

Pressemitteilung

Nur jedes dritte Unternehmen kennt die Altersstruktur seiner Kunden

Frankfurt am Main, Hannover, 30. Juni 2014. – Kein Wunder, dass ältere Verbraucher nicht gezielt angesprochen werden. Nach einer vom ReifeNetzwerk im Juni 2014 durchgeführten Studie* wissen 63 Prozent der deutschen Unternehmen nicht, wie viele ihrer Kunden über 50 Jahre alt sind. Vor allem in kleinen und mittleren Betrieben ist die Altersstruktur der eigenen Kunden eine unbekannte Größe.

Über ältere Zielgruppen informieren sich laut der Studie mehr als die Hälfte der Entscheider in den Unternehmen im Internet. Weniger interessant sind hier weitere Medien wie Fachbücher, Studien oder Fachzeitschriften. Im Internet recherchierten sie in erster Linie auf Webseiten von Spezialanbietern wie Seniorresearch.de oder ReifeNetzwerk.de. Auch Themenseiten wie 50plus.ch oder Kompass-50plus.de könnten ihrer Meinung nach Auskunft über die Zielgruppe 50plus geben. Soziale Netzwerke oder Blogs zum Thema 50plus sind aber in den Augen der Entscheider weniger interessant.

Aber selbst wenn sich hier Unternehmen über solche Medien allgemein informieren, nutzt das nicht viel, wenn sie nicht wissen, wie viele Ältere zu ihren Kunden zählen. Das ReifeNetzwerk rät deshalb allen Unternehmen, ihre Kundenstruktur genau unter die Lupe zu nehmen, entweder vorhandene Kundendaten auszuwerten oder die Besonderheiten ihrer Kunden systematisch zu ermitteln. Erst dann macht es Sinn, gezielte Marketingmaßnahmen (auch) für ältere Zielgruppen zu entwickeln.

*Seniorresearch führte im Juni 2014 im Auftrag des ReifeNetzwerks eine Onlinebefragung bei 105 Entscheidungsträgern deutscher Unternehmen durch. Nähere Informationen unter info@seniorresearch.de und proett@reifenetzwerk.de.

Das ReifeNetzwerk ist ein unabhängiger kommerzieller Zusammenschluss von Unternehmen und Dienstleistern, die den Markt 50plus kennen und bundesweit aktiv sind. Das ReifeNetzwerk wird unterstützt durch Expertise aus der Wissenschaft und einen unabhängigen Beirat. Diese umfassende Wissensbasis ermöglicht es, ein präzises, konkretes und abgestimmtes Angebot zur Bearbeitung des Marktes 50plus zu machen. Themenfelder sind: Strategische Beratung, Marktforschung, Produktentwicklung, Marketing, Kommunikation, Gestaltung, Qualifizierung und Personalentwicklung. Gegründet wurde es 2005 von Monika Prött.

Quelle: SENIORRESEARCH, Institut für Generationenforschung
In den Grummetwiesen 17, 60488 Frankfurt am Main
Tel.: 069-74745850, Fax: 069-97670222
E-Mail: info@seniorresearch.de, Web: www.seniorresearch.de
Ansprechpartner: Rolf Kirchmair