

Seniorenmarketing Stand: 02/2006

Ein Blick in Presse, Funk und Fernsehen genügt und es fällt auf, dass sich die Werbung fast nur an eine junge Zielgruppe wendet. Dagegen wird die Kundengruppe der Senioren, die sogenannte "Silver Generation", vernachlässigt. Diese Personengruppe ist aber zum Teil sehr kaufkräftig und in wenigen Jahrzehnten sogar in der Mehrheit. Experten empfehlen deshalb den Unternehmen sich schon jetzt auf diese anspruchsvolle Zielgruppe einzurichten. Wir haben Ihnen hier einige wenige Titel unter dem Marketingaspekt zusammengestellt.

[Elektronische Ressource]

Titel: Senioren im Automobilmarketing : konzeptionelle Grundlagen und empirische Analyse zum Kaufverhalten jüngerer und älterer Automobilkäufer und ihre Implikationen für eine zielgruppenadäquate marktorientierte Unternehmensführung / eingereicht von Melanie Peschmann

Erschienen: 2005

Umfang: 1 CD-ROM. ; 12 cm

Hochschulschrift: Rostock, Univ., Diss., 2005

Anmerkung: Systemvoraussetzungen: Acrobat Reader
Parallel als Buch-Ausg. erschienen

Schlagwörter: Kraftfahrzeugindustrie / Marketing / Alte Menschen /
Konsumentenverhalten / Lebensalter / Deutschland

Signatur: CD 651

Titel: Kaufbarrieren der Generationen 50plus / Angerer, Thomas ;
Moazed, M. Laura. Institut für Relationship Marketing,
Forschungs- und Beratungsgesellschaft mbH

Erschienen: Graz : IRM, 2005

Umfang: 55 S. : Ill., graph. Darst. ; 30 cm

Schriftenreihe: IRM-Studienreihe: 50plus Marketing

ISBN: 3-9502014-0-8

Schlagwörter: Konsumentenverhalten / Alte Menschen

Signatur: C 245774

Titel: Senioren als Bankkunden : ein Beratungs- und
Betreuungskonzept für Finanzdienstleister / Barbara Schulz

Ausgabe: 1. Aufl.

Erschienen: Wiesbaden : Dt. Univ.-Verl., 2005

Umfang: XVI, 199 S. : graph. Darst. ; 21 cm

Schriftenreihe: Wirtschaftswissenschaft

Hochschulschrift: Zugl. Braunschweig, Tech. Univ., Diss.: 2005 u.d.T.:
Schulz, Barbara: Innovative Finanz- und

Verbunddienstleistungen für Senioren

ISBN: 3-8350-0047-0

Schlagwörter: Privatkundengeschäft / Alte Menschen / Finanzdienstleistung
/ Bankmarketing / Deutschland

Signatur: A 244160

Aufsatz: Marketing für reife Zielgruppen : reife Kunden sehen den Einkauf stärker unter funktionalen Aspekten / von Hanne und Gundolf Meyer-Hentschel

In: Gottlieb-Duttweiler-Institut für Wirtschaftliche und Soziale Studien <Rüschlikon>: Gdi-Impuls : eine Publikation des Gottlieb-Duttweiler-Instituts für Entscheidungsträger in Wirtschaft u. Gesellschaft. - Rüschlikon : Inst., ISSN 1422-0482, Bd. 23 (2005), 1, S. 38-43

Schlagwörter: Alte Menschen / Marketing / Marketingpolitik

Anmerkung: Kostenpflichtiger Volltext vorhanden

Link: http://www.gbi.de/cgi-bin/volltext?GDI_20051006_0&GW=zbw

Titel: Seniorenmarketing : theoretische Grundlagen, Gestaltungsempfehlungen, empirische Bestandesaufnahme / Rebecca Grunder; Franziska Rutishauser

Erschienen: Bern : Inst. für Marketing und Unternehmensführung, 2004
Umfang: 46 S.

