

Dolce Vita Brands

„Wer soll das bezahlen?“

Uwe U. Klimach

München, 08.06.2020

Als in diesen Tagen das gigantische Konjunkturpaket von der Bundesregierung verabschiedet wurde, welches die Wirtschaft in Deutschland ankurbeln und fördern soll, ist im gleichen Atemzug immer auch von den „zukünftigen Generationen“ die Rede. So spricht Kanzlerin Merkel vergangenen Donnerstag in der ARD: *„Das ist nicht Geld, was wir auf der hohen Kante hatten, sondern das ist das Geld, dass wir als Schulden aufnehmen. Geld, das spätere Generationen bezahlen müssen.“*

Selbstverständlich begrüße ich diese Maßnahmen und möchte an dieser Stelle nicht weiter politisch werden. Vielmehr habe mich am Wochenende nochmals intensiver mit den „späteren Generationen“ befasst. Müssen wir uns als Unternehmer und Händler nicht schnellstens mit „diesen Generationen“ beschäftigen? Ist diese Zielgruppe nicht existenziell wichtig für das Überleben des Handels, der Traditionsbetriebe und der Geschäfte, ja Ihres Unternehmens?

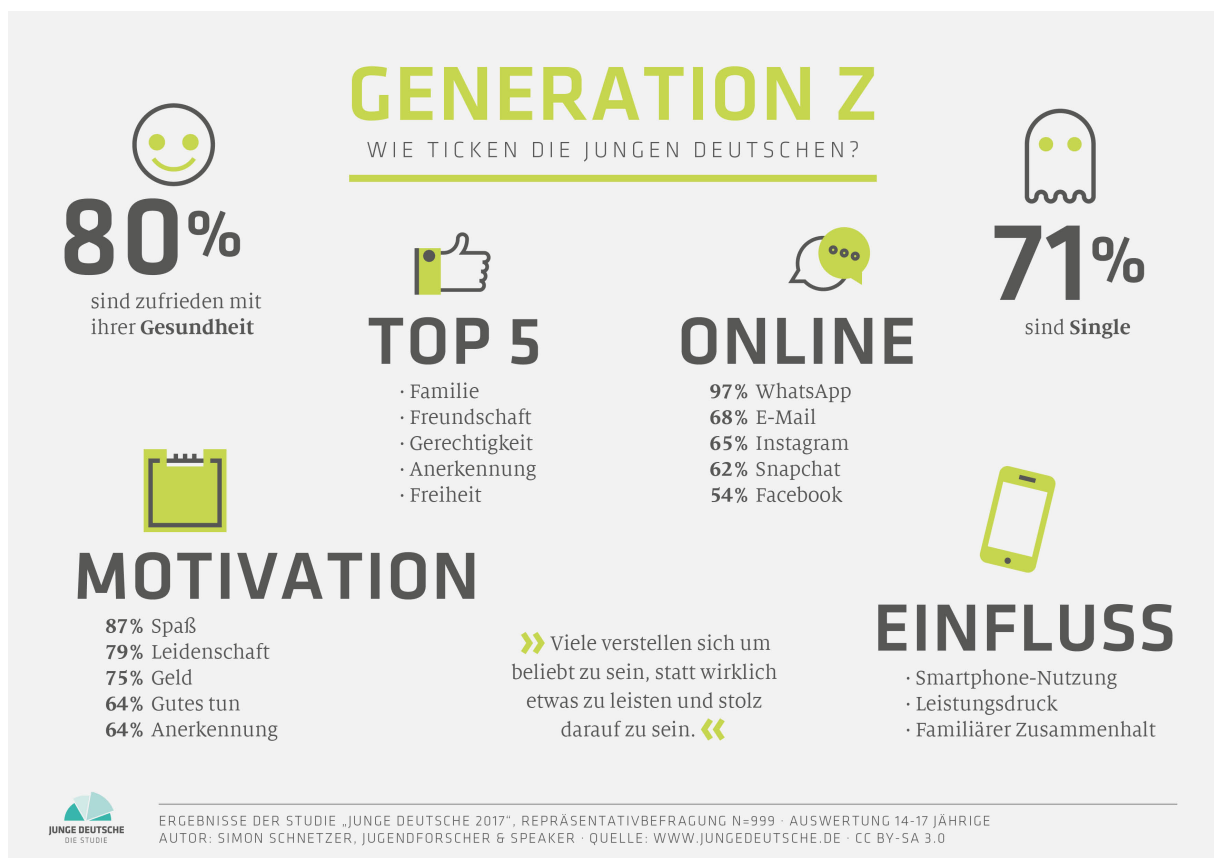
Tradition ist nicht die Anbetung der Asche, sondern die Weiterleitung des Feuers!

