



## 14. KMU-ANLASS DER NEUEN AARGAUER BANK (NAB)

# WIE MAN DIE «KUNDEN DER ZUKUNFT» FÜR SICH GEWINNT

Beim KMU-Anlass der NAB in Kooperation mit dem AGV standen Megatrends wie die Digitalisierung und die Kunden der Zukunft im Zentrum. Dr. Peter Grünenfelder, CEO der Denkfabrik Avenir Suisse, zeigte auf, wie Globalisierung und neue Technologien das Kundenverhalten in Zukunft verändern. Im Praxistalk berichteten zwei innovative Unternehmer von ihren Erfahrungen mit der Sharing Economy.

ROLAND TEUSCHER

Wie ticken die Kunden und Konsumenten in der Zukunft? Welche Bedürfnisse haben sie? Und wie verändert das neue Geschäftsmodell der Sharing Economy – des Teilens statt Besitzens – unsere Gesellschaft? Um diese Fragen drehte sich der 14. KMU-Anlass mit den Gastgebern Roberto Belci, Ressortleiter Private Banking-, Privat- und Firmenkunden NAB, und Kurt Schmid, Präsident des Aargauischen Gewerbeverbandes. Das brandaktuelle Thema zog die über 400 Aargauer Unternehmerinnen und Unternehmer im vollen Campussaal in Windisch in seinen Bann.



Gastgeber Roberto Belci

## Megatrends: Digitalisierung, Migration, Alterung und Globalisierung

In seinem Impulsreferat vermittelte Dr. Peter Grünenfelder, Direktor der Denkfabrik Avenir Suisse, dem Publi-

kum einen Überblick über die Bedürfnisse und Geschäftsmodelle, welche die Kunden der Zukunft beeinflussen. Basis dafür sind die vier aktuellen Megatrends Digitalisierung, Migration, Alterung und die Globalisierung. Grünenfelder zeigte auf, wie die Globalisierung neue Kundenbedürfnisse schafft: «Das Vertrauen in globale Marken schwindet, während Respekt, Nachhaltigkeit, soziale Aspekte und Eigenverantwortung wichtiger werden. Dazu gehört der persönliche Kundenkontakt mit lokalem Charakter.» Auch die Migration schafft neue Kundenbedürfnisse. Ein Beispiel dafür sind die hochqualifizierten und vielbeschäftigten Migranten in den Städten: Sie schätzen persönliche Beratung und nutzen aus Effizienzgründen vermehrt Online-Shopping, aber auch stationäres Shopping als Erlebnis. Eine wachsende Kundengruppe sind die ausgabefreudigen älteren Menschen der «Silver Economy». Die über 50-Jährigen haben immer mehr Zeit und schätzen individuelle Beratung. Zudem sind sie offen gegenüber technischen Neuerungen. Die Generation Ü65 wiederum gibt fast 90 Prozent ihres Einkommens für Konsum aus.



Dr. Peter Grünenfelder

## Mehr Informationsmacht für Konsumenten

Laut Grünenfelder werden sich die Arbeitsformen der Zukunft stark verändern. Neue Technologien werden immer schneller implementiert. «Diese Innovationen werden jedoch keine Arbeitsplätze vernichten, sondern neue Stellen schaffen.» Während Be-



AGV-Präsident Kurt Schmid

## Wie die «Silver Economy»-Kunden ticken

### Digital Best Ager

- zwischen 50 und 60 Jahre alt
- haben mehr Zeit
- schätzen persönlichen Kontakt und individuelle Beratung
- passen sich technischen Veränderungen an

### Digital Silver Surfer

- über 60 Jahre alt
- Bedürfnis nach persönlichem Kontakt
- offen für technische Neuerungen
- sehr konsumfreudig

rufe wie Kassierer, Buchhalter oder Verkäufer mit der Zeit aussterben, entstünden komplementär zu den neuen Technologien neue Jobs wie

## «Sharing Economy nicht durch Vorschriften bremsen!»

Die Basis der Sharing Economy war ursprünglich das Teilen ohne den Austausch von Geld. Heute ist die Sharing Economy der prägende ökonomische Trend mit rasantem Wachstum. Bereits ein Viertel der Schweizer Bevölkerung nutzt dieses neue Geschäftsmodell. Peter Grünenfelder findet das grossartig, gleichzeitig warnt er aber auch: «Wir müssen unbedingt flexible Antworten auf diese neuen Kundenbedürfnisse finden. Nur so können Anbieter und Kunden die Vorteile der Sharing Economy voll ausschöpfen. Damit dies gelingt, dürfen wir die Digitalisierung auf keinen Fall durch noch mehr Vorschriften einschränken!»

«Very Big Data Analyst/-in», «Anti-Alterungsspezialist/-in» oder «Social-Media-Therapeut/-in». Dieser Wandel der Arbeitswelt bedinge jedoch Reformen und eine Liberalisierung des Arbeitsmarkts, so Grünenfelder: «Das Arbeitsrecht muss der Digitalisierung angepasst werden.» Und: Die Digitalisierung und Sharing Economy böten den Konsumenten der Zukunft günstigere Güter und Dienstleistungen



Kurt Aeschbacher im Unternehmergespräch mit Philipp Wetzel und Andreas Amstutz

und eine Form nachhaltigeren Umgangs damit. Dabei verschiebe sich dank der Vergleichsportale auch die Informationsmacht hin zum Konsumenten.

### Praxistalk und Networking

Im Unternehmengespräch mit Moderator Kurt Aeschbacher gaben Andreas Amstutz, CEO und Gründer der Plattform Sharely, und Philipp Wetzel, Chief Digital Officer von AMAG, darüber Auskunft, wie sie die Möglichkeiten der Sharing Economy erfolg-

reich in der Praxis nutzen. Danach lud Gastgeber Roberto Belci die Anwesenden zum Networking-Apéro ein. Das gab dem Publikum die Möglichkeit, Beziehungen zu pflegen, neue Kontakte zu knüpfen und sich über die eigenen Erfahrungen auszutauschen.



KMU-Anlass AGV und NAB mit Referenten und Moderator



Bruno Leuppi, Xaver Meyer AG, Claudia Meeser und Rolf Lüscher, beide Futura Vorsorge



Marcel Husistein, Husistein AG, Ruedi Vogt, BDO und FC-Aarau-VR, Alfred Schmid, WD comtec AG und FC-Aarau-Präsident



Martin Gautschi, Voegtlin-Meyer AG, Dietrich Berger, NAB Brugg, Gilberto Accogli, Hirt Accogli AG



Roland Herrmann, CEO NAB, Peter Grünenfelder, CEO Avenir Suisse



Silvan Hilfiker, FDP-Grossrat, Marianne Binder, CVP-Präsidentin, Richard Plüss, Alt-Grossrat SVP



Zehra Sirin, Size Consens AG, Manfred Reinecke, Marein AG