Schriftenreihe: Arbeitspapier / Institut für Marketing und Unternehmensführung der Universität Bern ; 39

Schlagwörter: Alte Menschen / Marketing / Marketingpolitik / Schweiz

Signatur: C 241193

Signatur: C 243869

Signatur: C 243954

Aufsatz: Senioren - Marktsegment der Zukunft / von Jürgen Kirsch

Anmerkung: Literaturangaben

In: Zukunftsperspektiven des Marketing - Paradigmenwechsel und Neuakzentuierungen : Festschrift anlässlich der Emeritierung von Prof. Dr. Dr. h. c. Hans Hörschgen. - Berlin : Duncker & Humblot, (2003), S. 181-196

Schlagwörter: Alte Menschen / Zielgruppe / Konsumentenverhalten / Marketing / Deutschland / Seniorenmarketing

Titel: Ran an die Alten - Seniorenmarketing im Tourismus : Sammlung von Beiträgen aus DSFT-Seminaren ; Dokumentation / Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e.V. [Red. Bearb.: Nicole Zscharnack; Pia Werner; Nadja Ziller]

Erschienen: Berlin, 2002

Umfang: 136 S. : graph. Darst. ; 30 cm

Schlagwörter: Tourismusmarketing / Alte Menschen / Urlaubsverhalten / Tourismus / Deutschland / Österreich

Signatur: C 232659

Aufsatz: Der Einsatz des Kano-Modells zur Ermittlung von Indikatoren der Kundenzufriedenheit : dargestellt am Beispiel der Anforderungen von Senioren an Reisebüros / von Andreas Kaapke und Kai Hudetz

Anmerkung: Literaturangaben

In: Kundenbindung im Handel

In: Kundenbindung im Handel. - Frankfurt am Main : Dt. Fachverl., (2001), S. 123-146

Schlagwörter: Customer Relationship Management / Marktforschung /
Urlaubsverhalten / Alte Menschen / Deutschland

Titel: Versicherungen für Senioren : Perspektiven für das
Zielgruppen-Marketing / Rainer Reitzler

Ausgabe: 1. Aufl.

Erschienen: Wiesbaden : Dt. Univ.-Verl. [u.a.], 2001

Umfang: XVIII, 355 S. : graph. Darst., Kt. ; 21 cm

Schriftenreihe: Schriftenreihe "Versicherung und Risikoforschung" des
Instituts für Betriebswirtschaftliche Risikoforschung und
Versicherungswirtschaft der Ludwig-Maximilians-Universität,
München ; 40

Hochschulschrift: Zugl.: München, Univ., Diss, 2000 u.d.T.: Reitzler, Rainer:
Zielgruppen-Marketing

ISBN: 3-8244-9054-4 *brosch. : DM 118.00, EUR 59.00

Schlagwörter: Versicherungsmarketing / Alte Menschen / Zielgruppe /
Finanzdienstleistung / Versicherung / Konsumentenverhalten
/ Deutschland

Signatur: A 228595

Titel: Seniorenbanking : strategische Ansatzpunkte einer
zielgerichteten Bankpolitik für ältere Menschen / Axel
Kaufmann

Erschienen: Frankfurt am Main [u.a.]: Lang, 2000

Umfang: 331, LXXXVIII S. : graph. Darst. ; 21 cm

Schriftenreihe: Europäische Hochschulschriften : Reihe 5, Volks- und
Betriebswirtschaft ; 2599

Hochschulschrift: Zugl.: Paderborn, Univ., Diss., 1999

ISBN: 3-631-36250-1

Schlagwörter: Bankmarketing / Zielgruppe / Alte Menschen /
Konsumentenverhalten / Privatkundengeschäft / Theorie /
Deutschland

Signatur: A 224918

Titel: Seniorenmarketing : Informations- und

Entscheidungsverhalten älterer Konsumenten / Oliver Hupp

Erschienen: Hamburg : Kovac̃, 2000

Umfang: XV, 389 S. : Ill., graph. Darst. ; 21 cm

Schriftenreihe: Merkur ; 1

Hochschulschrift: Zugl.: Saarbrücken, Univ., Diss., 1999

ISBN: 3-8300-0039-1 (kart.) : DM 168.00, sfr 139.44, S 1226.40

Schlagwörter: Alterslebenshaltung <X> / Alte Menschen /
Konsumentenverhalten / Informationsverhalten / Marketing /
Marktsegmentierung / Generationenbeziehungen / Theorie /
Deutschland

Signatur: A 223546

Titel: Kundenorientierung im Bankwesen / 3. Kreditwirtschaftliches
Kontaktforum. Bankseminar Lüneburg. Hrsg. von Ulf G. Baxmann

Ausgabe: 1. Aufl.

