

Alt, aber nicht behindert

VON MARKUS MICHALAK, 13.11.07, 21:49h

Oberbergischer Kreis - Ein leckerer Brei für die zahnlosen Kiefer, eine große Tastatur fürs Handy und dazu noch ein bisschen Wellness - wer die Konsumwünsche der „50+“-Generation auf diese Formel reduziert, ist auf dem Holzweg.

Jedenfalls ist der Kölner Marketing-Professor Udo Koppelman davon überzeugt, dass es der werbetreibenden Industrie aus einem Grund nicht gelingt, die ältere Generation zu gewinnen: „Ältere Menschen sind keine Behinderten, sondern Konsumenten, die ernst genommen werden wollen. Wir müssen nicht herausbekommen, was sie im Alltag hemmt, sondern was sie sich wünschen“, forderte der emeritierte Betriebswirt auf Einladung von „Oberberg packts an“ bei der Firma Tera Tron, Gummersbach. „Die Firma Dove hat das als erste erkannt.“

Dabei sei statistisch erwiesen, dass die ältere Bevölkerung über erhebliche finanzielle Mittel verfüge. „Die Gleichung Alt gleich arm gilt schon lange nicht mehr.“ Die Strategie müsse daher lauten: „Lebe jetzt bequem und leiste Dir, was Dir gefällt.“ Auch der Service müsse mit Blick auf die Zielgruppe ganz neu überdacht werden. Die Discount-Strategie verfange in der Zielgruppe nicht, die Alten wollen durch Qualität überzeugt werden.

Christoph Bois von den Wirtschafts Junioren hatte einen abwechslungsreichen Abend zum Thema „Produktlandschaften und demografischer Wandel“ organisiert, der sowohl die Situation der alternden Konsumenten, als auch der überalternden Belegschaften in den Blick nahm. Gastgeber Wilfried Petsching von der Firma Tera Tron stellte seine schlüssellose Technologie vor, die alle Schlösser, vom Auto über das Haus bis zum Büro elektronisch und vollautomatisch öffnen und schließen kann.

In die Karten geschaut

Es genügt, den Sender bei sich zu tragen. „Aber unsere Produkte können auch wichtig sein, um Menschen zu orten, etwa in der Altenpflege als Not-Meldesystem.“

In die Karten schauen ließen sich zur Freude der überaus zahlreich erschienenen Gäste aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft die Firmen August Rüggeberg, Marienheide und Jokey-Plastik, Gummersbach. Wie rund 60 weitere Unternehmen im oberbergischen Kreis haben sie ihren Betrieb von Unternehmensberaterin Sandra Mortsiefer nach demografischen Fragestellungen unter die Lupe nehmen lassen. Ergebnis: Beide Unternehmen liegen beim Durchschnittsalter noch ganz gut. „Aber wir haben gesehen, dass in einzelnen Abteilungen Handlungsbedarf besteht. Und werden bei der Ausbildung nun entsprechend mehr tun“, präsentierte Rüggebergs Personalchef Manfred Flemm ein Ergebnis des Betriebschecks. Mortsiefer nutzte die Gelegenheit zum Appell an andere Unternehmen: „Bis 2010 müssen Sie Ihre Beschäftigungslücken geschlossen haben. Denn dann haben die letzten Baby-Boomer ihre Kinder gekriegt.“ Den Kontakt stellt die Wirtschaftsförderung des Kreises Oberberg her.

www.demographie-oberberg.de

<http://www.ksta.de/jks/artikel.jsp?id=1194960688163>

FENSTER SCHLIESSEN