

# WiN



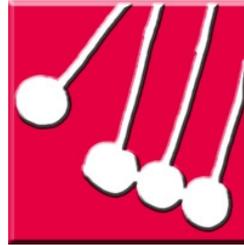
Niedersächsisches Ministerium  
für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr



Wirtschaft in Niedersachsen - Die Dienstleistungsinitiative



**WiN** Impuls  
Chancenmonitoring



**WiN** Impuls Chancenmonitoring  
am 04.12.2006

**Dokumentation**



**WiN** Impuls  
Chancenmonitoring

## Inhalte

1

**Teilnehmerliste**

2

**Agenda des Workshops**

3

**Plenum**

4

**Arbeitsgruppen**



## Teilnehmerliste (1/2)

Name	Institution
Herr Eckhard Deiters	D & O Werbe- und Vertriebsservice GmbH
Herr Wolfgang Ott	D & O Werbe- und Vertriebsservice GmbH
Herr Dr. Christian Rimpler	Dr. Rimpler GmbH
Herr Xiaopeng Guo	ELG GmbH
Herr Jörg Wesner	formfuersorge GbR
Herr Kai Schirmeyer	Kitazo AG
Herr Wilhelm Kunze	Kunze-Steckhan Hausverwaltung
Herr Ralf Thyran	LSH GmbH
Herr Jürgen Brag	Natura - Haus
Frau Nicole Lütz	Naturheilpraxis Lütz
Herr Alexander W. Niemeyer	Niemeyer's Posthotel oHG
Herr Achim Budde	Parkhotel Bilm GmbH
Herr Christoph Paul	Prime Design Werbeagentur GmbH
Frau Monika Opitz	RKW NordWest w.V.
Herr Stephan Rehfeld	scope & focus
Frau Tina Voß	Tina Voß Zeitarbeit GmbH



## Teilnehmerliste (2/2)

Name	Institution
Herr Thomas Poremba	TPM Thomas Poremba
Herr Dietmar von Cysewski	VC Vertriebssysteme GmbH
Herr Rolf Richter	WIR AG
Frau Edelgard Wollny	Wollny Personal
Frau Cathrin Hachmeister	Wollny Personal
Herr Andreas Bauer	Geyer & Bauer Marketingberatung für Unternehmer
Herr Ulf Endewardt	e-mares Innovationsforschung
Frau May-Britt Pürschel	Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr
Frau Inge Mahncke	Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr
Frau Alexandra Schubert	Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr



**WiN** Impuls  
Chancenmonitoring

## Inhalte

1 Teilnehmerliste

2 **Agenda des Workshops**

3 Plenum

4 Arbeitsgruppen



Niedersächsisches Ministerium  
für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr



Wirtschaft in Niedersachsen - Die Dienstleistungsinitiative

## Agenda

09.30 – 10.00	<b>Come together</b>
10.00 – 10.30	<b>Begrüßung</b>
10.30 – 11.45	<b>Impulspräsentation</b>
11.45 – 12.15	<b>Diskussion</b>
12.15 – 12.45	<b><i>Business Buffet</i></b>
12.45 – 13.00	<b>Einleitung: Arbeitsgruppen</b>
13.00 – 14.30	<b>Arbeitsgruppen</b>
14.30 – 15.00	<b>Vorstellung der Ergebnisse</b>
15.00 – 15.15	<b>Zusammenfassung</b>
15.15 – 15.30	<b>Verabschiedung</b>