Erschienen: Frankfurt am Main : Bankakad.-Verl., 1999

Umfang: III, 179 S. : graph. Darst. ; 24 cm

Anmerkung: Literaturverz. S. 167 - 179. - Enth. 6 Beitr

ISBN: 3-933165-28-8 (kart.) : DM 39.90 (freier Pr.)

Schlagwörter: Bankmarketing / Customer Relationship Management /
Firmenkundengeschäft / Privatkundengeschäft / Zielgruppe / Alte
Menschen / Deutschland

Signatur: B 309223

Aufsatz: Der Einsatz des Kano-Modells zur Ermittlung von Anforderungen
zur Steigerung der Kundenzufriedenheit : dargestellt am
Beispiel der Anforderungen von Senioren an Reisen / Andreas
Kaapke ; Kai Hudetz

In: Institut für Handelsforschung <Köln>: Mitteilungen des
Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln. -
Köln : Institut für Handelsforschung, ISSN 0531-030X, 50
(1998),3, S. 49-63

Schlagwörter: Marktforschung / Urlaubsverhalten / Alte Menschen / Deutschland

Titel: Die zukünftigen "neuen" Alten in der Bundesrepublik
Deutschland : strategisch relevante Zielgruppe für die
Tourismusindustrie? / Michael Hinz

Erschienen: Frankfurt am Main [u.a.] : Lang, 1998

Umfang: 254 S. : graph. Darst.

Schriftenreihe: Europäische Hochschulschriften : Reihe 5, Volks- und
Betriebswirtschaft ; 2334

Hochschulschrift: Zugl.: Bochum, Univ., Diss., 1998

ISBN: 3-631-33442-7

Schlagwörter: Alte Menschen / Urlaubsverhalten / Tourismusmarketing /
Zielgruppe / Deutschland / 1982-1992

Signatur: A 218153

Titel: Marktmacht Senioren / Axel-Springer-Verlag,
Marketing-Anzeigen

Erschienen: Hamburg, 1998

Umfang: IV, 90 S. : graph. Darst.

Schriftenreihe: Märkte: Informationen für die Werbeplanung

Schlagwörter: Alte Menschen / Alterslebenshaltung <X> /
Konsumentenverhalten / Deutschland

Signatur: C 210760

Titel: Die Konsumausgaben österreichischer Haushalte im Pensionsalter
/ Thomas Url, Michael Wüger. Studie des Österreichischen
Instituts für Wirtschaftsforschung im Auftrag der s
Versicherung

Erschienen: Wien : WIFO, 2005

Umfang: 29 Bl. : graph. Darst.

Schlagwörter: Konsumentenverhalten / Verbraucherausgaben / Alte Menschen /
Rentner / Österreich

Signatur: C 245778

Titel: Ökonomische Ressourcen älterer Menschen :
regionalwirtschaftliche und fiskalische Effekte einer
Förderung der Seniorenwirtschaft in Nordrhein-Westfalen /
Boris Augurzky; Uwe Neumann

Erschienen: Essen : RWI, 2005

Umfang: 47 S. : Ill., graph. Darst.

Schriftenreihe: RWI-Materialien ; 19

ISBN: 3-936454-50-7

Schlagwörter: Alte Menschen / Verbraucherausgaben / Dienstleistungssektor /
Wirtschaftsförderung / Wirtschaftspolitische Wirkungsanalyse
/ Regionale Inzidenz / Konsumentenverhalten / Sparen /
Nordrhein-Westfalen / Deutschland

Signatur: B 339999

Aufsatz: Der japanische "Silbermarkt" - Marktchancen und Best Practices
für deutsche Unternehmen / Harald Conrad und Vera Gerling

Anmerkung: Literaturangaben

In: Management in Japan : Herausforderungen und Erfolgsfaktoren für
deutsche Unternehmen in einer dynamischen Umwelt. - Wiesbaden :
Dt. Univ.-Verl., (2005), S. 267-278

Schlagwörter: Konsumentenverhalten / Alte Menschen / Auslandsmarkt / Deutsch
/ Japan

Titel: Ältere als Zielgruppe des Zeitschriftenmarktes :

Zeitschriftenkonzepte für ältere Zielgruppen / Carola Epple

Erschienen: Berlin : wvb, Wiss. Verl. Berlin, c 2005

Umfang: 140 S. : graph. Darst.

