

„50plus“ verdrängt den Jugendwahn

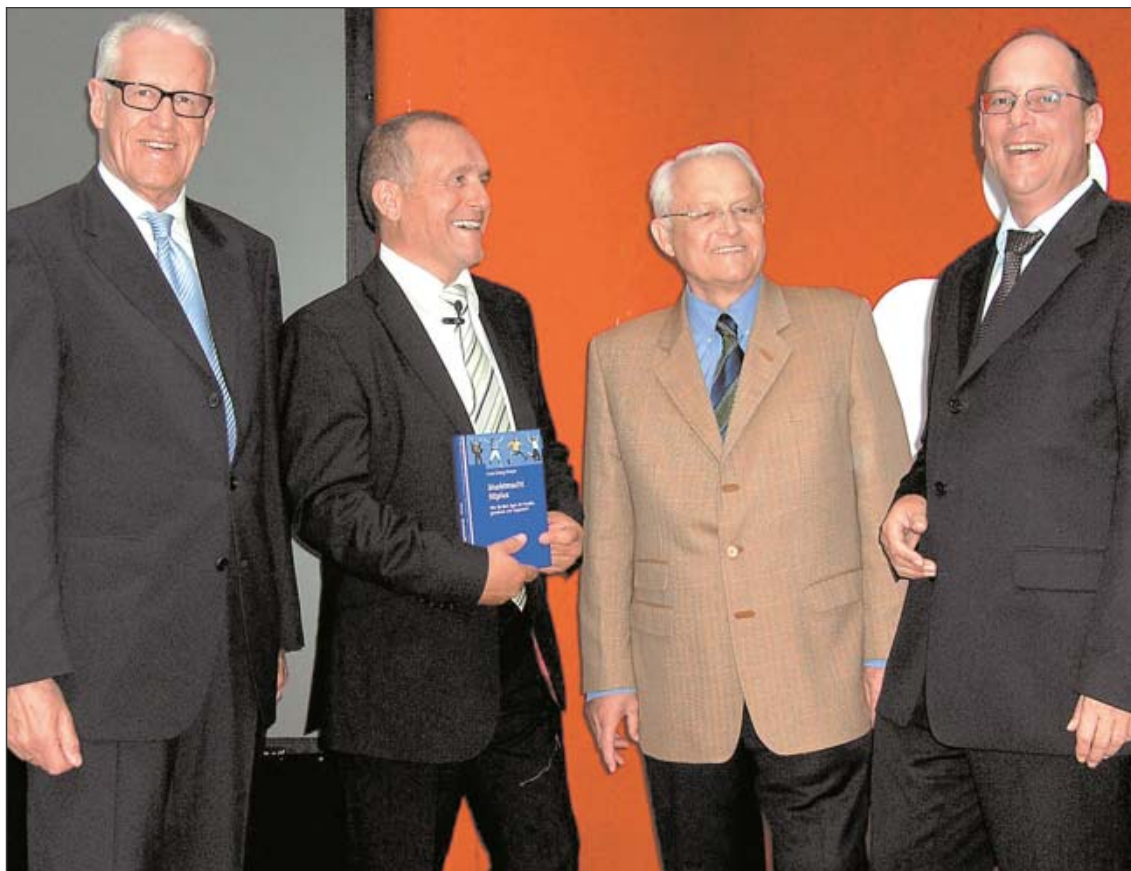
Marketingexperte informiert über rapide wachsende **Konsummacht der älteren Bevölkerung** – Unternehmen zum Handeln aufgefordert

PFORZHEIM. Im Jahr 2035 hat Deutschland die älteste Bevölkerung der Welt, sagte der Marketingexperte Hans-Georg Pompe. Aber noch immer glaube die Wirtschaft, dem Jugendwahn hinterher laufen zu müssen.

PZ-REDAKTEUR
GERD LACHE

„Alle reden über den demografischen Wandel, aber kaum ein Unternehmen kümmert sich um die Umsetzung“, erklärte Hans-Georg Pompe bei einer Veranstaltung im Sparkassenhaus Pforzheim, die von der Kreishandwerkerschaft Pforzheim-Enzkreis für Unternehmer veranstaltet worden ist.

Die Kundengruppe im Alter ab 50 Jahren – im Marketingjargon „50plus“ oder „Best Ager“ genannt – mache derzeit rund 40 Prozent des Bevölkerungsanteils aus. In drei Jahren steige die Quote auf 50 Prozent und bis 2035 werde Deutschland die bevölkerungsalteste Nation sein. Das derzeitige Durchschnittsalter jener Menschen, die in diesem Jahr-



„Best Ager“ – über 50 Jahre alt – und bestens gelaunt (von rechts): Sparkassen-Vorstandsmitglied Stephan Scholl, Kreishandwerksmeister Jürgen Pfirmann, Marketing-Experte Hans-Georg Pompe und Einzelhandelspräsident von Baden-Württemberg, Horst Lenk.

Foto: Lache

zehnt noch insgesamt etwa 2,5 Billionen Euro erben werden, bezifferte Pompe auf 55 Jahre. Aktuell habe die Zielgruppe „50plus“ eine Gesamt-Kaufkraft von über 120 Milliarden Euro pro Jahr.

Verkaufspersonal schulen

Indes nannte es Pompe falsch, wenn die Unternehmen beim Buhlen um diese Kundengruppe ausschließlich auf das Kapital dieser Konsummacht abzielen würden. Ob Handel, Handwerk oder Dienstleistung – alle müssten beim Umgang mit dieser Käufergruppe besondere Verhaltensregeln beachten. Denn: „Diese Menschen wollen Entlastung vom Alltag, Orientierung und Service, Problemlösung und Nutzen sowie Vereinfachung – aber sie wollen keine Seniorenprodukte“, sagte Pompe.

Für diesen Anspruch müssten die Unternehmen geeignete Verkaufsberater schulen, die authentisch und mit gelebter Begeisterung Lebensqualität, Wohlbefinden und Wertschätzung vermitteln würden. Denn: „Kunden 50plus sind reifer, wählerischer, anspruchsvoller, sensibler. Sie haben reichlich Konsum-Erfahrung, Werbe- und Marken-Erfahrung“, erklärte er und warnte: „Je älter ein

Kunde ist, desto intensiver empfiehlt er ein Geschäft weiter, wenn er zufrieden war – aber auch umgekehrt wenn er mit der Leistung unzufrieden war.“

Indes hätten einer Umfrage zufolge knapp 70 Prozent der Unternehmen schlechten Service und unmotiviertes Personal. Deshalb forderte der Marketingexperte eine neue Dienstleistungskultur. Das Thema, sagte er, würde schon seit Jahrzehnten diskutiert. Es mangle nicht an Konzepten, sondern an der Umsetzung: „Aus Denken und Reden müssen Taten werden.“ Gewinner werden seiner Ansicht nach jene serviceorientierten Anbieter sein, „die wissen, was der Kunde will, bevor er es selbst weiß“.

ZUR PERSON

Hans-Georg Pompe

...ist Jahrgang 1957. Er studierte Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Marketing und wohnt in Bruchsal. Pompe ist unter anderem Autor des Buches „Marktmacht 50plus“, außerdem Referent, Dozent und Management-Trainer.

@ www.pompe-marketing.de