**WiN** Impuls  
Chancenmonitoring

## Inhalte

1

Teilnehmerliste

2

Agenda des Workshops

3

Plenum

4

Arbeitsgruppen

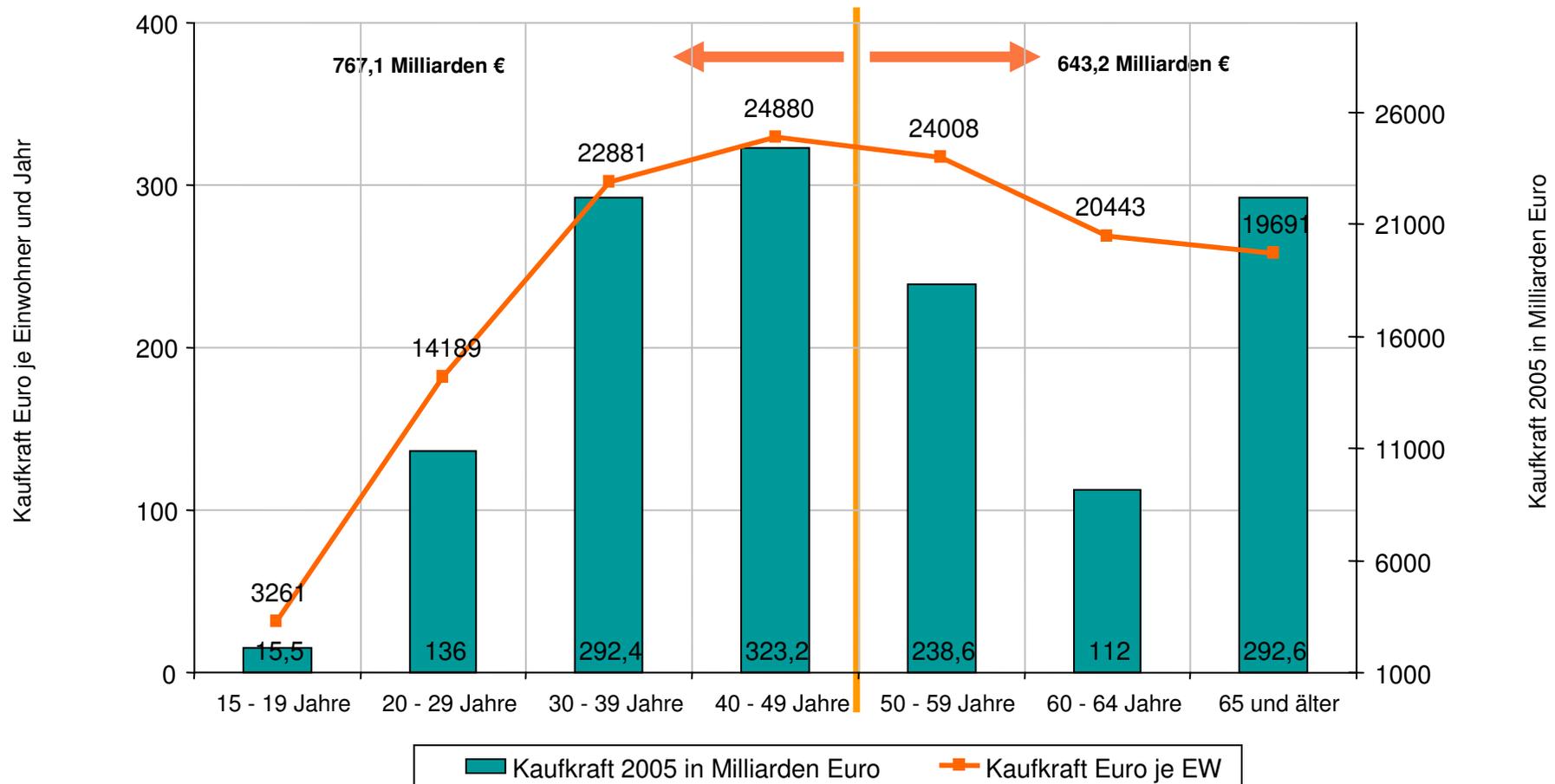


## 2020: Auf der Suche nach den Jungen

- **Die Erdbevölkerung ist auf 7,7 Mrd. gewachsen**  
(2005: 6,5 Mrd.)  
→ Wachstum hat nur in Entwicklungs- bzw. Schwellenländern stattgefunden
- **In Deutschland leben 15-20% Zuwanderer bzw. Ausländer.** In manchen Städten 40%  
→ Anforderungen an Ethno-Marketing und Recruitment
- **Deutschland ist eine Senioren-Gesellschaft.**
  - 26% der Bevölkerung sind älter als 60 Jahre, 14% unter 20 Jahre. Nur 50plus gewinnt an Anteil.
  - Die Lebenserwartung in Deutschland ist auf ca. 90 Jahre gestiegen.
  - Knapp die Hälfte aller Personen im erwerbsfähigem Alter ist älter als 50 Jahre
  - Großes Potenzial für Seniorenmärkte, hohe Anforderung an Personalmanagement



