich darauf zu konzentrieren, was den Kunden interessiert.

Um überzeugend argumentieren zu können, sollten Sie alle Eigenschaften Ihres Produktes und Ihrer Dienstleistung kennen und in die Sprache des Kunden übertragen. Hier können Checklisten helfen (Tafel 1). In der linken Spalte steht das Produkte oder die Dienstleistung. In der mittleren Spalte steht der Nutzen für den Kunden, der aus diesem Produkt/Dienstleistung resultiert. Zu Ihrer Einarbeitung in diese wichtige Argumentationsfähigkeit wird in der rechten Spalte das vorrangige Motiv eingefügt, auf das der jeweilige Kundennutzen abzielt. Achten Sie darauf, das alle Formulierungen in der mittleren Spalte wirklich Nutzen für den Kunden darstellen. Hilfreich ist hier die wichtige Frage: Was hat der Kunde davon?

Machen Sie oft diese Praxisübung und ergänzen Sie die Argumentationstabelle immer wieder mit neuen Produkten und Dienstleistungen.

W. Neise

WEB-TIPP

Weitere Informationen zum Thema Senioren-Markt sind zu finden unter

www.gerontotechnik.de

Installationen herstellereigenspezifisch planen und kalkulieren

Die Auswahl von Schaltern und Steckdosen wird nicht nur durch die gewünschte technische Funktion, sondern auch von den ästhetischen Ansprüchen der Bauherren bestimmt. Um die angebotene Produktvielfalt in der täglichen Angebotspraxis mit vertretbarem Aufwand beherrschen zu können, bedarf es geeigneter Hilfsmittel. Nachfolgend wird eine herstellereigene Softwarelösung vorgestellt, die den erforderlichen Aufwand zur Planung und Kalkulation von Installationsanlagen deutlich reduziert. Darüber hinaus erleichtert sie die Dokumentation von KNX/EIB-Projekten.

Herstellereigene Lösung

Mit dem Planungsassistenten stellt die Firma Gira ein kostenloses Programm zur strukturierten Planung, Kalkulation und Dokumentation von Elektro-Installationsprojekten zur Verfügung. Das Produkt kann von der Internetseite www.gira.de heruntergeladen oder auf CD-ROM bezogen werden. Die Installation der Software ist unkompliziert. An die benötigte Hardware werden recht bescheidene Anforderungen gestellt (Tafel 1). Um die volle Funktionalität der Software nutzen zu können, muss darüber hinaus der Gira-Datenpool installiert werden. Darin findet man Ausschreibungstexte, Gebrauchsanleitungen, Dokumentationen und Produktdatenbanken im Datenorm- sowie Eldanorm-Format.

Da eine Vielzahl der Dokumente des Datenpools im PDF-Format bereitstehen, muss auf dem Rechner der Acrobat Reader installiert sein.

Leistungsumfang

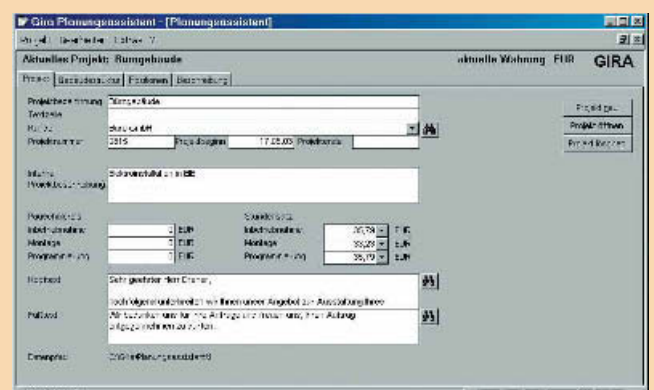
Das Programm kann entweder über den Eintrag im Start-Menü oder das Symbol auf dem Desktop aufgerufen werden. Beim Programmstart wird gefragt, ob ein bereits vorhandenes Projekt geöffnet werden soll. Anhand des Beispielprojektes (Bild 1) kann sich der Nutzer einen ersten Überblick vom Leistungsumfang des Produktes verschaffen.

Einstellungen

Die Anpassung an die spezifischen Bedürfnisse der jeweiligen Firma erfolgt über Menüpunkte des Bearbeiten- und Extra-Menüs. Zunächst wer-

Tafel 1 Systemanforderungen

CPU	ab Pentium II/300
RAM	ab 64 Mbyte
Betriebssystem	Windows 95/98/ME Windows NT/2000/XP
Festplattenplatz	rund 50 Mbyte
Sonstiges	VGA-Grafik CD-ROM-Laufwerk, Drucker Internetanschluss, Acrobat Reader

**1 Hauptmenü mit geöffnetem Beispielprojekt**