

Kommunikation 50plus - Wie Sie Best Ager erreichen und begeistern

Hätten Sie's gewusst? Schon in wenigen Jahren - nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes bereits im Jahr 2020 - wird knapp die Hälfte der rund 80 Millionen Menschen in Deutschland 50 Jahre und älter sein.

Keine Frage, der demografische Wandel verändert Wirtschaft und Gesellschaft tiefgreifend und nachhaltig. Wir leben länger und fühlen uns jünger. Das Alter im Pass spielt immer weniger eine Rolle. Das gefühlte Alter zählt und liegt meist zehn bis fünfzehn Jahre unter dem tatsächlichen. 50 ist das neue 40!

Die Generation 50plus wird die Märkte immer stärker prägen. Nicht alleine aufgrund der schnell wachsenden Anzahl der über 50-jährigen, sondern auch aufgrund ihrer Kaufkraft. Einschlägige Untersuchungen zeigen: Das frei verfügbare Einkommen der Generation 50plus liegt bei knapp 730 Milliarden Euro pro Jahr (Quelle: GfK 2010). Das entspricht nahezu der Hälfte der Gesamtkaufkraft in Deutschland. Tendenz steigend.

Statt „Jung, schön und erfolgreich“ gilt künftig eher „Vital, attraktiv und kaufkräftig“.

Nein - wir wollen keine Senienteller

50plus ist eine schnell wachsende Zielgruppe, die die Nachfrage mehr und mehr bestimmt. Menschen über 50 sind allerdings keine graue Masse, sondern eine heterogene Altersgruppe mit vielschichtigen Bedürfnissen und Ansprüchen.

Mal ehrlich. Wie sieht Ihr Bild vom 50plus-Konsumenten aus? Ist es der Pensionär oder Rentner, kränkelnd und senil, hilfs- oder gar pflegebedürftig? Oder stellen Sie sich die vitalen, interessierten Älteren vor, die neugierig sind und noch gut 30 weitere Lebensjahre voller Entdeckungen und Erfahrungen vor sich haben?

Tatsache ist, Best Ager sind generell konsumerfahren und gut informiert und legen Wert auf Qualität, Service und Wertschätzung. Sie wollen keine Angebote für Senioren, sondern nutzerfreundliche, die die individuellen Bedürfnisse und persönlichen Interessen berücksichtigen.



Dabei lässt sich die Zielgruppe 50plus nicht auf einen Nenner bringen. Wer sich ihr nähert, sie erreichen und begeistern will, muss differenzieren. Nicht das Lebensalter ist konsumbestimmend, sondern die individuelle Lebenswelt. Best Ager haben unterschiedliche Erfahrungen und Wertvorstellungen. Sie leben auf dem Land oder in der Stadt, sind Single oder leben in einer Partnerschaft, sind sparsam oder ausgabefreudig, bevorzugen Bewährtes oder sind Neuem gegenüber aufgeschlossen.

Acht Fragen für erfolgreiche Kommunikation 50plus, auf die Sie eine Antwort haben sollten:

- 🎯 Welche Zielgruppen 50plus will ich ansprechen?
- 🎯 Was macht mein Angebot besonders attraktiv?
- 🎯 Welche Alleinstellungsmerkmale grenzen mein Angebot vom Wettbewerb ab?
- 🎯 Welche konkreten Ziele will ich mit meinen Kommunikationsaktivitäten 50plus erreichen?
- 🎯 Welchen (Mehr-)Wert vermittelt mein Angebot?
- 🎯 Über welche Kanäle kann ich meine Zielgruppen erreichen?
- 🎯 Wo informieren sich meine Zielgruppen?
- 🎯 Wie muss meine Kommunikation aussehen, damit sie Best Ager begeistert?

Die richtige Ansprache - Mehr als grauhaarige Testimonials und große Buchstaben

Best Ager repräsentieren die Wachstumszielgruppen Nummer eins. Vorausgesetzt, sie werden ernst genommen und ihre Erwartungen werden erfüllt, sind sie bereit Geld auszugeben. Dabei achten sie mehr auf Qualität, Funktionalität und Service als auf den Preis. Dennoch werden sie häufig noch stiefmütterlich behandelt und unzureichend, halbherzig oder falsch angesprochen.

Es reicht nicht, bestehende Angebote einfach mit einem 50plus-Stempel zu versehen. Vergessen Sie überholte Klischees und scheren Sie ältere Menschen nicht über einen Kamm! Kommunikation, die den selbstbewussten und kritischen Best Ager überzeugt, bietet keine Produkte oder Dienstleistungen an, sondern stellt überzeugende Lösungen in den Vordergrund, die sein Leben leichter und lebenswerter machen.



Finden Sie die richtigen Themen!

Auf Gesundheit und Wohlbefinden, Genuss und Lebensqualität, Entspannung, Komfort und Sicherheit legt die Generation 50plus besonderen Wert. Hohe Qualität, Langlebigkeit, informative Beratung und umfassender Service werden geschätzt.

Wählen Sie die richtigen Instrumente!

Bauen Sie einen persönlichen Dialog auf - ehrlich und authentisch und verknüpfen Sie mehrere Kommunikationskanäle. Best Ager sind anspruchsvolle Mediennutzer. Sie legen Wert auf Information, schauen durchschnittlich zwischen vier und fünf Stunden am Tag fern, hören gut drei Stunden am Tag Radio und lesen gern: rund 85 Prozent lesen Tageszeitung, 75 Prozent Zeitschriften und 57 Prozent Bücher. Das Internet nutzen inzwischen mehr als 50 Prozent der über 50-jährigen; 50plus verzeichnet hier den größten Zuwachs. Ähnliches gilt für die Social-Media-Plattformen: 60 Prozent der 50- bis 69-jährigen sind inzwischen Mitglied in einer Social Community.

Und treffen Sie den richtigen Ton!

- 🎯 Nehmen Sie ältere Menschen ernst und bringen Sie Ihnen Wertschätzung und Respekt entgegen.
- 🎯 Bedienen Sie keine Stereotypen und Klischees.
- 🎯 Adressieren Sie das gefühlte Alter.
- 🎯 Sprechen Sie Kopf und Bauch an, aber legen Sie den Fokus auf Information.
- 🎯 Bleiben Sie glaubwürdig und machen Sie keine leeren Versprechungen.
- 🎯 Greifen Sie generationsübergreifende Aspekte auf.
- 🎯 Wählen Sie eine klare, verständliche Sprache.
- 🎯 Gehen Sie sparsam mit Anglizismen und Fremdwörtern um.
- 🎯 Wählen Sie eine authentische Bildsprache.

Der Wettlauf um die „Alten“ ist kein Sprint, sondern gleicht eher einem Dauerlauf.
Deshalb: Bleiben Sie am Ball!