

CHALLENGE 2022



... es braucht Komplizen!

Warum?

Warum soll sich ausgerechnet DEIN Unternehmen zertifizieren lassen?

- Im Jahr 2020 sind 1,6 Millionen Menschen in Deutschland an Demenz erkrankt ... Tendenz steigend.
- 67 % aller Menschen mit Demenz leben in den eigenen vier Wänden.
- Jeder 4. ältere Mensch ist monetär starker EINKÄUFER!!!
- Menschen mit Demenz benötigen eine Umgebung die eine sichere Orientierung bietet! Trotz aller mit der Erkrankung verbundenen Herausforderungen gibt es noch viele Dinge, die sie noch gut behERRschen :) = vor allem in ihrem gewohnten Umfeld

**WICHTIG FÜR MENSCHEN MIT DEMENZ IST EIN TRAGFÄHIGES SOZIALES NETZ MIT KOMPLIZEN DER NETTEN ART!!!!
ABER**

ES BRAUCHT KOMPLIZEN :)

JETZT KOMMST DU INS SPIEL.

CHALLENGE 2022



Der „ältere“ Konsument

Der „ältere“ Konsument bekommt gerade in einer Studie*) zum ersten Mal eine zentrale Rolle! Hier ein Auszug: (Seite 121/ 71)

Im allgemeinen Sprachgebrauch sind Bezeichnungen wie „Jugendliche“, „Teenager“, „Heranwachsend“, „junge Erwachsenen“ oder „Twens“ absolut geläufig. Sie alle beschreiben jeweils einen Teil der Bevölkerung zwischen 10 und 30 Jahren. Entsprechend ausdifferenziert ist das Angebot (z. B. Kleidung). Geht es jedoch um Personen ab einem Alter von ungefähr 60 Jahren, ist die Unterscheidung sowohl bei der Zielgruppenbezeichnung (Senioren, Rentner, Ruheständler) als auch bei der Angebotsauswahl deutlich weniger nuanciert. Dabei wäre es sinnvoll, gerade mit Blick auf die steigenden Lebenserwartung, auch zwischen den älteren Altersgruppen Unterschiede in den Bedürfnissen und Verhaltensweisen zu berücksichtigen

Von je 100 Befragten sagen: „Den älteren Konsumenten wird es in den nächsten 20 Jahren nicht mehr geben. Ein 60-Jähriger unterscheidet sich in seinen Bedürfnissen und seinem Verhalten von einem 70-Jährigen genauso wie ein 10-jähriger von einem 20-Jährigen.“



*Viele Deutsche stimmen dieser Ansicht zu. Etwa die Hälfte der Bevölkerung erwartet, dass man in 20 Jahren nicht mehr von „den“ älteren Konsumenten sprechen kann. Sie gehen davon aus, dass sich diese Gruppe zukünftig weiter ausdifferenzieren wird und somit Bedürfnisse und Wünsche nicht mehr für „die Senioren“ zu verallgemeinern sind.
(Zitat Ende Seite 121 der Studie STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN von Ulrich Reinhardt, 2019)*

*) https://www.stiftungfuerzukunftsfragen.de/fileadmin/user_upload/publikationen/2019/Ulrich-Reinhardt-2019-Zukunft-des-Konsums_Einzelseiten.pdf



Ausdifferenzierung

Und genau diese **AUSDIFFERENZIERUNG** kann **JETZT** schon bei **DIR** beginnen im Produktsortiment für Menschen mit Demenz:

- ein großes Sortiment an Inkontinenzprodukten (aktuell nur in Drogerien erhältlich)
- ein Angebot von Trinknahrung bei Schluckstörungen (wird derzeit nur über Apotheken oder online gekauft)
- natürliche Lebensmittelangebote für Verdauungsprobleme
- natürliche Lebensmittelangebote für Schlaflosigkeit
- qualitativ hochwertige Mahlzeiten für eine Person etc.



