



# Märkte ein Flop

Einige Handels-Experten sehen 50 Plus kritisch und meinen:

- ▶ 50+ Markt war „Marketing-Gag“
- ▶ Isolation älterer Menschen ist falscher Weg
- ▶ Konzepte für 50+: Lupen, Licht und breite Gänge

Überbreite Gänge, eine angenehme Musik und an jeder Ecke eine Bank zum Verschnaufen. Die Adeg Märkte „50 Plus“ in Bergheim und Wien waren keine gewöhnlichen Supermärkte. Gezielt auf die ältere Generation ausgerichtet, galten sie als Vorreiter, als innovativ. Manfred Schwall, von der Scheucher-Schwall Werbeagentur, war der Kopf der Idee. 2002 traf er mit dem Konzept 50+ bei der Adeg auf offene Ohren. Der Muster



Sicht- und Orientierungshilfen sind immer noch Mangelware in Supermärkten, sagen Experten.

„50Plus Markt“ in Bergheim wurde umgesetzt. Kurz darauf eröffnete ein Adeg 50+ in Wien. Wenige Jahre später sind diese Markt-Konzepte aus der Landschaft verschwunden, leider – meinen die Befürworter.

**Marketing-Gag.** Die Schuld sieht Schwall in den verantwortlichen Personen: „Bei Adeg hat man den Pionierstatus verloren.“ Der Markt in Bergheim sei lediglich ein Marketing-Gag gewesen, kein ernsthaftes Konzept. Ausbleibende Evaluierung und Optimierungsarbeiten seien fern geblieben. „Als solcher hatte er ein Ablaufdatum“, führt Schwall aus.

„Man setzte nicht das um, was ursprünglich das Konzept war. Das Resultat war eine Art Senioren-Ghetto“, begründet auch der Experte für Generationsmarketing Hans Schnait von coop50 das Misslingen des 50+ Marktes. Es

# MARKEN

sesprecherin der Rewe International AG Mag. Corinna Tinkler. Viele Maßnahmen aus dem Konzept 50+ wurden in das Ladenbaukonzept der Adeg Märkte aufgenommen: „In ausgewählten ADEG Märkten haben wir auf besonders breite Gänge geachtet. Der größere Freiraum kommt nicht nur älteren Personen zugute. Auch Familien oder jüngere Kunden wissen diese Besonderheit zu schätzen. Außerdem erleichtern leicht lesbare Beschilderungen, Lupen an den Einkaufswagen und eine gute Ausleuchtung älteren Personen zusätzlich den Einkauf.“ ■

*Alexandra Wrann*

## Factsheet

	2009	2030	2040
Summe älter 50	3.014.652	3.976.891	4.258.373
Gesamt Österreich	8.393.250	9.004.386	9.302.534
% Anteil	35,92	44,17	45,78

(Quelle: Statistik Austria 2009)



Ein Eurospar in Bruck (NÖ) als Vorreiter: Breitere Gänge und Lupen an Einkaufswagen.

sei nicht Sinn, ältere Kunden unter der Definition 50+ auszugrenzen. Es gilt viel mehr die Ladengestaltung, das Personal und das Sortiment stärker auf die ältere Generation einzustellen. „Die Kommunikation auf „Altersaugenhöhe“ ist wichtig“, sagt Schnait.

**Konzept gefloppt.** Für Spar Unternehmenssprecherin Mag. Nicole Berkmann ist das Scheitern des Konzepts hausgemacht: „Eine Isolation älterer Menschen ist der falsche Weg. Aus unserer Sicht ist ein 50+ Markt keine so gute Idee. Wer möchte denn gerne in einer Art „Ghetto“ einkaufen? Das ist doch auch der Grund warum alle derartigen Konzepte gefloppt sind.“

Die Ausweisung als 50+ findet Berkmann generell daneben gegriffen: „Mit 50 ist man heutzutage noch total fit. Diejenigen, die tatsächlich deutlich andere Bedürfnisse haben, sind meist über 70 Jahre alt.“ Ziel sei es nicht, Maßnahmen speziell für Senioren zu schaffen, meint Berkmann. Breitere Gänge oder besondere Lichtkonzepte würden sich an die Bedürfnisse aller richten. Versuche mit Sichthilfen an Einkaufswagen oder Einpackhilfen biete man aber stellenweise an, versichert die Spar Unternehmenssprecherin.

**Adeg.** Aber auch die Adeg stellt klar: „50+ ist für Adeg eine sehr wichtige Zielgruppe“, sagt die Pres-

# IHR UMSATZ WIRD EINE GUTE FIGUR MACHEN.

## ALMDUDLER ZUCKERFREI

- NEUER GESCHMACK
- KEIN ZUCKER, NUR 1,4 KCAL/100 ML
- KEIN KONSERVIERUNGSMITTEL
- KEIN KÜNSTLICHES AROMA
- FÜR DIABETIKER GEEIGNET