**Kaufkraft 2005 in Deutschland  
nach Altersklassen:**  
*„46% der Kaufkraft liegt bei 50plus“*  
Quelle: GfK-MACON News 02/05

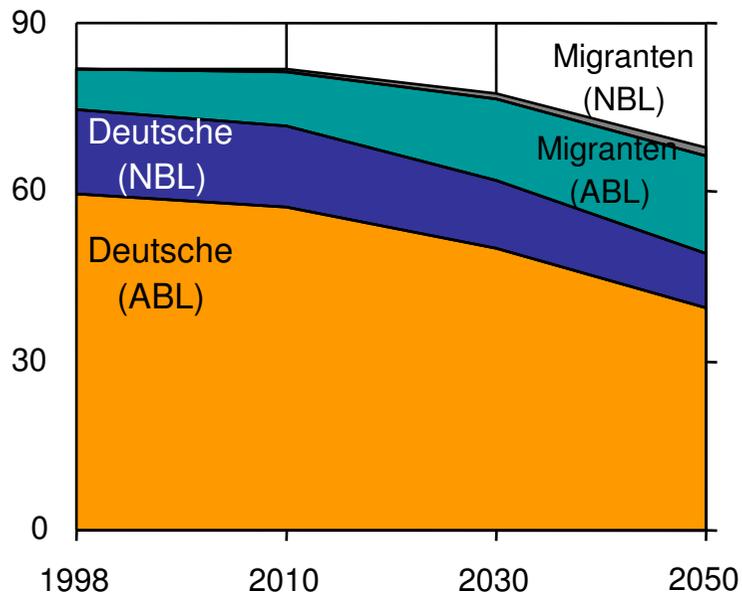




## Bevölkerungsentwicklung in Deutschland:

Der Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund steigt deutlich

Quelle: Wirtschaftswoche Nr. 13/2006. Eigene Berechnung und Grafik



- 2005 leben ca. **7,5 Mill. Ausländer in Deutschland**. Türken stellen mit 2,4 Mill. EW die größte Volksgruppe.
- Pendeln zwischen **Assimilation und Bewahrung**.
- **Hohe Sparquote**: Deutsche sparen ca. 10% ihres Nettoeinkommens, Türken mehr als das Doppelte.
- Bisher **wenig gezielte Ansprache** dieser Zielgruppe: 8 % der Anbieter von Internetseiten in Deutschland gehen auf ausländische Kunden ein.

Ford Besser ankommen

Händler suchen  Ort eingeben

[Startseite](#) [Suche](#) [Übersicht](#) [Impressum](#) [Kontakt](#) [Datenschutz](#)

**Die Fahrzeuge** **Finanzen und Service** **Das Unternehmen**

**Ford Transit Connect**  
Türkçe sitemiz  
Ford Transit Connect

**Avrupa'da Yılın Ticari Aracı**

Yeni Ford Transit Connect, "Yılın Uluslararası Ticari Aracı 2003" ödülünü, uzman ticari araç editörlerinden oluşan bir ekibin oybirliğiyle aldı.

[Tüm metin için buraya tıklayın](#)

**Neue Beziehungsformen lösen  
traditionelle Bindungen ab.  
Bedürfnis nach Vertrauen wächst.**

- Traditionelle Bindungsformen gehen zurück und reduzieren sich auf „Lebensabschnitte“ oder „Events“.
- Die Grundbedürfnisse der Menschen nach Wärme und Geborgenheit ändern sich aber nicht.
- Diese Beziehungsänderung und die zunehmende Mobilität stellen höhere Ansprüche an die eigene Attraktivität.
- Damit nimmt der Druck auf eine erfolgreiche Selbstvermarktung zu.
- Überalterung und das nachhaltige Erleben von Krisen führen zu einer Überbetonung der individuellen Sicherheitsaspekte: Gesundheit, Vertrauen, Sicherheit.