Anmerkung: Literaturverz. S. 113 - 135

ISBN: 3-86573-043-4 *Pb. : EUR 18.90

Schlagwörter: Alte Menschen / Zielgruppe / Lebensalter / Zeitschrift /
Zeitschriftenhandel / Deutschland

Signatur: A 242507

Titel: Zielgruppe Senioren : Informationsgrundlagen für d.
Potenzialanalyse / Holger Hinz

Erschienen: Flensburg : Internat. Inst. für Management, Univ., 2003

Umfang: 74 Bl. : graph. Darst.

Schriftenreihe: Discussion Paper / Universität Flensburg, Internationales
Institut für Management ; 4

Schlagwörter: Alte Menschen / Zielgruppe / Deutschland

Signatur: W 1405 (4)

Aufsatz: Wertewandel bei den neuen Alten : eine kohortenanalytische
Untersuchung / von Torben Jansen und Christina Rabe

Anmerkung: Literaturangaben

In: Zukunftsperspektiven des Marketing - Paradigmenwechsel und
Neuakzentuierungen : Festschrift anlässlich der Emeritierung
von Prof. Dr. Dr. h. c. Hans Hörschgen. - Berlin : Duncker &
Humblot, (2003), S. 163-180

Schlagwörter: Alte Menschen / Soziale Werte / Kohortenanalyse /
Konsumentenverhalten / Deutschland

Aufsatz: Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter : ein Such-
und Gestaltungsfeld für mehr Wachstum und Beschäftigung / Josef
Hilbert und Gerd Naegele

Anmerkung: In: Die Zukunft von Dienstleistungen

In: Die Zukunft von Dienstleistungen : ihre Auswirkung auf Arbeit,
Umwelt und Lebensqualität. - Frankfurt/Main [u.a.] :
Campus-Verl., (2002), S. 347-369

Schlagwörter: Alte Menschen / Verbraucher / Lebensqualität / Dienstleistung /
Altenhilfe / Gesundheitswesen / Sozialer Dienst /
Beschäftigungseffekt / Deutschland

Titel: Silver market - Senioren als Verbraucher in Japan und
Deutschland : Podiumsdiskussion ; Düsseldorf, 12. Oktober 2001
/ veranst. von DJW und JETRO. Red.: Deutsch-Japanischer
Wirtschaftskreis

Erschienen: Düsseldorf : DJW, 2002

Umfang: 54 S. : Ill., graph. Darst. ; 21 cm

Anmerkung: Enth. 5 Beitr.

ISBN: *geh.

Schlagwörter: Alte Menschen / Konsumentenverhalten / Japan / Deutschland

Signatur: A 236092

Titel: Konsum- und Freizeitverhalten im Alter : theoretische
Grundlagen für die Verbraucherpolitik / Walter Becker

Ausgabe: Als Ms gedr.

Erschienen: Aachen : Shaker, 1998

Umfang: 133 S. : graph. Darst. ; 21 cm

Schriftenreihe: Berichte aus der Psychologie

Anmerkung: Literaturverz. S. 107 - 133

ISBN: 3-8265-4393-9 (kart.) : DM 49.00

Schlagwörter: Alterslebenshaltung <X> / Konsumentenverhalten /
Freizeitverhalten / Alte Menschen / Verbraucherpolitik /
Theorie

Signatur: A 220284

Aufsatz: Alte Menschen als Konsumenten / Juhani Laurinkari

In: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung. - Berlin :
Duncker & Humblot, ISSN 0021-3985, 34 (1988), 2, S. 154-163

Schlagwörter: Alterslebenshaltung <X> / Deutschland