

# Agile Zielgruppe 50 Plus

Europa altert – aufgrund der demographischen Entwicklung hat sich eine bedeutende Käufergruppe gebildet. Die «Best Ager» gelten als finanzstarke Konsumprofis, die der Spielwarenhandel für sich gewinnen kann. Wie das geht, erläutert Alexander Wild, der als namhafter Experte in Sachen Seniorenmarketing gilt.

«Die Zahl der Best Ager in Deutschland steigt stetig an», sagt Alexander Wild. In seinem Beruf erfährt er täglich, wie diese Zielgruppe tickt, er versteht ihre Sprache, kennt ihre Wünsche und ihre Marktmacht – und er weiß, wie individuell gerade die Älteren sind. Und er wettet auf die Zukunft, wenn er sagt: «Der demographische Wandel birgt unerkannte Chancen für unser Land, seine Wirtschaft und Gesellschaft.» Heute sind rund 15 Mio. Menschen zwischen 45 und 55 Jahren alt. Laut Berechnungen des Statistischen Bundesamtes wird im Jahr 2050 sogar die Hälfte der Deutschen älter als 48 Jahre sein. Ab 2015 wird die Zielgruppe «50 Plus»

(35,9 Mio.) größer als die werberelevante Zielgruppe der 14- bis 49-jährigen (34,4 Mio.) sein. Nie zuvor war eine Generation 50 Plus so aktiv, vital und selbstbewusst. Die «neuen Alten» verhalten und fühlen sich jünger als jede Generation vor ihnen. So zeigen sich die Senioren und Rentner kaufkräftig und konsumfreudig. Anders als früher gelten Erlebnisorientierung, Geselligkeit und Wellness für die Best Ager von heute als selbstverständlicher Bestandteil ihres Alltags.

## Wie tickt die Käuferschicht?

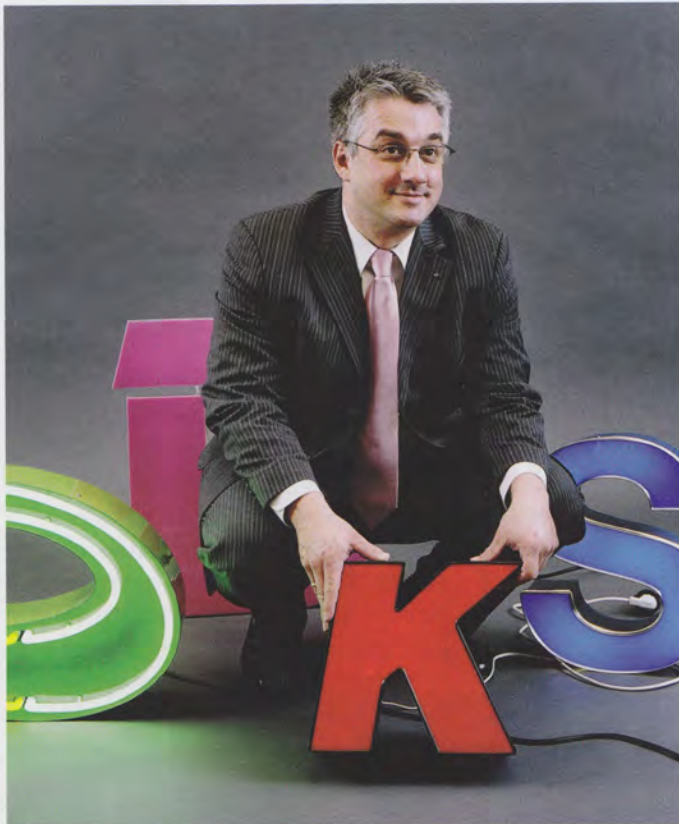
Die 60- bis 75-Jährigen gelten als kaufkräftige Gruppe und sind so für Mar-

kenartikel und Dienstleister sehr interessant. Da sie aus dem aktiven Berufsleben ausgestiegen sind, haben sie genügend Zeit und sind körperlich und geistig fit genug, das Leben in vollen Zügen zu genießen. Ihre Kinder haben die Ausbildung bereits beendet, sind aus dem Haus und haben häufig selbst schon Kinder. Mit immer länger anhaltender Fitness und steigendem Renteneintrittsalter steigt auch das Alter dieser Zielgruppe. Was laut Wild häufig übersehen wird: Viele ältere Menschen leisten heute einen großen Anteil der Enkelbetreuung in unserem Land: Die erst revolutionäre und heute liberale 68er-Generation setzte auf ein



Foto: Nintendo

Moderne Großeltern haben keine Berührungsängste mit interaktiven Spielen. Ein Beispiel dafür ist Nintendos «Wii».



