

ZUKUNFTS LETTER

Der Zukunftsletter gibt ausschließlich die aktuelle Einschätzung des Autors Dr. Eike Wenzel, Institut für Trend- und Zukunftsforschung, wieder.



LIEBE LESERINNEN UND LESER,

schon jetzt sind in Europa 88 Millionen über 65 Jahre alt, bis 2050 werden 50 Millionen Menschen ihren 80. Geburtstag gefeiert haben. Spätestens dann gehört das, was wir jetzt noch die Alten nennen, zur Mitte der Gesellschaft. Aber: Die einheitliche Gruppe der Alten gibt es nicht. Sie zerfällt in eine Gruppe 50plus und eine Gruppe derjenigen, die älter als 70 Jahre sind. Die Beschäftigung mit den „Alten“ lohnt sich jedoch allemal, denn sie sind Ihre Premium-Kunden der Zukunft!

Ich wünsche Ihnen gute Erkenntnisse bei der Lektüre
Ihr

Eike Wenzel

1. Fachkräftemangel: Jetzt alle Hebel in Bewegung setzen

Die so genannten Alten sind diejenigen, die beispielsweise das iPad am stärksten nutzen. Das ist nicht nur in Deutschland und Österreich so, sondern auch in Großbritannien. Es sind vier Technologieaspekte, die Sie im Auge behalten sollten, um sich auf das veränderte Nutzungs- und Konsumverhalten der Bestager in den kommenden Jahren einzustellen:

- **Ältere Menschen sind die Nummer-eins-Nutzer von Tablets und Smartphones:** Laut einer Studie von Tomorrow Focus ist die Altersgruppe der über 50-Jährigen in Mitteleuropa die Gruppe, bei der die Tablet- und Smartphone-Nutzung am stärksten angestiegen ist. Bereits im Jahr 2013 zeigte sich, dass es definitiv keinen „digitalen Graben“ zwischen jungen „Digital Natives“ und älteren „digitalen Deppen“ gibt. Ganz im Gegenteil: Der Anteil der 50- bis 59-Jährigen bei Tablets stieg im September 2013 gegenüber Januar 2013 um sage und schreibe 57,5 Prozent an. Der Anteil der Bestager unter allen Tablet-Besitzern beträgt damit 23 Prozent, womit diese „Alten“ zur größ-

ten Nutzergruppe herangewachsen sind. Was heißt das für Ihr Geschäft: Computer und mobile Geräte sind längst kein Zugangshindernis für alte Menschen mehr. Beziehen Sie diese Geräte aktiv in Ihren Verkauf und Ihre Produktinnovationen ein und programmieren Sie Ihren Webseiten für Smartphones und Tablets optimiert.

- **Sehschwäche ein zentral wichtiger Zukunftsmarkt:** Der mit Abstand größte Verbesserungsbedarf im Marketing für Bestager hängt mit der im Alter generell zunehmenden Sehschwäche zusammen: Schriftgrößen auf Waren und Etiketten. Dies gilt gleichermaßen für das angeschriebene Ablaufdatum bei Lebensmitteln, für die Beipackzettel bei Medikamenten, sowie für die Preisbezeichnungen auf den Produkten und an den Regalen. Jeweils zwischen 32 und 36 Prozent der Teilnehmer einer IFES-Befragung für Österreich nannten spontan diesen Aspekt. Was heißt das für Ihr Geschäft: Weisen Sie Ihre ältere Kundschaft nicht auf ihre (Seh-)Schwächen hin – passen Sie vielmehr Ihre Verkaufsmaterialien unauffällig an.

- **Bedienungsanleitungen und Automaten schwer in der Kritik:** Danach folgen im Ranking der ad-hoc-Antworten der IFES-Studie diverse Bedienungsanleitungen, die man sich in einer einfacheren und klareren Form wünscht. 31 Prozent der Befragten formulierten spontan dieses Anliegen (das von vielen Jüngeren wohl auch unterschrieben werden würde). Es folgen dann mit einer Nennungsquote von rund einem Fünftel einfachere Fernbedienungsfunktionen, sowie Fahrkartenautomaten und Handys, deren Funktionalität nicht angemessen auf ältere Menschen abgestimmt ist.

