

Ing. Schönberg Christian

Softwareentwicklung

Einzelpreis: kostenlos



Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 - 2014

[Impressum hier klicken](#)



Hinweis: Weitere kostenlose
Softwaretools und Ebooks unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Senioren- Marketing:

Allgemeines:

Menschen über **50 Jahre** bilden die am stärksten wachsende Gruppe der Bevölkerung. Außerdem hat die sogenannte "**Generation 50 plus**" oftmals ein **höheres** frei verfügbares **Einkommen** als die jüngeren Generationen.

Inzwischen hat auch bereits ein hoher Anteil der über **50-jährigen** eine positive Einstellung gegenüber **Online-Shopping**. Obwohl Senioren sehr **konsumfreudig** sind, wird diese Zielgruppe von vielen Unternehmern und Selbständigen vernachlässigt.



Definition:

Die Zielgruppe von **Senioren-Marketing** sind Menschen, die über 50 Jahre alt sind. Das Marketing ist dabei auf die **Bedürfnisse** älterer Menschen ausgerichtet.

Zu beachten ist aber auch, dass die Bezeichnung als **Senioren** von vielen abwertend angesehen wird und daher vermieden werden sollte.

Zielgruppe:

In der Gruppe der Senioren gibt es einerseits sehr **wohlhabende Senioren**, die für das Senioren-Marketing angesprochen werden können, aber im Gegensatz gibt es auch Senioren, bei denen eine **Altersarmut** vorherrscht.

Dann ist auch zu unterscheiden, ob die Menschen der Zielgruppe noch **mobil** und **unternehmenslustig** sind oder wegen einer **angegriffenen Gesundheit** bereits Unterstützung brauchen.

Bedürfnisse und Kaufverhalten:

Das Kaufverhalten kann grundsätzlich auf drei Effekte zurückgeführt werden.

- Alterseffekte:

Mit zunehmendem Alter ändern sich persönliche Befindlichkeiten und Rahmenbedingungen, die sich auch auf das Kaufverhalten auswirken.

- Lebenszykluseffekte:

Auch die Lebensumstände ändern sich zumeist. Durch die Beendigung der Arbeit und der zunehmenden Eigenständigkeit der Kinder verfügen Senioren oftmals über mehr frei verfügbare Zeit.

- Kohorteneffekte:

Einige Einstellungen und Verhaltensweisen bleiben auch im hohen Alter erhalten. Zum Beispiel bestimmte Marken oder Produkte werden auch im höheren Alter noch gekauft.

Weitere kostenlose Ebooks unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Bedürfnisse

Marketinginstrumente

Regeln im Seniorenmarketing

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Zielgruppenspezifische Marketinginstrumente:

Dabei sind einerseits die traditionellen **Marketinginstrumente** wie **Produkt, Preis, Vertrieb** und **Promotion**, aber auch weitere Instrumente wie **Menschen, Ladengestaltung** und die **Kaufabwicklung** wichtig.

Regeln im Seniorenmarketing:

- **keine schrille Werbung:** Auf Webseiten, Anzeigen, usw. sollten rote Schrift, kreischende Schlagworte und idealisierte Menschen vermieden werden. Vertrauensfördernder sind zum Beispiel redaktionelle Berichterstattungen.

- **Sympathieträger:** Junge Magermodels wirken auf ältere Menschen zumeist nicht als Sympathieträger. Mehr Vertrauen wird dagegen zumeist Personen mit grauen Haaren aber jugendlichem Gesicht entgegen gebracht. Dann sollte Sie in Ihren Werbemitteln auch nur das Versprechen, was Sie auch halten können.

- **wichtig ist die Gegenwart:** Ältere Menschen interessieren sich genauso für Mode, Reisen und Gesundheit. Die Lösungen sollten dabei auf aktuelle Probleme ausgerichtet sein und nicht auf weit vorrausschauende Lösungen.

- **Klartext:** Werbetexte, Beschreibungen, Präsentationen sollten auch ohne Fremd- oder Englischwörterbuch zu verstehen sein und die Botschaften sollten sofort auf den Punkt kommen.

- **augenfreundliche Gestaltung:** Bei der Gestaltung von Werbemitteln und Webseiten sollten große Schrifttypen mit viel Kontrast verwendet werden. Der Hintergrund sollte nicht zu dunkel sein und die Schrift sollte sich deutlich davon abheben. Außerdem sollten Webseiten, usw. übersichtlich gestaltet sein. Auch auf zu viele gleichzeitige Eindrücke, wie aufpoppende Fenster, Tickermeldungen, usw. sollte verzichtet werden.

- **Service:** Da bei älteren Personen Tätigkeiten, wie Laufen oder Tragen, Probleme bereiten können, sollten Sie Ihren Service darauf ausrichten. Dazu gehört ein angepasster Liefer- oder Reparaturservice, aber auch eine Zahlungsmöglichkeit auf Rechnung.

- **Ansprache:** Ältere Menschen sollten nicht mit Senioren angesprochen werden. Stattdessen sollten Sie Respekt vor der Lebenserfahrung und Ihrem Wissen zeigen. Zu beachten ist auch, dass tatsächliches und gefühltes Alter oft sehr weit auseinander liegen.

- **Produktgestaltung:** Da ältere Menschen auch oftmals bereits Altersbeschwerden haben, sollten Produkte leicht zu handhaben und auch einfach zu verstehen sein. In Geschäften ist auch eine seniorengerechte Ladengestaltung wichtig. Dazu gehört auch eine intensivere Beratungsleistung und in Produktbeschreibungen sollten vor allem der Kundennutzen und nicht die technischen Features im Vordergrund stehen.

Weitere kostenlose Ebooks unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