Alexander Wild gilt als ausgewiesener Experte in Sachen Seniorenmarketing.

freundschaftliches Verhältnis zu den eigenen Kindern. Sie war die erste Generation, die – der Pille sei Dank – meist Wunschkinder hatte und die erste, die in der Erziehung nicht mehr auf Befehle, sondern auf Verhandeln setzte. Diesen Erziehungsstil pflegen auch ihre in den späten 60er-, 70er- und 80er-Jahren geborenen Kinder. Und weil diese meist berufstätig sind, die Erziehungsstile aber nicht konträr aufeinanderprallen, übernehmen die körperlich, geistig und finanziell fitten Großeltern heute viel mit den Enkeln: von der Hausaufgabenbetreuung über Shoppingtouren bis Spiel und Sport. Und im Internet sind moderne Großeltern sowieso aktiv. «Senioren sind nicht erst dabei, das Internet für sich zu entdecken, sie sind schon mitten drin», sagt Alexander Wild, der zudem Gründer von Feierabend.de., dem ersten und größten deutschen Online-Club für Senioren, ist. Mit Computer und Internet gehen immer mehr Menschen im Alter «50 Plus» ganz selbstverständlich um: Der Computer hilft, Freundschaften zu pflegen, erleichtert Einkäufe und auch aktuelle Bilder von den Enkeln aus

Amerika fliegen blitzschnell durch die Leitung. Und: Die Best Ager informieren sich über bestimmte Produkte gezielt im Internet, bevor sie die entsprechenden Fachgeschäfte aufsuchen. Grund genug für den Handel, sich auf diese Zielgruppe richtig einzustellen.

#### Offen für Angebote

Die heutigen Best Ager zählen zu den geburtenschwachen Jahrgängen der späten Kriegs- und frühen Nachkriegszeit. Sie übernahmen früh die Aufgaben der im Krieg dezimierten Elterngeneration. D.h., sie haben eine ungebrochene Erwerbsbiographie, haben schnell Karriere gemacht und darüber hinaus relativ geringe Anteile in die Rentenversicherung eingezahlt. Heute haben sie eine vergleichsweise hohe Rente – oft kommt noch eine Betriebsrente dazu – und sie sind von künftigen Rentenkürzungen nicht betroffen. Die heute 60- bis 65-Jährigen haben in vielen Fällen schon von den eigenen Eltern geerbt oder werden das bald tun. So haben diese Männer und Frauen keine Verpflichtungen mehr – außer der, das Leben zu genießen. Und das heißt

nicht «Ausruhen im Lehnstuhl». «Da muss man sich nur mal auf einem Flughafen umschauen. Und in einem Französisch-Kurs an der Volkshochschule, in einem Fitness-Center oder Wellness-Hotel. Man findet diese Kunden auch in Weinhandlungen, Feinkostgeschäften und exquisiten Möbelhäusern», führt der Marketingexperte aus. Hochpreisige Segmente sind gerade für die Best Ager von großem Interesse, die über die größte Kaufkraft in Deutschland verfügen.

#### Nutzen für den Spielwarenhandel

Inwiefern aber kann auch der Spielwarenhandel von dieser interessanten Zielgruppe profitieren? Wie Alexander Wild ausführt, kaufen Großeltern heute teilweise für bis zu vier Generationen ein: für sich, für ihre Kinder, für die Enkelkinder und gegebenenfalls auch noch für die eigenen Eltern. Dabei bedeutet der Einkauf für die eigenen Eltern meist Übernahme der Organisation, aber nicht der Kosten. Wild führt weiter aus: «Gegenüber ihren eigenen Kindern sind ältere Menschen ja nicht immer großzügig. Die Kinder erben ja später ohnehin alles. Bei den Enkeln sieht das allerdings ganz anders aus: Oma-Verwöhn-Programme, Events mit Opa, gemeinsame Urlaube und vor allem Geschenke, nicht nur zu Weihnachten und Geburtstagen, dürfen ebenso etwas kosten wie das eigene Wohlfühl-Angebot.»

In der nächsten Folge gibt Alexander Wild gezielte Tipps für den Spielwarenhandel im Umgang mit den Best Agern.

#### Der Autor

Dipl.-Kfm. Alexander Wild gilt als kompetenter Fachmann, wenn es um Seniorenmarketing geht. Mit Feierabend.de gründete der Vortragsredner die heute größte deutsche Online-Community für Menschen um die 60. Wild ist Vorstandsvorsitzender der Feierabend-Online-Dienste für Senioren. Diese beraten Mittelständler und Großunternehmen aus nahezu allen Konsumerbranchen bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen sowie beim Marketing für diese Zielgruppe. Zudem bringt Wild als erfahrener Redner die Best Ager Handel und Herstellern näher.