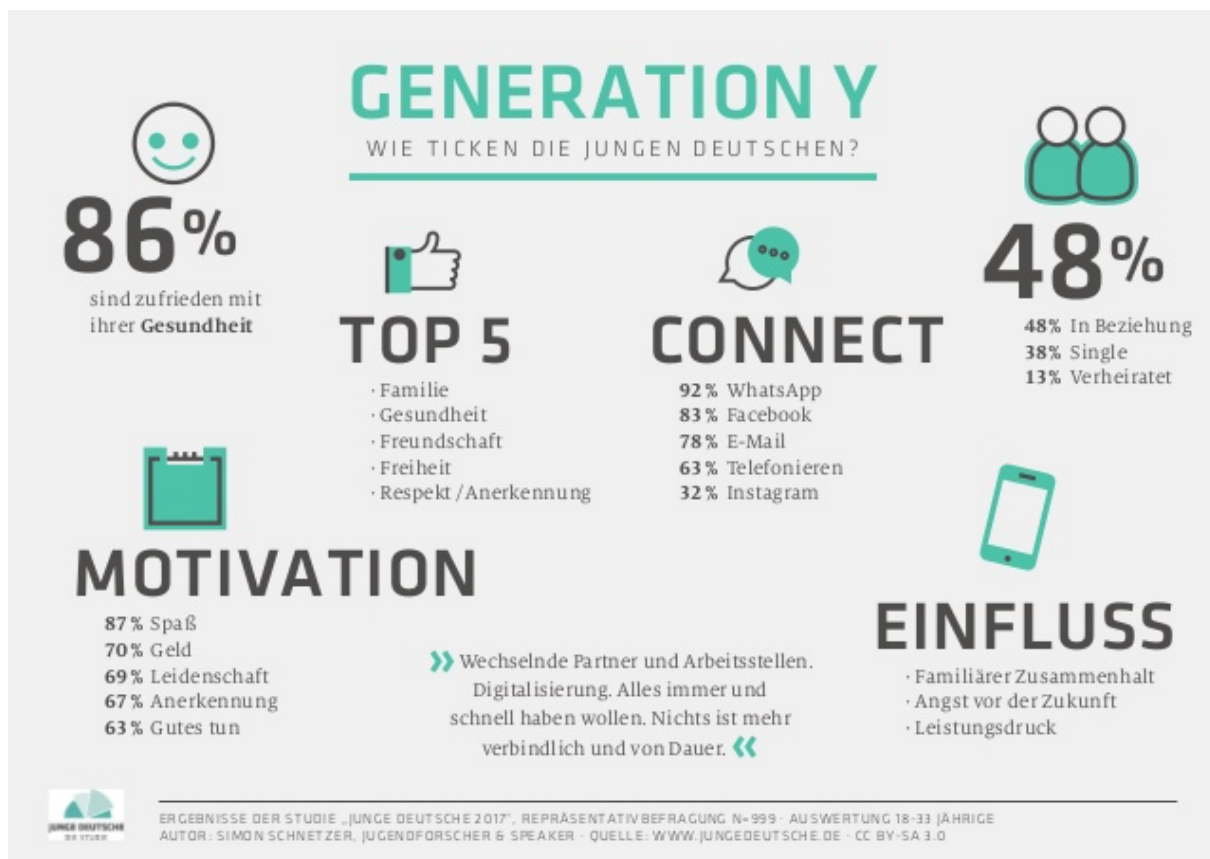
Viele meiner Geschäftspartner sprechen immer von „den treuen Kunden“ und schauen einfach weg; sie blenden die signifikante Veränderung im Geschäfts- und Handelsleben einfach aus. Seit Jahrzehnten beobachten wir doch Veränderung zum Negativen, den Abwärtstrend im Handel aber auch auf Messen. Diese Veränderung wird durch die aktuelle Situation rasant beschleunigt. So bestätigen mir einige Unternehmen, dass sie vorerst keine Messen mehr besuchen bzw. dort ausstellen werden aber ihre Digitalisierung massiv vorangetrieben haben und diese Entwicklung auch von den Einkäufern positiv angenommen wird.

