

## DIE SERVICE-PFADFINDER

Mit Hilfe seiner Senior Scouts erforscht Andreas Reidl die Kundenseele der Älteren.

### Erfahrene Berater:

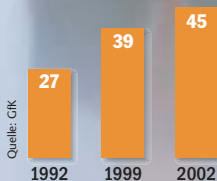
Andreas Reidl, 38, baut bei der Marktforschung auf 50- bis 80-Jährige



## DOLCE VITA

„Ich mache mir lieber ein schönes Leben, statt immer nur zu sparen.“

über 50-Jährige in Prozent



### SPARBUCH ADE

Fast jeder Zweite erfüllt sich seine Träume, statt auf jeden Cent zu achten



**GENERATION GOLD** Auch die Finanzbranche nimmt ältere Kunden ins Visier



**Marktforschung als spätes Hobby:** Die Senior Scouts Inge, 68, und Othmar Hintringer, 72

Othmar und Inge Hintringer hatten einen klaren Auftrag: „Sie bekommen 100 000 Euro aus Ihrer Lebensversicherung ausgezahlt und wollen das Geld anlegen. Welche Bank bietet die besten Konditionen?“ Seit fünf Jahren arbeiten der 72-jährige ehemalige Außendienstler und seine 68-jährige Frau als freie Marktforscher für die A.GE Agentur für Generationen-Marketing in Nürnberg. Als **Senior Scouts** testen sie Produkte und Dienstleistungen aus dem Blickwinkel älterer Menschen. **500 Scouts im Alter von 50 bis 80 Jahren** sind für Agenturchef Andreas Reidl unterwegs und nehmen Verpackungen oder den Service in Supermärkten unter die Lupe. Fünf Bankfilialen besuchten die Hintringers im Okto-

ber, um ihre fiktiven 100 000 Euro Gewinn bringend anzulegen. „Die Credit Suisse hat uns am besten bedient. Da wurden uns neben einer ordentlichen Rendite sogar Kaffee und Kekse angeboten“, erinnert sich Inge Hintringer. Am schlechtesten schnitt in ihren Augen eine Beraterin der Dresdner Bank ab. „Die bot uns nur die marktüblichen Sparbuchzinsen an und hat uns dann schnell wieder heimgeschickt.“ **Als unangenehm empfand die Rentnerin auch das Alter der Bankberater.** „Man will über so etwas nicht mit einem 20-Jährigen sprechen.“

Ein Bedürfnis, das andere Anbieter schon erkannt haben: So will etwa Finanzdienstleister AWD Kunden über 50 nur noch von Beratern im gehobenen Alter betreuen lassen.

produkt verkaufen will, muss mit extrem kritischen Fragen rechnen.“ Auch bei Verkäufern und Beratern legen die neuen Superkunden strenge Maßstäbe an. Jeder zweite zieht laut „Reader's Digest“ für seine Einkäufe Fachgeschäfte mit persönlicher Beratung vor.

Diese Erfahrung hat auch Peter Gaul gemacht. Für den Geschäftsführer der Mannheimer Bauträgergesellschaft B.A.U. ist es selbstverständlich, dass Kunden über 50 von der Erstberatung bis zum Abschluss des Kaufvertrags von ihm persönlich betreut werden wollen. „Sie sind bereit, viel Geld in eine Immobilie zu investieren. Da erwarten sie eine Vertrauensperson, die auf all ihre Wünsche eingeht“, erklärt Gaul.

Das wissen Kunden wie Gerhard Hamma zu schätzen. Der 68-Jährige hatte drei Jahre vergeblich nach einer passenden Wohnung gesucht, ehe er auf das Penthouse-Angebot von der B.A.U. in Mannheim-Feudenheim stieß. „Ich hatte einige Bedingungen, die ich mit Herrn Gaul intensiv durchsprechen konnte“, erzählt Hamma (s. Kasten S. 185). „Sonderwünsche wie der Lift ins Apartment haben

mich schon etwas mehr gekostet“, gibt der agile Rentner zu, „aber das war mir die maßgeschneiderte Wohnung wert.“

**Kompromisslose Ansprüche.** Auch Andreas Reidl von der Agentur für Generationen-Marketing beobachtet, dass sich diese Altersgruppe „noch mal was gönnen will“. In seinem Auftrag nehmen deutschlandweit mehr als 500 freie Mitarbeiter im Alter zwischen 50 und 80 Jahren Produkte und Dienstleistungen unter die Lupe. Mit Hilfe dieser so genannten Senior Scouts (s. oben) erforscht Reidl die Verbraucherseele der Generation 50 plus – die nach Untersuchungen der GfK lange als vernachlässigte Zielgruppe ihr Konsumentendasein fristen musste. Inzwischen ist ihre Meinung sehr gefragt: So schickt Reidl seine Schützlinge im Auftrag von Unternehmen und Dienstleistern los, um etwa Supermärkte oder Banken zu testen.

**Spätzünder.** Viele Firmen springen erst jetzt auf den Zug auf. „Irgendwie haben die meisten genippt oder sich nicht an dieses Thema rangetraut“, bestätigt Bernd Michael, Chef der Werbeagentur Grey in Düsseldorf (s. rechts). ▶