

# **Was wird heute hauptsächlich unter dem Stichwort Demografischer Wandel diskutiert?**

Wir leben immer länger. Wir werden immer weniger.  
Wir werden immer älter.

Wir verschleudern Humankapital. Wir gefährden Produktivität  
und Wettbewerbsfähigkeit. Wir verschlafen Märkte.

**Diese Entwicklungen haben Auswirkungen auf alle Bereiche  
der Unternehmen und unserer Gesellschaft.**

Die etwas andere Blickrichtung auf das Thema:

**Demografischer Wandel...**

***... und die Folgen in den Kundenbeziehungen.***

**Ein Unternehmen lebt nicht von dem,  
was es entwickelt und produziert,  
sondern von dem, was es verkauft!**

**Die demografische Entwicklung der Kundenbeziehungen wird eine Aufgabe stellen, die bislang für viele Unternehmer und dessen Unternehmen in dieser Form noch nicht auftraten:**

***Die Kontakte zwischen Käufer und Verkäufer zu organisieren, deren Altersspanne bei bis zu mehr als 40 Jahren liegt.***

**Bis zu vier Generationen treffen derzeit in den Kundenbeziehungen aufeinander.  
Wie gehen Unternehmen mit deren unterschiedlichen Werten um?**



*Die Veteranen - Jahrgänge 1928–1945*



*Die Babyboomer - Jahrgänge 1946–1964*



*Die Generation X - Jahrgänge 1965–1978*



*Die Generation Y - Jahrgänge 1979–2000*

## Status:

„Kunde Meier geht (ganz plötzlich) in Rente" - diese Feststellung mit dem überraschten Tonfall kann sehr unangenehme und kostenintensive Folgen haben.

Verstehen die älteren Unternehmer die jüngere Generation (diese haben i.d.R. eine andere Ausbildung usw)  
und  
„können“ diese mit denen?  
Ein 30jähriger hat andere Interessen als ein 50 jähriger Kunde.

Die  
Altersstruktur  
der Kundschaft  
sollte sich auch  
in der  
Altersstruktur  
der  
Belegschaft  
wieder finden.

Je größer der Altersabstand ist, desto stärker die unterschiedlichen Horizonte, die Grund für Missverständnisse und gelegentlichen Frust sind. Die Arten, die Welt unterschiedlich wahrzunehmen und zu verstehen, lassen sich nicht vereinen.  
Das ist allerdings auch nicht nötig – wichtig ist der richtige Umgang mit den Unterschieden.

# Was kann getan werden?:

## a. Standortbestimmung zum demografischen Handlungsbedarf in den Kundenbeziehungen

### 1. Durchführung detaillierter Kundenanalysen mit Entwicklungs- und Trendvorhersagen z. B. über :

- Altersstruktur der Kontaktpersonen
- Rollenstruktur der Kontakt- / Schlüsselpersonen
- Erwartungen

### 2. Präsentation der Ergebnisse und Ableitung zukünftiger mittel- und langfristiger ergebnisorientierter Planungen, Programme und Maßnahmen als Teil der derzeitigen und zukünftigen Strategie:

- rollenbezogen
- kundenbezogen

# Was kann getan werden?:

## **b. Entwicklung des Business Case:**

Aufzeigen von geeigneten Strukturen, die den Wissenstransfer beim Berufsausstieg / Ausfall / Versetzung Ihrer Kunden gewährleisten.

## **c. Konzipierung konkreter Maßnahmen und fachliche Begleitung der konkreten individuellen und kundenbezogenen Umsetzung:**

- ...
- ...
- ...

# Handlungsfelder (1)

Aufgrund des demografischen Wandels ergibt sich aus meiner Sicht folgende 4 Bereiche, in denen Handlungsbedarf besteht:

## **Strategie:**

Gefordert ist eine zukunfts- und demografieorientierte strategische Kundenpolitik, in die alle anderen Bereiche eingebettet sind. Dies beinhaltet insbesondere den Aufbau eines Kompetenzmanagements sowie einer Kommunikation, welche die demografische Entwicklung im Kundenunternehmen berücksichtigt.

## **Struktur:**

In diesem Handlungsfeld liegt der Fokus auf der Einführung neuer Strukturen, wie die Implementierung von Multiplikatorenprogrammen, sowie der strukturelle Verankerungen von Verantwortlichkeiten etc.. Des Weiteren können als mögliche Maßnahme Analysetools eingesetzt werden, die der kontinuierlichen Erfassung und Prognose der Altersstruktur und anderer kundenspezifischer Daten dienen und auf deren Grundlage weiterer Maßnahmen abgeleitet werden.

# Handlungsfelder (2)

## Prozesse:

Hierbei geht es insbesondere um eine dauerhafte Implementierung von Prozessen im Bereich Kundenmarketing. Darüber hinaus muß hierbei auch auf das Thema Know-How Transfer der Kundenbeziehungen durch die Identifikation von Wissensträgern und Einführung von Prozessen, die das Wissen sichern, eingegangen werden.

## Kultur:

Im Bereich der Kultur geht es vor allen Dingen darum, eine Veränderung der oftmals herrschenden Altersstereotypen und damit einhergehend auch ein Wertewandel innerhalb der Kunden zu erreichen, sowie den Aufbau eines Vertrauensmanagements zu fördern.

**Auf Basis der vier Handlungsfelder kann dann der jeweilige spezifische Bedarf ermittelt werden und eine passende Lösungen für das Unternehmen entwickelt werden.**

# Beispiel:

## Stellen Sie fest:

- Wie sehr sind die Kunden auf die Person des Unternehmers / Key Account Managers / Vertrieblers bezogen? - Stark / Mittel / Gering
- Hat es Veränderungen der Ansprechpartner gegeben
- Wurden Ihnen die Nachfolger des Kunden vorgestellt?
- Werden Sie von dem Nachfolger des Kunden akzeptiert?
- Wie viele Kunden hat das Unternehmen?
- Zu welchen Kunden bestehen langfristige Beziehungen (Stammkunden)?
- Wie lange bestehen die Kundenbeziehungen?
- Wer hält diese Kundenbeziehungen?
- Welche Zahlungsmodalitäten sind mit den Kunden vereinbart?
- Welche Modalitäten wurden nur mündlich und nicht schriftlich mit dem Kunden vereinbart?
- Wer kennt diese Vereinbarungen?
- Wann fanden die letzten erfolgreichen Akquisetätigkeiten bei den jeweiligen Kunden statt?

## **Fazit:**

**Innovation ist, den demografischen Wandel  
in der Kundenbeziehung rechtzeitig  
selbstbestimmt zu steuern.**

**Diese Komponente ist bisher M.E.  
vernachlässigt worden.**

# Seien Sie Neugierig!

**Wer neugierig ist, der bleibt nicht stehen,  
sondern bleibt Veränderungen gegenüber  
offen und begreift sie als Chance.**

**Wer neugierig ist, der wird Kontakt auf nehmen**

