

[Home](#)[Jobs suchen](#)[Mein Monster](#)[Karriere-Journal](#)[Für Arbeitgeber](#)**monster® Marketing & Vertrieb**

in Zusammenarbeit mit

[Marketing & Vertrieb Home](#)[Jobs Suchen](#)[Ratgeber](#)[Inhalt / Magazin](#)**Pages**

- 1 Zielgruppe Ältere: über Heizdecken-Werbung hinaus

[Druckversion](#)**Über Heizdecken-Werbung hinaus**

Die Gruppe der 14- bis 49-Jährigen bekommt Konkurrenz. Immer mehr Unternehmen entdecken die kaufkräftige Zielgruppe 50plus. Sie treffen allerdings auf eine selbstbewusste Klientel, für die sie ihre Kommunikation umstellen müssen. [17.10.2005]

Vor einiger Zeit war es noch undenkbar, dass Frauen und Männer über 50 als Werbemotiv dienen. Heute zeigt T-Online drei graue Köpfe beim Internetsurfen, und eine Frau im reiferen Alter schaut interessiert auf den Bildschirm. Auch Nivea präsentiert Senioren in einer Anzeige für die Pflegecreme Vital: Drei Frauen unterschiedlichen Alters zieren das Anzeigenmotiv. Menschen in dieser Altersgruppe durften bisher nur für Blasentees, Rheumadecken oder die dritten Zähne werben - ansonsten waren sie für die Werbung tabu. Verkauf und Werbung konzentrierten sich auf junge Zielgruppen, Ältere fielen als Konsumverweigerer durch das Raster.

Umdenken in der Werbebranche

Es findet ein Umdenken in der Branche statt, und Werber tasten sich an ältere Zielgruppen heran. Zum Beispiel ist seit Mai der Reifetest der Kommunikationsberatung Prött & Partner online. Dort können Unternehmen testen, was sie über die Zielgruppe wissen. "Die meisten wissen, wie bedeutend wir als Kunden sind, trauen sich aber nicht, uns aktiv anzusprechen", bilanziert Monika Prött (55) von Prött & Partner Kommunikationsmanagement. Ein Grund: "Viele Marketingmanager sind unsicher, weil sie selbst erst 30 sind", sagt die Expertin.

Für ein Umdenken spricht auch die demografische Entwicklung: Über 29 Millionen Menschen sind in Deutschland älter als 50. Diese Gruppe wird in den nächsten Jahren zahlenmäßig stärker wachsen als andere Altersgruppen, denn die geburtenstarken Jahrgänge aus den sechziger Jahren werden dann die magische 50er-Grenze überschreiten. Schon jetzt sind sie ein bedeutender Wirtschaftsfaktor und verfügen über einigen finanziellen Spielraum: Nach den Zahlen des Statistischen Bundesamtes geben allein die Haushalte der 55- bis 65-Jährigen 2.537 Euro monatlich aus. Das Durchschnittsalter eines Porsche-Fahrers liegt übrigens bei 57 Jahren.

Schwammige Begriffe

Ziemlich unscharf sind hingegen die Begriff 50plus und Best Ager: Manchmal zählen alle über 40 dazu, andere sprechen hingegen über Gruppen zwischen 50 und 69 oder 45 und 60. "Best Ager - das sind für mich die Menschen im gefühlten Alter zwischen

40 und 65 Jahren", definiert Elke Verheugen, Autorin des Buches "Generation 40+Marketing". Ihre Agentur Forty Up berät Unternehmen im Bereich Marketing und Kommunikation. "Viele Menschen fühlen sich in dieser Phase in der Lebensmitte. Sie genießen und erfahren eine positive Lebensphase." Sie sind aktiv, treiben Sport, tun etwas für ihre Gesundheit, achten auf die richtige Ernährung und reisen häufig. Dazu unterstützen sie Kinder und Enkel, tätigen Geldanlagen und interessieren sich für Internet und Handy. "Best Ager - auch nicht die über 60 - sind keine alten Greise, die sich für Corega-Tabs interessieren oder sich auf Butterfahrten überteuerte Kochtöpfe und Heizdecken andrehen lassen", erklärt Stéphane Etrillard vom Management Institut SECS.

Best Ager, so Verheugen, haben sich meist einen Lebensstil erarbeitet, der sie als Käufer im Vergleich zu anderen Gruppen besonders interessant macht. Besonderes Potenzial sieht sie in den Bereichen Reisen, Finanzdienstleistungen, Seminaren und Weiterbildung, hier vor allem bei den Neuen Medien. Ferner sind die Bereiche Wohnen und Einrichten inklusive Garten sowie dem gesamten Gesundheits-, Wellness- und Fitnessbereich interessant. Grundsätzlich, sagt Verheugen, seien sie "für alle Produkte und Dienstleistungen interessant. Nur eben anders."

Anspruchsvolles Marketing für reife Kunden

Der Dialog mit Älteren muss auf sie zugeschnitten sein: "Die Kommunikation sollte wie die Menschen selbst genauso ausgereift sein", betont Prött. Denn als selbstbewusste und anspruchsvolle Verbraucher wissen sie genau, was sie wollen und was eben nicht. Sie nennt sieben Grundregeln für die Kommunikation:

- Qualifizierte Beratung
- Sach- und fachgerechte Information
- Transparenz
- Keine falschen oder übertriebenen Versprechungen
- Die Zielgruppe nicht unterschätzen
- Genaue Arbeit
- Deutsche Sprache, keine Anglizismen

Dazu zählt auch, so Monika Prött, dass das Unternehmen bereit ist, "in qualifizierte Mitarbeiter zu investieren, die Kunden kompetent beraten und einen ordentlichen Service anbieten können."

Agenturen spezialisieren sich

Verändern könnte sich in Zukunft die Agenturbranche. Denn immer mehr Dienstleister spezialisieren sich auf Best Ager und stellen auch mehr ältere Mitarbeiter ein, die Werbekampagnen für ihre Altersgruppe entwickeln können. "Spezialisierung ist ein Garant für gute Leistung. Schließlich gibt es Fachärzte und Fachanwälte, warum soll es nicht auch Fachagenturen geben?", sagt Elke Verheugen. Diese Fachagenturen können Unternehmen viel besser unterstützen als Agenturen, deren Durchschnittsalter bei 23 liegt.

(Ulrich König / Bild: dpa)

Weiterführende Informationen:

Reifetest der Kommunikationsberatung Prött & Partner

<http://www.reifetest.de/>

Das Internationale Businessportal für Seniorenmarketing

<http://www.reifemaerkte.de/>

Elke Verheugen: "Generation 40+Marketing. Best Ager Marketing", Edition Praxiswissen, Göttingen 2001, kartoniert, 21,80 Euro (früherer Ladenpreis aufgehoben), ISBN 3934424457, www.fortyup-consulting.de

Nach oben

[Home](#) | [Jobs suchen](#) | [Mein Monster](#) | [Karriere-Journal](#) | [Arbeitgeber](#) | [Community](#) | [Karriere bei uns](#) | [Kontakt](#)

[Hilfe](#) | [AGB](#) | [Datenschutz & Cookies](#) | [Nutzungsbedingungen](#) | [Impressum](#) | [Über Monster.de](#) | [Jobs](#) | [Presse](#)

©2005 Monster.com - Alle Rechte vorbehalten - U.S. Patent No. 5,832,497 - NASDAQ: [MNST](#)
feedback@monster.de (für Stellensuchende)