„Freunde“

„Interessen-  
gemeinschaften“

„Die Marke  
ICH“

# WiN



Niedersächsisches Ministerium  
für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr



Wirtschaft in Niedersachsen - Die Dienstleistungsinitiative

Die „Dream-Society“:

„Wo Träume sind, da sind auch Märkte“



„Wir gehen nicht ins  
Kaufhaus, um zu kaufen, was  
wir brauchen, sondern um zu  
entdecken, was wir uns  
wünschen könnten“

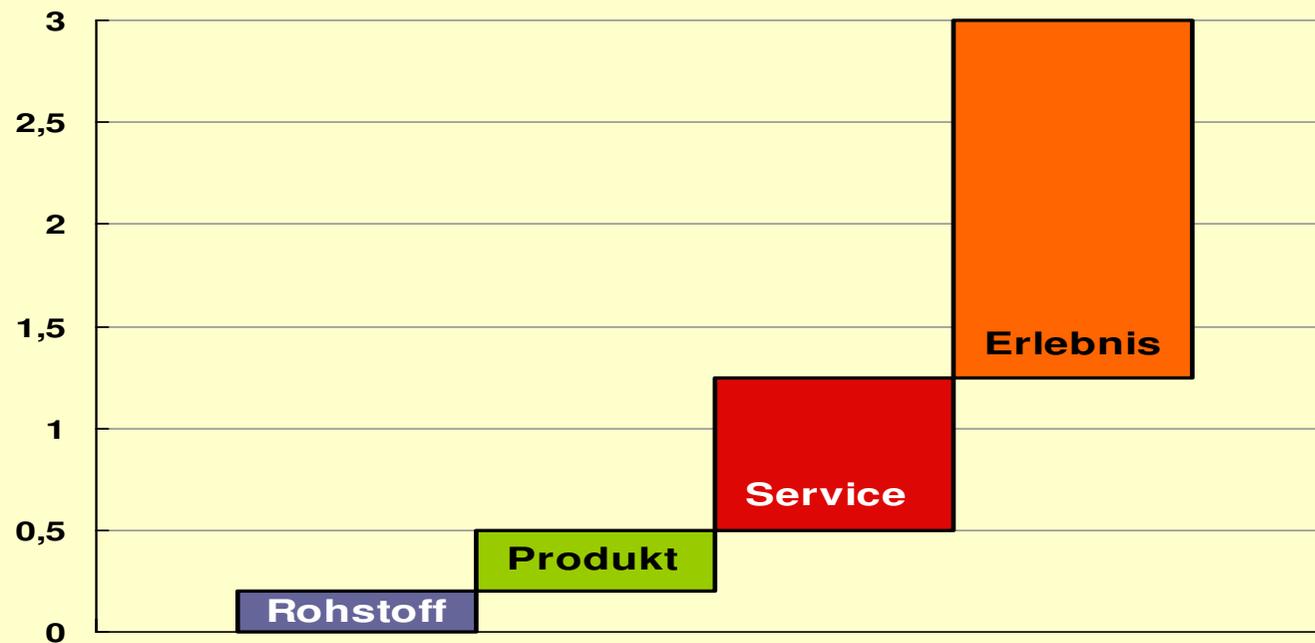
### Erlebnisökonomie

Anteile der Wertschöpfung am Erlebnisprodukt

(am Beispiel Kaffee in Euro)

(Pine & Gilmore „The Experience Economy“; aus Zukunftsinstitut; Megatrends; 2001)