Was heißt das für Ihr Geschäft: Vereinfachung ist DAS Service-Angebot der kommenden Jahre. Vor allem auch deshalb, weil sich immer wieder zeigt, dass nicht nur alte Menschen vereinfachte Produkte schätzen. Sie schlagen mit der Vereinfachungsstrategie also zwei Fliegen mit einer Klappe.

2. **Demografischer Wandel und Fachkräftemangel: Wie Sie ab sofort Ihre Produktivität sichern können** Schon heute stellen die über 50-Jährigen ein Viertel der Mitarbeiter in österreichischen Betrieben. Demografischer Wandel heißt für Österreich, anders als in Deutschland, in den kommenden zehn Jahren jedoch nicht, dass es einen dramatischen Bevölkerungsrückgang gibt. Trotzdem wird sich die Zahl der solventen Kunden durch die Alterung der Bevölkerung deutlich reduzieren. Auf folgendes Szenario sollten Sie deshalb gefasst sein?

- a) **Lassen Sie aus der Schrumpfung der Kundenzahl in Ihrem Unternehmen keinen Teufelskreis entstehen:** Aus steigenden Endkundenpreisen mangels Masse und sinkender Endkundenanzahl könnten bei Ihnen in den kommenden Jahren tatsächlich Engpässe entstehen. Weitere Folgen werden zumindest in einigen Regionen

ZUKUNFTS LETTER

eine zunehmende Überdimensionierung der lokalen Infrastruktur (insbesondere Verkehrsnetze oder Wärme- und Wasser-netze) sein. Halten Sie schon jetzt Ausschau nach neuen Kundengruppen (international, national, e-Commerce).

b) **Verhindern Sie den Kompetenzverlust, der durch Alterung entstehen kann:** In Japan, dem ältesten Land der Welt, wissen mittelständische Unternehmen längst, was sie an ihren Senioren-Mitarbeitern haben. Sie beschäftigen Mitarbeiter jenseits der 65 Jahre sechsmal häufiger als Großunternehmen. Und sie tun es letztendlich auch deshalb, weil ältere Mitarbeiter häufig über ein hohes Maß an Erfahrung, Detailkenntnissen und Kundenkontakten verfügen, das Sie nicht einfach über Bord werfen sollten. In Deutschland werden immer häufiger Ingenieure um ein „Comeback“ gebeten. In Österreich hat bereits der Lehrermangel zu ersten Initiativen in diese Richtung geführt.

Was heißt das für Ihr Geschäft? Konzentrieren Sie sich nicht einseitig auf Personalfragen und unterschätzen Sie keinesfalls die Auswirkungen auf ihr Geschäftsmodell. Die Nachfrage nach Dienstleistungen und Produkten wird sich mindestens ebenso dramatisch verändern wie der Arbeitsmarkt. Der Bevölkerungsrückgang wird folglich nicht nur die Hersteller von Babynahrung betreffen, sondern in hohem Maße auch Energieversorger, den Einzelhandel oder Automobilhersteller. Der Kreis potentieller Kunden wird kleiner, die Kunden immer älter – und anspruchsvoller.

3. Organisation: Frischer Wind im Büro: So gewinnen Sie Zeit für die wirklich wichtigen Dinge

Sie denken bei Assistenzsystemen sicherlich auch sofort an moderne Autos und womöglich an die selbstfahrenden Autos. Doch angesichts des Megatrends demografischer Wandel werden Assistenzsysteme in den nächsten Jahren vor allem auch in unseren eigenen vier Wänden Einzug halten. Dort werden sie schon in den kommenden fünf Jahren vieles verändern. Und das Bemerkenswerte dabei: sie werden über den Heizungsmonteur und Elektriker bis zum Dachdecker und Computerexperten für zusätzliche Umsätze sorgen. Technische Assistenzsysteme, darunter wer-

den Ihre Kunden in den kommenden Jahren vor allem Produkte sehen

- mit einer technologischen Komponente der **zweiten Generation** (Hausnotrufsysteme, telemedizinische Geräte zur Übertragung von Vitalparametern) und
- der **dritten Generation** (automatische Regulierung des Lichtes, der Hausgeräte),

Das heißt also, technische Systeme werden ab sofort vermehrt in Haushaltsgegenstände integriert. Und digitale, internet- bzw. netzwerkfähige und funkbasierte Lösungen (WLAN, Bluetooth, KNX) dienen im Eigenheim künftig 1.) dazu, dass Strom, Wärme und Wasser dezentral und jeder Zeit kontrollierbar gesteuert werden können. 2.) wird in den vernetzten Häusern die Kommunikation der Bewohner mit dem sozialen Umfeld unterstützt. Rund 90 Prozent aller älteren Österreicherinnen und Österreicher leben jenseits des 60. Lebensjahres in ihrer gewohnten Umgebung, das heißt in Wohnungen oder Häusern, die ihnen seit Jahren vertraut sind.

