

Ignorierte Marktmacht 50plus

Kreis Lippe. Über 40 Prozent der Deutschen Bevölkerung gehören zur Generation 50plus. In wenigen Jahren werden es mehr als 50 Prozent sein. 60 Prozent aller Geldausgaben tätigen Menschen jenseits der 50. »Sie haben eine gigantische Kaufkraft«, stellte Hans-Georg Pompe in der Industrie- und Handelskammer Lippe zu Detmold (IHK Lippe) fest. Auf Einladung des IHK-Handelsausschusses interessierten sich 80 lippische Einzelhändler für das Thema. Der Unternehmensberater, Buchautor und Marketingexperte zeigte lukrative Wachstumsbranchen auf. Er stellte dar, wie die Zielgruppe langfristig zu gewinnen, zu faszinieren und zu binden ist. »Menschen in diesem Alter suchen Produkte und Dienstleistungen, die benutzer-

freundlich, komfortabel, ästhetisch ansprechend, sicher und funktional sind«, so der Referent. Die Zielgruppe 50plus sei ein lukrativer Wachstumsmarkt mit einer Kaufkraft von über 720 Milliarden Euro jährlich und einer ausgeprägten Kaufkraft. Das mache sie für Unternehmen besonders attraktiv. Menschen 50plus leben ihre Träume und ihre Lebensgefühle. Sie hätten stark veränderte psychologische Kaufmotive und höhere Ansprüche. Das erfordere adäquate Unternehmenskonzepte und effektive Marketingstrategien.

Pompe ermutigte die lippischen Einzelhändler »Mehrwertkomfortpakete« zu schnüren und Dienstleistungen anzubieten, die zum Lebensstil und den Bedürfnissen dieser Zielgruppe passen. »Haben Sie diese Zielgruppe gewonnen, erreichen Sie parallel vier Generationen«, war sich der Referent sicher: Die Betroffenen, deren Eltern, ihre Kinder und zum Teil deren Enkelkinder.

Untersuchungen zeigen, dass die Gruppe der 40 bis 60-Jährigen bis zum Jahr 2020 um mindestens sechs Prozent zunehmen

wird. Die mit 20 Prozent größte Zuwachsrate, wird die Altersgruppe 60plus verzeichnen. Wer sich nicht frühzeitig auf diese wachsende Gruppe konzentrierte, werde es schwer haben, mittelfristig noch zu existieren, war sich Pompe sicher. Die Zielgruppe sei ausgabefreudig, beweglich, erlebnis- und wertorientiert. Gesucht werden Vereinfachung, Vertrauen, Entlastung im Alltag, Problemlösungen sowie Orientierung und Service. Der Referent forderte die lippischen Einzelhändler auf, ihr Alleinstellungsmerkmal und ihre Einzigartigkeit aus Kundensicht darzustellen. »Dazu brauchen sie begeisterte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denn sie verkaufen Emotionen und Beziehungen«, stellte Pompe heraus. »Kennen Sie die Leidenschaft und Lieblingsthemen ihrer Kunden?«, fragte der Referent. »Lassen Sie den Kunden spüren, dass sie sein Bestes wollen«, war seine Empfehlung. Dreiviertel der Kunden wechseln, weil sie keine Wertschätzung spüren, nur zehn Prozent wechseln aufgrund des Preises.



Thomas Rohde (stellv. Vorsitzender des Handelsausschusses, links) freute sich gemeinsam mit (weiter von links) Referent Hans-Georg Pompe, Maria Klaas, Geschäftsführerin der IHK Lippe und Thomas Voss, Vorsitzender des Handelsausschusses über eine gelungene Veranstaltung.

Foto: privat