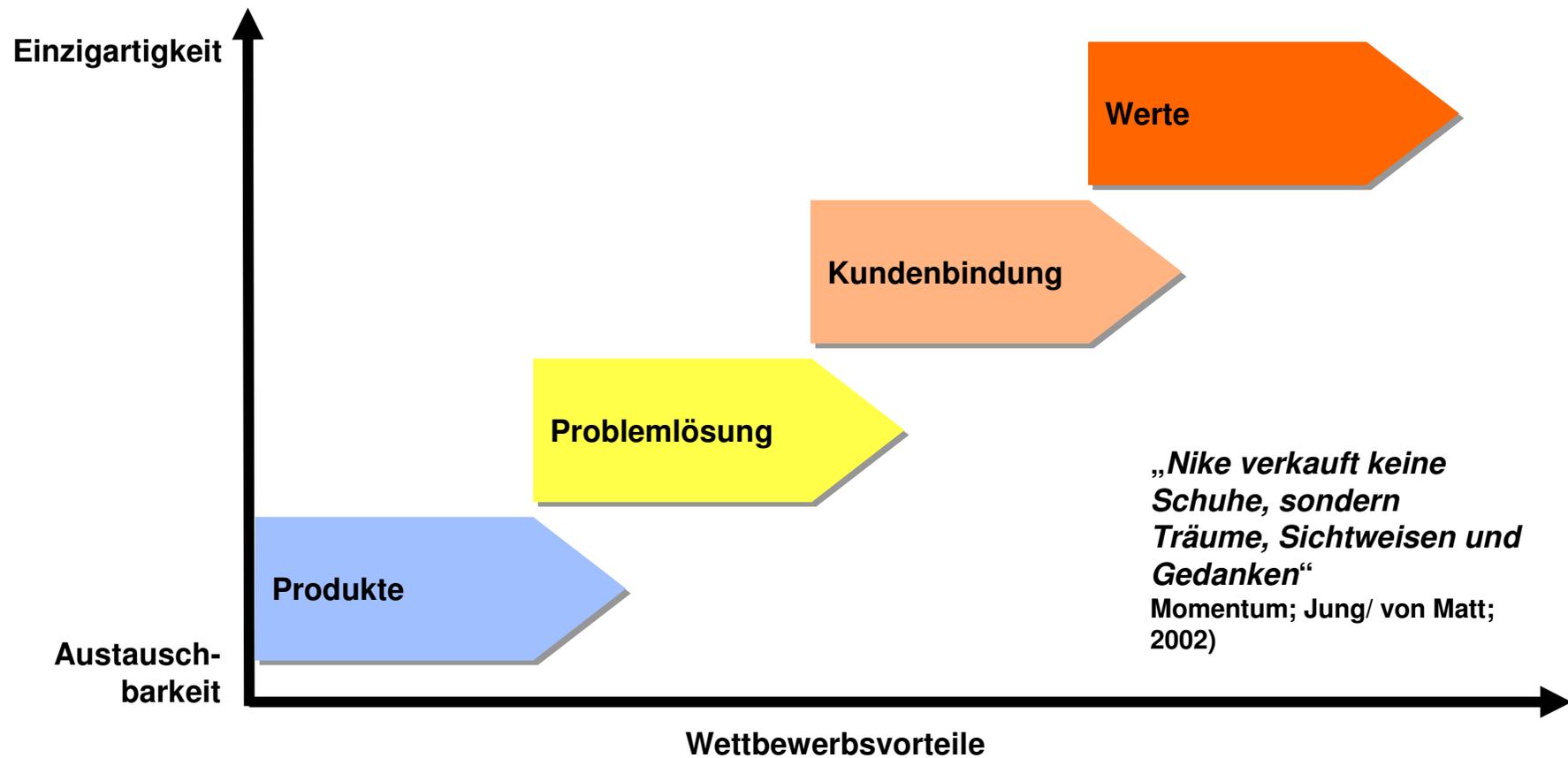
### Wofür zahlt der Konsument?





