



### **Pressemitteilung**

- zur sofortigen Veröffentlichung freigegeben -

## **mydays versteht Kundenbindung bei der Generation 50plus**

**München, 29. April 2014** – Die Generation 50plus hat viele Namen. Ob „Silver Surfer“, „Best Ager“ oder „Generation Gold“, gemeint sind alle mit einem Lebensalter von über 50 Jahren. Obwohl sie fast ein Drittel der Gesamtbevölkerung in Deutschland ausmachen, sind sie dennoch eine nicht eindeutig zu identifizierende Kundengruppe. In der werberelevanten Zielgruppe, bisher von 14 bis 49 Jahren, sind die „Best Ager“ nicht erfasst. Viele Unternehmen fragen daher vermehrt bei der Firmenkundenabteilung der mydays GmbH nach Kundenbindungsmöglichkeiten für „Best Ager“ an.

Die Firmenkundenabteilung von mydays berät Firmen bei klassischen Themen wie Incentives oder Teambuilding-Events, vor allem aber auch bei Fragen zu Kundenbindung und Customer Loyalty. Gerade die „Best Ager“ sind für viele Unternehmen eine interessante Zielgruppe, da diese sowohl als konsumfreudig gelten, als auch über eine ausreichende Finanzkraft verfügen. Umso entscheidender für Unternehmen, dieses Klientel zufrieden zu stellen und zu binden. Ein zielgerichtetes Kundenbindungsprogramm zu entwickeln stellt die entsprechenden Unternehmen vor die Herausforderung, die vielseitigen „Best Ager“ zu erreichen – daher beraten die Spezialisten von mydays Firmen immer häufiger im Bereich Business-to-Business-to-Consumer (B2B2C). Denn für Kunden ab 50 Jahren kann mydays auf einen Produktpool von über 800 Erlebnissen in ganz Deutschland zurückgreifen.

Fabrice Schmidt, Gründer und Geschäftsführer der mydays GmbH zeigt sich zufrieden: „Die Generation der ‚Best Ager‘ ist für viele Unternehmen eine wichtige Kundengruppe. Für Firmen stellt sich oft die Frage, wie man diese Zielgruppe binden kann. Sachgeschenke oder Rabatte sind für diesen Personenkreis kein schlagendes Argument, da die meisten der heute über 50-Jährigen kaum noch materielle Wünsche haben. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass gemeinsame Zeit oder spannende und actionreiche Erlebnisse für diese Zielgruppe besonders wichtig sind. Mit unseren Business-Lösungen sind wir optimal aufgestellt, um die Anforderungen unserer Firmenkunden zu erfüllen.“



Daher rechnen wir auch mit einem weiteren Anstieg der Beratungsanfragen von Firmen für die Zielgruppe ab 50.“

Weitere Informationen zu mydays finden sie unter: <http://www.mydays.de/>

**Über die mydays GmbH, Geschäftsbereich Firmenkunden**

Die mydays GmbH wurde im Jahr 2003 von Fabrice Schmidt gegründet. Mit außergewöhnlichen Erlebnissen sorgt der Schenkexperte für ausgefallene Geschenkideen von faszinierender Action bis hin zu romantischen Übernachtungen. Mit mehr als 10.000 Erlebnismöglichkeiten europaweit steht mydays als Marktführer heute für mehr als 500.000 zufriedene Kunden.

Der Geschäftsbereich Firmenkunden berät Unternehmen bei der Produktauswahl von Kundenbindungs- und Bonusprogrammen sowie für Veranstaltungen, Teambuilding-Events und der Mitarbeitermotivation. Mit der Erfahrung aus 10 Jahren Projektrealisierung für Firmenkunden hat mydays für jede unternehmerische Zielsetzung die passende Lösung parat.

Alle weiteren Informationen erhalten Sie unter: [b2b.mydays.de](http://b2b.mydays.de)

**Pressekontakt**

swordfish PR  
Ariane Poschner/ Kai Holland  
Habsburgerplatz 2  
80801 München  
Tel: +49 (0) 89 961 6084 11  
[ariane@swordfish-pr.de](mailto:ariane@swordfish-pr.de)  
[kai@swordfish-pr.de](mailto:kai@swordfish-pr.de)