Auf die folgenden Technologiesegmente sollten sich Handwerksbetriebe schnell einstellen. Sie bieten schon jetzt gehöriges Umsatzpotenzial, speziell auf den Gebieten: Heizung, Lüftung, Elektrik, Energie- und Lichtmanagement, Smart Metering (intelligente und effiziente Stromzähler), Sanitärbereich und Wohnumfeld (z. B. Grünflächen- und Gartenberegung oder -beleuchtung).

Auf dem Gebiet Sicherheit und Privatsphäre werden ab sofort Zutrittskontrolle und Überwachung (z. B. Bewegungsmelder, technische Alarmer für Feuer, Rauch, Gas) sowie Notfallsysteme immer wichtiger. Die Alterung der Gesellschaft führt jedoch vor allem auch dazu, dass Gesundheitsdienstleistungen durch Kommunikation im vernetzten Haus eine enorme Bedeutung gewinnen werden. Computer und Heimstationen zum Messen, Auswerten und Weiterleiten von Gesundheitsdaten versprechen ein gigantisches Innovationsfeld. Nur ein paar Beispiele: Blutdruck- und Blutzuckermessgerät, Geräte zur Unterstützung kognitiver Prozesse (To-Do-Listen auf dem Smartphone), intelligente Medikamentenbox (zur „überwachten“ Abgabe von Medikamenten), Sturzsensoren, Objekt-Ortungsgesetze.

4. Auf die „jungen Alten“ sollten Sie besonders achten

Im vergangenen Jahr gaben die über 65-jährigen Europäer um ein Drittel mehr für den Tourismussektor aus, als im Jahr 2006. Die sogenannten Alten sind die Meister des Konsums – auf allen Gebieten.

Laut Statistik Austria wird insbesondere die Gruppe der „jungen Alten“ stark anwachsen. Gemeint sind damit Menschen, die bereits in Pension sind, aber aufgrund ihres erreichten Wohlstandes und ihres guten Gesundheitszustandes eine immer bedeutendere ökonomische Zielgruppe darstellen. Bereits 2015 wird es mit 1,16 Millionen „jungen Alten“ insgesamt 18 Prozent mehr „junge Alte“ geben als 2005. Die Bestager sind diejenigen, die das Geld haben und es auch gerne ausgeben. Mit rund 22.300 Euro pro Kopf im Jahr verfügen die Menschen ab 50 Jahren über eine um 22 Prozent höhere Kaufkraft als der durchschnittliche Österreicher. Damit kommt diese Altersgruppe auf ein Kaufkraftvolumen von rund 68 Milliarden Euro (44 Prozent des österreichischen Volumens).

Was heißt das für Ihr Geschäft: Für beide Altersbereiche sollten Sie nach getrennten Lösungen suchen. Zukunftsmärkte sind vor allem in den Bereichen Freizeit, Pflege, Wohnen und Gesundheit zu finden. Bei den über 70-Jährigen spielt das Thema Sicherheit eine deutlich größere Rolle. Für die Menschen jenseits der 50 Jahre ist wichtig, sie nicht mit den eigenen Limitierungen zu konfrontieren, sondern ihnen Angebote für Junggebliebene zu machen. Machen Sie sich und Ihren Mitarbeitern immer klar: Menschen jenseits der 50 Jahre beginnen bedingt durch den demografischen Wandel noch einmal mit einem komplett neuen Lebensabschnitt, der bis ins 80. Lebensjahr (und darüber hinaus) reichen kann. Diese Bestager haben Geld und ab dem 60. Lebensjahr auch viel Zeit – und werden in den kommenden Jahren zu den einflussreichsten Konsumenten auf allen Märkten gehören.

Trends, Impulse
Perspektiven -
ein spezielles Service
Ihrer Landesinnung

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH
GEWERBE · HANDWERK