### Die Hierarchie von Wettbewerbsvorteilen

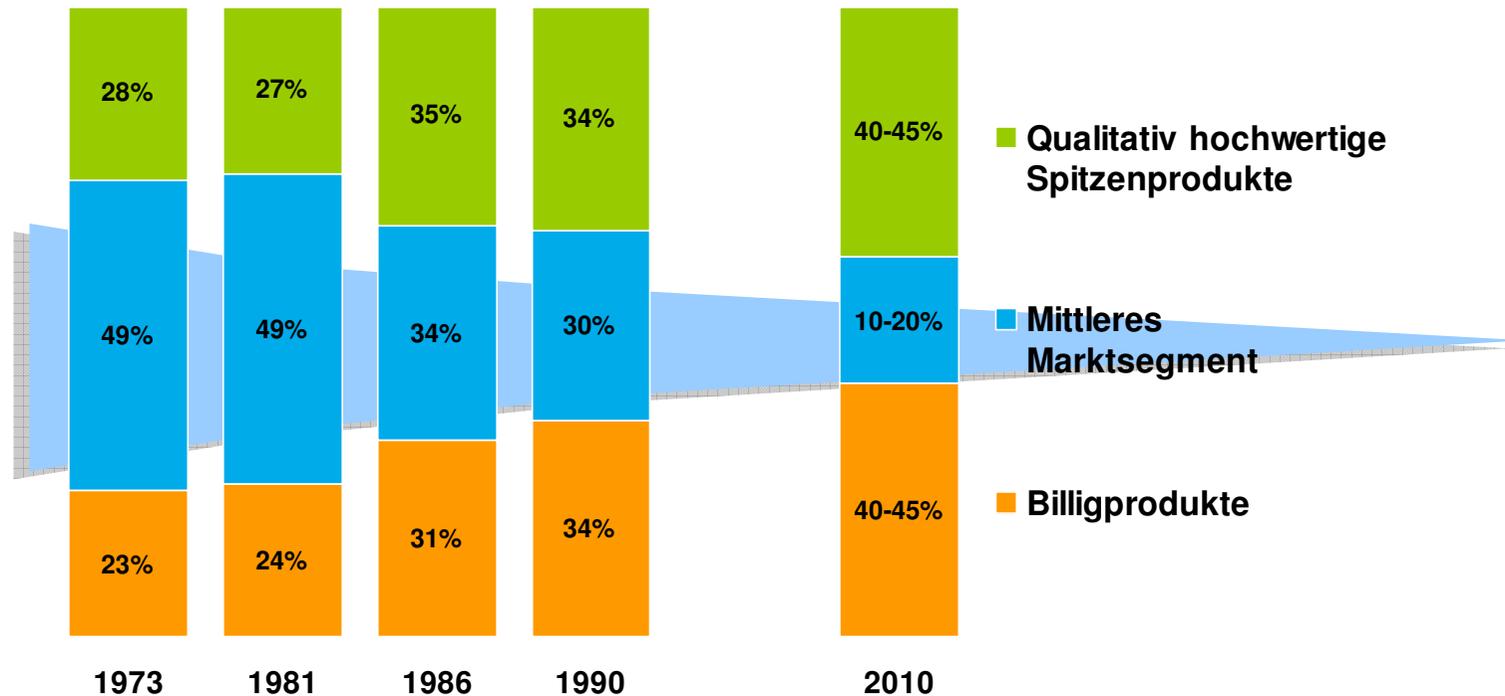
(Quelle: Weismann Team; aus BBE, Megatrends 4, 2001)





## Der Verlust der Mitte erfordert differenziertere Lösungen

(B.A.T. Institut, BBE, GfK aus Zukunftsinstitut; Megatrends; 2001)



***Niemand will mehr Mittelmaß sein, deshalb wird die Mitte verschwinden.***

(Nordström, Schwedischer Wirtschaftsdenker, 2004)

# WiN



Niedersächsisches Ministerium  
für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr



Wirtschaft in Niedersachsen - Die Dienstleistungsinitiative

In den Köpfen der Kunden spazieren gehen  
führt zu neuen Ideen!

**LUDWIG**  
GARTEN · SAUNA · POOL  
Jeden Tag ein bisschen Urlaub!

SEMINARE  
FÜR  
LEBENSART

VERANSTALTUNGEN

NOVEMBER/DEZEMBER 2006

MI 01		
DO 02		
FR 03		
SA 04		
SO 05		
MO 06		
DI 07.11.	<b>Cocktails RICHTIG MIXEN</b>	Geschmeckt oder gerührt, das ist hier die Frage! Wie kann ich ohne viel Aufwand leckere Cocktails mixen? Was brauche ich für meine eigene kleine Hausbar? Welche Geräte sind ein Must, was ist Luxus? Mit Herrn Nils Böse, Inhaber der Mandarinen Bar in Hildesheim, wollen wir selber mixen lernen und auch viele Cocktails kennenlernen. 7. November, 19 Uhr, € 22/Person
MI 08		
DO 09		
FR 10.11.	<b>Sauna — ABER RICHTIG!</b>	Wissen Sie, was Finnien vor, während und nach der Sauna essen und trinken? Herr Ewald von Saunateece führt uns in die Welt der warmen Entspannung und gibt seine Tipps. Wie mache ich einen richtigen Aufguss? Welche Wassertechniken gibt es? Was bewirkt ein Saunagang? Wie wirken Bio-, Kräuter- und Duftsaunen? 10. November, 19 Uhr, € 22/Person
SA 11		
SO 12		
MO 13		
DI 14		
MI 15		
DO 16		
FR 17		
SA 18		
SO 19		
MO 20		
DI 21		
MI 22.11.	<b>Wintergarten WUNDERWELT</b>	
DO 23		
FR 24		

