

# DER KURIER

Ausgabe Bruchsal 29. September 2011

Marketingexperte Hans-Georg Pompe veröffentlicht neues Buch

## „Best Ager sind Edelsteine“

**Bruchsal** (art). Sein Büro hat Marketing-Experte, Journalist und Autor Hans-Georg Pompe ganz oben im St. Paulus-Heim in Bruchsal. Hier hat er einen weiten Blick über die Stadt, die angrenzenden Hügel und die Rheinebene.

„Ich brauche eine inspirierende Umgebung“, sagt er. „Kalte, anonyme und rein funktionelle Büros gibt es zuhauf, aber die mag ich nicht.“ Der Spezialbereich von Hans-Georg Pompe ist die Generation 50plus, die so genannten „Best Ager“, Menschen in den besten Jahren. Da passt es gut, dass gleich nebenan Rolf Freitag sein Büro hat, der Vorsitzende des Kreissenioresrates im Landkreis Karlsruhe. „Wir haben schon so manches interessante Gespräch geführt“, sagt Pompe, „wenn ich gerade mal in Bruchsal bin und in meinem Büro.“

Der Marketingexperte ist ein gefragter Mann und deshalb viel unterwegs zu Firmen, zu Vorträgen, Konferenzen. Und dazwischen veröffentlicht er Fachartikel und schreibt Bücher. „Markt-

macht 50plus – Wie Sie Best Ager als Kunden gewinnen und begeistern“ war das erste Buch, in dem er sich mit seinem Lieblingsthema befasst. Mitte Oktober erscheint nun das zweite Buch mit gleicher Zielrichtung: „Boom-Branchen 50 plus – Wie Unternehmen vom gigantischen Best-Ager-Markt profitieren“. Bei beiden Büchern geht es nicht darum aus der 50plus-Generation möglichst viel Kapital zu schlagen und Profit zu ziehen, sondern sie sind ein Plädoyer für Kundennähe, Echtheit und Problemlösungen.

„Die Menschen jenseits der 50 haben Lebenserfahrung, haben positive Werte entwickelt und wollen ernst genommen werden“, sagt Pompe. „Sie wollen nicht mit Halbwahrheiten abgespeist werden und auch nicht zum ‚alten Eisen‘ gerechnet.“ Pompe spricht aus Erfahrung, vollendet er doch selbst in Kürze sein 53. Lebensjahr.

Angefangen hat er seine Karriere in der Krankenpflege – „Eine Schule fürs Leben“, wie er sagt. Bereits damals hat er Fach-

veröffentlichungen geschrieben. Leitung eines Pflegeheimes, Weiterbildung zum Marketingfachmann, Marketing in gehobenen Seniorenresidenzen waren weitere Stufen der Leiter und heute seit sieben Jahren selbstständiger Unternehmensberater und Autor. Seine Devise war es immer, vorhandene Ressourcen auszubauen, mit den gegebenen Möglichkeiten und Talenten zu wuchern.

„Erfolg haben diejenigen Geschäftsleute, Dienstleister und Handwerker, die den Gegenüber mit seinem Bedarf ernst nehmen und gute Lösungen für Fragen und Probleme anbieten“, sagt der Marketingexperte. „Es geht nicht ums Verführen, sondern ums Berühren.“ In dem neuen Buch unterstreichen 37 Beispiele aus der Praxis von namhaften Persönlichkeiten und Unternehmen die Philosophie Pompes. Es liefert neben den Anregungen für die Wirtschaft gleichzeitig Hinweise, um brennende Fragen von Gesellschaft und Politik zu beantworten.

Pompe hält seinen Zeitgenossen einen Spiegel vor, in dem sie sich selbst prüfen können und ihr Verhältnis zur Generation 50plus. Mit hoher Wertschätzung spricht er von den Altersgruppen jenseits der 50: „Best Ager sind Edelsteine - und einer der wenigen Wachstumsmärkte unserer Erde“, sagt er. „Nur wer heute seine Geschäftskonzepte entsprechend ausrichtet, hat morgen noch Marktchancen.“ Dazu gehört im Sinne von Pompe aber auch, die Best Ager nicht als Objekte zum Geldverdienen zu sehen, sondern als Menschen und Partner mit Sorgen, Freuden und dem Wunsch nach gelingendem Leben.

Die Bücher von Hans-Georg Pompe sind über den örtlichen Buchhandel zu beziehen oder beim Autor direkt [www.pompe-marketing.com](http://www.pompe-marketing.com)



„Die Menschen jenseits der 50 haben Lebenserfahrung, haben positive Werte entwickelt und wollen ernst genommen werden“, so Marketingexperte Hans-Georg Pompe. Foto: pr