Dein Nutzen

- Du und Dein Team setzen ein gesellschaftliches Zeichen der Solidarität durch **KOMPLIZENSCHAFT :) UND** setzt den „älteren“ **KUNDEN** in den **MITTELPUNKT DEINER** Kundenschaft: dies ist der **ERSTE SCHRITT** in Richtung **ZUKUNFTSENTWICKLUNG**.
- Durch extra für Dienstleister produziertes Basis-Know-How per Video (jederzeit individuell abrufbar über YouTube **NONNA ANNA Modul 1 – 10**) eignet sich Dein Team eine Handlungskompetenz an um adäquater und sicherer auf herausfordernde Verhaltensformen von besonderen Kunden reagieren zu können.
- Dieses Wissen dient gleichzeitig als **BENEFIT** für Dein Personal das zu 10% als versteckter pflegender Angehöriger exakt **DEIN** Angestellter ist und damit im privaten Umfeld ebenfalls mit vielleicht genau diesen Themen belastet ist.
- Kunden, welche pflegende/r Angehörige/r von einem Menschen mit Demenz sind, fühlen sich beim gemeinsamen einkaufen in Deinem Markt (Einzelhändler, Bäcker, Friseur oder Amt) sicher und wissen um das Verständnis wenn Peinlichkeiten auftreten. Du bist **IHR KOMPLIZE!!!**
- Dein Unternehmen wird auf der **NONNA ANNA** Homepage genannt als ausgezeichnetes Unternehmen für die **Dauer von 24 Monaten** nach Auszeichnung.
- Den Button **DEMENZFREUNDLICH** kannst Du während dieser Laufzeit räumlich, örtlich und zeitlich unbegrenzt verwenden.
- Mehr Umsatz durch ein erweitertes Produktportfolio, welches durch ein gesteigertes Vertrauen der „**NEUEN**“ Kunden exakt für Dein Unternehmen durch Dein geschultes Personal ausdifferenziert werden kann.



Dein Aufwand

DU bist der CHEF – DU hast die Wahl!!!!

2-stündiges Zoom-Meeting mit Deinen Mitarbeitenden

Inhalte der YouTubeVideos werden gemeinsam in einem Workshop besprochen. Fragen können per Zoom geklärt werden.

PAKET 1
1.200 €
zzgl. MwSt.

2-stündiger Workshop „FACE-TO-FACE“

Inhalte der YouTubeVideos werden gemeinsam in einem Workshop besprochen und Fragen vor Ort erörtert.

- Pressefoto mit ortsansässiger Lokalzeitung

PAKET 2
1.500 €
zzgl. MwSt.

2-stündiger Workshop „FACE-TO-FACE“

Inhalte der YouTubeVideos werden gemeinsam in einem Workshop besprochen und Fragen vor Ort erörtert.

- Pressefoto mit Ortsansässigen Lokalzeitung
- Podcast mit DIR als Leiter/in des Unternehmens als Gast und Teilnehmer in der Nonna Anna Challenge 2022
„Es braucht Komplizen!“

PAKET 3
2.000 €
zzgl. MwSt.

CHALLENGE 2022



Unsere Leistungen

- Nennen Deines ausgezeichneten **DEMENZ-FREUNDLICHEN** Unternehmens auf der **NONNA ANNA HOMEPAGE**
- Monatlicher Post auf Facebook und Instagram für die Dauer von **24 MONATEN**



Bewirb Dich jetzt!

Nonna Anna Headquarter

Bianca Mattern
Carlos Satschko
Römerstr.26
94099 Ruhstorf an der Rott
E-Mail: info@nonna-anna.com

Medienbüro Susanne Wagner

Von-Doß-Straße 17
84347 Pfarrkirchen
Tel. 0 85 61 / 98 47 333
E-Mail: swagner-medienbuero@t-online.de



Wir freuen uns, wenn wir gemeinsam die WELT ein STÜCK weit DEMENZFREUNDLICHER machen und die Teilhabe am Leben gewährleisten können!

CHALLENGE 2022