Gartenmöbelanbieter bietet  
Urlaubsflair und Wellness

Rundum-Sorglos-  
Dienstleistungs-  
service

[www.Q-ARTIS7.de](http://www.Q-ARTIS7.de)

die neue südstadt **Q'ARTIS7**

Wohnen für alle Sinne

**Reichsbund Wohnungsbau**  
Reichsbund Wohnungsbau GmbH  
Lehmannstraße 1  
30455 Hannover  
Telefon 0511/49602-26  
Fax 0511/49602-74  
[www.rwb-online.de](http://www.rwb-online.de)  
[verkauf@rwb-online.de](mailto:verkauf@rwb-online.de)

Reichsbund Wohnungsbau denkt in Lifestyle-Themen

**HASEG**  
Haus-Service-Graw

- Hausüberwachung ■
- Blumenpflege ■
- Gartenpflege ■
- Amtsgänge ■
- Klein- und Großtierpflege ■
- Botengänge + Fahrten ■
- Einkaufsservice ■
- Kinder/Personenbetreuung ■

Katze gefüttert ✓  
Blumen gegossen ✓  
Fenster geschlossen ✓  
Briefkasten geleert ✓

Andra Graw

**HaSeG**  
Norderneystr. 27  
31303 Burgdorf  
Telefon 05136-9 77 63 97  
Telefax 05136-9 77 63 98  
[info@haus-service-graw.de](mailto:info@haus-service-graw.de)



**WiN** Impuls  
Chancenmonitoring

## Inhalte

1

Teilnehmerliste

2

Agenda des Workshops

3

Plenum

4

Arbeitsgruppen



## Ergebnisse Arbeitsgruppe 1

In welchen Marktentwicklungen sehen Sie die größten Chancen für Ihre Unternehmen?

### Individualität, maßgeschneiderte Lösungen

- Individualisierung nimmt zu
- Jeder will etwas ganz Besonderes für sich
- Individuelle Angebote sind meist teurer, d.h. man verdient daran gut
- Wie konkret sich auf diese Entwicklung einstellen?

### Flexibilisierung

- Anspruchsvolle Kunden verlangen unbedingte Anpassung der Dienstleister
- Flexibilität kann Einzigartigkeit bedeuten (Maler renoviert das EH-Geschäft über Nacht, d.h. es geht kein Verkaufstag verloren)
- Wie kann einzigartige Positionierung entwickelt werden?

### Polarisierung

- Kleine und kleinste Unternehmen können aufgrund fehlender Mengeneffekte nur im Qualitätssegment überleben
- Viele sitzen noch in der Mittelposition
- Preisposition kann langfristig nicht gut gehen
- Wer hilft, eine klare und abgesicherte Position im Qualitätssegment zu formulieren und dann zu erreichen?

### Erlebnisorientierung

- Normale Angebote haben es schwer
- Es müssen außergewöhnliche Einkaufserlebnisse entwickelt werden, sonst kommt keiner
- Wie können Erlebnisse im B2B Bereich aussehen?



## Ergebnisse Arbeitsgruppe 2

Worin liegen Ihrer Meinung nach die wichtigsten Stärken kleiner Unternehmen bei der Nutzung von Zukunftschancen?

### Individualität

- Aufgrund der Größe (Kleinheit) besser auf individuelle Angebote eingerichtet
- Aber was machen wir daraus?

### Flexibilität

- Inhaber garantieren in der Regel schnelle verbindliche Entscheidungen
- Aber wie wird diese Stärke strategisch und operativ als Wettbewerbswaffe eingesetzt?

### Qualitätsposition

- Keine andere Chance als kleines Unternehmen
- Aber wird nicht oft genug über Preiskampf gearbeitet bzw. ungenügend profilierte Angebote?

### Unternehmerpersönlichkeit

- Ganzheitlichkeit
- Glaubwürdigkeit
- Persönlicher Dialog (vs. Anonymität großer Unternehmen)
- Voraussetzungen für einheitlichen und durchgängigen Auftritt vorhanden
- Aber wird das als strategisches asset verstanden bzw. eingesetzt?