

Marketing In die Haut der älteren Kunden schlüpfen

Streik I: beschlossen

Bern Den angedrohten Streiks auf Baustellen steht nichts mehr im Weg. Die Delegierten der Berufs-Konferenz Bau der Unia haben nun auch formell Kampfmaßnahmen beschlossen. Erste Warnstreiks werden somit am 15. Oktober in Genf, Neuenburg und Bern sowie am 1. November in Zürich durchgeführt.

Streik II: geplant

Berlin Nach dem Lokführerstreik in Deutschland zeigen sich beide Tarifparteien weiter unversöhnlich. Die Gewerkschaft GDL fordert ein Gespräch mit der Regierung. Sie will notfalls auch ohne Ankündigung streiken.

Banken: Jobkrise

London Die Krise an den Kreditmärkten wird in der Londoner City Tausende Angestellte den Job kosten. 2008 würden 6500 Arbeitsplätze abgebaut. Etwa 2000 Menschen werden vor Weihnachten die Kündigung erhalten.

Roche: Blockade

Basel Der Pharmakonzern Roche kommt bei der geplanten Übernahme der US-Diagnostikfirma Ventana nicht vom Fleck. Auch nach mehrmaliger Verlängerung der Angebotsfrist lehnt Ventana das Angebot kategorisch ab.

Ospel: Lohnabzug

Zürich UBS-Verwaltungsratspräsident Marcel Ospel gibt Fehler zu. Nachdem er tagelang zu den Milliardenabschreibungen geschwiegen hatte, meldete er sich am Wochenende in diversen Zeitungen zu Wort. Die Auswirkungen der Zinsentwicklung seien falsch eingeschätzt worden, gab er zu. Und: «Ich gehe davon aus, dass der Kompensationsausschuss meinen Lohn zurücknimmt.»



Befürchtet Lohnkürzungen: UBS-VR-Präsident Marcel Ospel. Bild: Keystone

Von Benita Vogel

Die Postfinance setzt auf ältere Kunden. Mit Spezial-Anzügen schult sie ihre Mitarbeiter auf die Bedürfnisse der «Golden Agers».

Der Helm mit dem gelben Visier lässt die Bilder erblassen. Durch den Kopfhörer dringen nur noch dumpfe Geräusche. Die Spezialhandschuhe fühlen sich an wie Schmiergelpapier. Die eingehäuteten Gewichte im Overall drücken die Schultern Richtung Boden – so muss sich Altsein anfühlen. Und so fühlten sich Kundenberater der Postfinance – zumindest für ein paar Stunden: Sie wur-

den im Age Explorer geschult, einem Spezialanzug, der das Alter simuliert.

Mit dreissig bis vierzig Jahren mehr auf dem Buckel mussten die Mitarbeiter Geld am Automaten beziehen, Produktebroschüren lesen, eine Münze vom Boden aufheben, Formulare ausfüllen und ein Beratungsgespräch mitmachen. «Mit dem Altersanzug können die Wünsche und das Verhalten älterer Kunden

simuliert und wahrgenommen werden», begründet Postfinance-Sprecher Marc Andrey die Schulungsaktion. Das Verständnis für ältere Kunden werde vertieft. Andrey: «Das steigert die Sicherheit unserer Berater im Umgang mit den älteren Kunden.» Und die sind für die Postbank wichtig: «Sie sind in der Regel vermögender als jüngere.»

Gern gesehene Kunden

In den Marketingabteilungen der Firmen werden die älteren Kunden denn auch Golden Agers genannt: Mit 50 bis 70 Jahren sind sie fit und aktiv. Sie wollen das Leben geniessen und sich

etwas leisten. Die nötigen Ressourcen haben sie: Ein AHV-Rentner in Zürich hat ein Durchschnittsvermögen von über 600 000 Fr. Die über 55-Jährigen besitzen zusammen Dreiviertel des Gesamtvermögens.

Doch nicht nur der Reichtum macht die Alten zu gern gesehenen Kunden. Die Gruppe der über 50-Jährigen wächst. Ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung nimmt gemäss Bundesamt für Statistik bis ins Jahr 2030 über 40 % zu. Bei vielen Finanzdienstleistern ist bereits heute schon jeder zweite Kunde über 50 Jahre.

Auf deren Bedürfnisse richtig eingegangen wird aber noch nicht genügend. Vor allem bei einer professionellen Beratung gebe es noch viel Potenzial, sagt etwa Beat Bernet von der Uni St. Gallen. Das will die Finanzindustrie ändern. Mit pensionierten Mitarbeitern für Senioren operiert beispielsweise die Bank Coop seit diesem Frühling. Welche Folgen die Altersschulung bei Postfinance haben wird, ist noch offen. Andrey: «Wir könnten uns vorstellen, für ältere Kunden kürzere Beratungsgespräche anzubieten oder in einigen Broschüren die Schriften zu vergrössern.»



Beratung im Alters-Anzug: Broschüren lesen wird zur Herausforderung. Bild: Paolo Foschini

Microsoft schafft Echtheitsprüfung ab

Microsoft öffnet seine Sicherheitspforten. Im neuesten Update des Internet Explorers 7 entfällt die «Windows Genuine Advantage Validation». Diese hatte während der Installation des Browsers überprüft, ob auf dem Rechner auch eine gültige Version eines Windows Betriebssystems installiert ist. Diese Echtheitsüberprüfung ent-

fällt nun, wie im IEBlog steht. Der Hintergrund dieser ungewöhnlichen Offenheit des Software-Riesen dürfte der anhaltende Konkurrenzkampf im Browsergeschäft sein – Microsoft will verlorenes Terrain zurückgewinnen. Bis vor wenigen Jahren galt der Internet Explorer mit einem Marktanteil von über 95 Prozent als absolut konkurrenzlos.

Doch mit dem Auftauchen des Mozilla Firefox Browsers bröckelte die Vormachtstellung. Mittlerweile

kommt der Firefox Browser auf einen Marktanteil von gut 15 Prozent, Microsoft auf 77 Prozent. (mda)

Anzeige

biogen idec

Global biotechnology company (NASDAQ: BIIB) with International Headquarters in Switzerland