Der Handel war schon vor der Pandemie im massiven Umbruch, und eine Krise hat auch immer die Wirkung eines Katalysators!

Das Konsumverhalten wird sich ändern, das ist sicher. Und wenn von den „zukünftigen Generationen“ die Rede ist, möchte ich mir diese hier gemeinsam mit Ihnen doch einmal genauer anschauen:

Als Generation Z werden junge Menschen, geboren zwischen 2000 und 2019 bezeichnet. Die Generation Y oder auch Millennials ist zwischen 1980 und 1999 geboren. Die größten Unterschiede basieren auf den unterschiedlichsten gesellschaftlichen und technologischen Entwicklungen, die zur Zeit der Kindheit und im Erwachsenwerden.





Quelle: Simon Schnetzer, jungedeutsche.de

Derzeit gehören ca. 10 % der deutschen Bevölkerung zur Generation Z und 18 % zu den Millennials; d.h. wir sprechen von einer kaufkräftigen und erlebnisorientierten Gesamtzielgruppe von ca. 23 (!) Millionen Menschen – nur in Deutschland! Wir sollten als Unternehmer und Händler z.B. nicht die Fehler der Automobilindustrie machen, die sich genau mit „diesen Generationen“ nicht beschäftigt hat.

„Junge Leute kaufen doch sowieso alles nur online!“

Das mögen viele denken, doch es ist jedoch ganz anders. Gerade die junge Generation legt viel Wert auf soziale Verantwortung, Nachhaltigkeit und kauft gerne lokal vor Ort. Die Käufergeneration kommt wieder gerne in die Geschäfte, oder aufgrund der Pandemie in teilweise neu geschaffene Online-Shops wie z.B. über Instagram. Dieses Revival des Einkaufes vor Ort bietet große Chancen, gerade auch für kleinere und mittlere Händler, aber auch z.B. für das so häufig diskutierte Kauf- und Warenhaus.

Um diese Chance aber auch nutzen zu können, sollten sich Händler und Unternehmer auf die Wünsche und Bedürfnisse einstellen. Denn die junge, oft kaufkräftige Käufergeneration weiß genau, was sie will: Sie ist auf der Suche nach einem besonderen und nachhaltigen Einkaufserlebnis.

Was zählt, ist die Kommunikation auf allen Kanälen. Ferner erwartet die Generation individuelle, kompetente und leidenschaftliche Beratung und außergewöhnliche Kundenkommunikation und Bindung.

Besonders wichtig: Diese Generation erwartet eine schnelle Lösung! Gerade jetzt ist die richtige Zeit, diese Wünsche der jüngeren Käufergeneration (auf deren Schultern doch auch unser Konjunkturpaket lastet!), umzusetzen. Übrigens benutzen 55 % derer das Smartphone für mindestens 5 Stunden und mehr am Tag!

Die derzeitige Situation durch COVID-19 hat bereits und wird mit Sicherheit auch zukünftig die Art und Weise, wie wir uns verhalten und miteinander und unseren Lieblingsgeschäften und Gastgebern kommunizieren und dort konsumieren, langfristig verändern.

Wir haben alle Möglichkeiten dazu, jetzt unser Geschäft neu zu positionieren! Ob als Unternehmer, Händler, Gastgeber oder Mitarbeiter.

Unternehmer = etwas unternehmen!
Gastgeber = Menschen umsorgen!

Wie kommunizieren Sie heute mit der Generation Y und Z?
Wie verkaufen Sie?
Wie machen Sie Ihre Kunden zu Ihren Fans?
Was macht Sie und Ihr Unternehmen so einzigartig?

Gerne unterstütze ich Sie dabei!

Bleiben Sie gesund und im Veränderungsmodus!

Ihr

Uwe U. Klimach
www.dolcevitabrands.de

„Das Wort Krise setzt sich im Chinesischen aus zwei Schriftzeichen zusammen – das eine bedeutet Gefahr und das andere Gelegenheit.“

J.F. Kennedy