

Pressemitteilung

Best Ager entwickeln sich zunehmend zu einer ganz normalen Zielgruppe im E-Commerce-Bereich.

Knapp ein Drittel der über 50-jährigen Internetnutzer verwenden bereits Smartphones zum telefonieren, surfen und shoppen. Das ergab eine Studie der ANXO MANAGEMENT CONSULTING GmbH.

Düsseldorf, Februar 2013 – Immer mehr Best Ager nutzen digitale Kommunikationswege. Das Internet ist mittlerweile zu einer wertvollen Informationsquelle geworden, in der sich die ältere Generation ebenso sicher bewegt wie die jüngere.

Wie aber wird das Internet von der Generation 50+ genutzt und welche technischen Geräte besitzen die heutigen Best Ager in ihren Haushalten? Dieser Fragestellung ging eine Untersuchung der Anxo Management Consulting GmbH in Zusammenarbeit mit Konzept & Markt nach.

Nahezu jeder Haushalt der Befragten verfügt über ein Mobiltelefon. Es bringt Flexibilität und Sicherheit in den Alltag. Smartphones sind bereits in einem Drittel der Haushalte verbreitet und werden von 31 Prozent der 50 - bis 65-jährigen und von 22 Prozent der über 66-jährigen verwendet.

Tablet PCs hingegen haben den Einzug in das Wohnzimmer der Best Ager noch nicht gefunden, obwohl sie durch ein einfaches Dateisystem und intuitive Bedienung gute Computer für Senioren sein könnten.

75 Prozent des Online-Pannels gaben an, das Internet häufig bis sehr häufig zu verwenden. Die Suche nach Informationen über Produkte und Preise sowie der E-Mailkontakt zu Familie, Freunden und Bekannten sind dabei die meist genutzten Anwendungen des Internets.

68 Prozent haben das Internet schon einmal zum Kauf von Produkten und Dienstleistungen genutzt. 61 Prozent verwenden Online-Banking zur Erledigung ihrer Bankgeschäfte, jedoch nicht regelmäßig. Unterschiede zwischen den Altersklassen existieren kaum, jedoch sinkt die Onlineaffinität der Altersklasse 66 bis 87 Jahre im Vergleich leicht.

„Die Reichweite von Online-Shopping und auch vom Online-Banking ist überraschend hoch, die Zustimmung zu nutze gern und oft Online-Shopping aber recht gering“, sagt Ralf Strehlau, Geschäftsführer von der ANXO. „Das ist ein gewisser Widerspruch, reflektiert aber auch das gesplante Verhältnis der Befragten zum Online-Thema.“

Trotz allem wurde deutlich, dass sich auch bei Senioren die Kaufvorbereitung zunehmend ins Internet verlagert. Produkte und Preise werden online recherchiert und dann im stationären Einzelhandel gekauft.

Die Ergebnisse zeigen deutlich die hohe Relevanz des Internets für die Zielgruppe der Best Ager. Bedingt durch die geburtenstarken Jahrgänge der 50er-Jahre und steigende Lebenserwartung nimmt diese Gruppe stetig zu und bildet eine konsumfreudige Zielgruppe mit hoher Kaufkraft.

Weitere Informationen erhalten Sie unter:

ANXO MANAGEMENT CONSULTING GmbH
Ralf Strehlau

Kirschgartenstraße 11
65719 Hofheim/Ts.

Tel.: +49 (0) 6192 - 40269 0

Fax: +49 (0) 6192 - 40269 29

E-Mail ralf.strehlau@anxo-consulting.com

Web www.anxo-consulting.com

Über die ANXO MANAGEMENT CONSULTING GmbH:

Die Anxo Management Consulting GmbH hat sich seit 2002 als Beratungsunternehmen bei der Steuerung von Veränderungsprozessen etabliert. Einer der Schwerpunkte ist die Beratung im Bereich Online Business – von der Entwicklung von und Optimierung von E-Commerce und Social Media Strategien über die Dienstleisterauswahl bis hin zur Sicherstellung der nachhaltigen Umsetzung. Zum Team zählen Berater, die in unterschiedlichen Branchenfeldern zu Hause sind und aus vorherigen Tätigkeiten in der Industrie und bei Beratungsunternehmen ein hohes Maß an Kompetenz und Erfahrungen erworben haben.

Über Konzept & Markt:

Konzept & Markt wurde 1996 gegründet. Spezialisiert ist das Marktforschungsinstitut auf die Entwicklung und Umsetzung innovativer Konzepte, die eine solide Basis legen, damit Sie Ihre Marktposition ausbauen und festigen können.

Branchenübergreifend und für alle Bereiche, die für eine erfolgreiche Unternehmensführung relevant sind. Kernpunkt ist dabei die umfassende Beratung in den beiden Schlüsselfaktoren des Marketing: Kunde und Marke.

Diese Akzentuierung stellt sicher, dass die Ergebnisse stets auf Ihre Produkte und Marktsituationen zugeschnitten sind. Gleich, ob es um die Analyse der Imageeigenschaften Ihrer Marken geht, ob Sie wissen wollen,

wie es um die Zufriedenheit Ihrer Kunden bestellt ist oder ob Sie Käuferreaktionen am POS messen möchten.

Weitere Informationen unter www.konzept-und-markt.de/