

50plus: Die aktive Generation

Ü50 Sie gehörten zur ersten Generation, die nicht mehr in den Schaukelstuhl sinkt, wenn die Pensionierung naht

Die Vertreter der Generation 50plus fahren auf die Malediven, verabreden sich im Internet, sind nicht immer und jederzeit für die Enkel da, denn sie sind zu beschäftigt. Eine aktivere Generation im dritten Drittel des Lebens hat es noch nie gegeben.

PD - Wer sind sie eigentlich? Wir müssen uns einigen: Sind sie nun die Generation Gold, die Generation 50plus, die Silver Ager, die Golden Ager, die Third Ager, die Mid-Ager, die Master Consumers (was der Werbewirtschaft sehr recht wäre, obwohl sie ihnen misstrauen, da sie in ihren Kaufentscheidungen nicht mehr so beeinflussbar sind), die Mature Consumers, die Senior Citizens, oder einfach die Ü50? Jedenfalls sind sie privilegiert. Sie gehörten zur ersten Generation, die nicht mehr in den Schaukelstuhl sinkt, wenn die Pensionierung naht. Sie fahren auf die Malediven, verabreden sich im Internet, sind nicht immer und jederzeit für die Enkel da, denn sie sind zu beschäftigt. Eine aktivere Generation im dritten Drittel des Lebens hat es noch nie gegeben.

Im besten Alter

Bei dem Begriff «Best Ager» handelt es sich um einen deutschen Scheinanglizismus, der vermutlich vom Ausdruck «im besten Alter» abgeleitet ist und ausserhalb des



Bild: fotolia.com

Eine aktivere Generation im dritten Drittel des Lebens hat es noch nie gegeben.

deutschsprachigen Raums weder gebräuchlich noch verständlich ist. Im Englischen spricht man in der Regel von «over 50s». Bei dem Versuch, diese Zielgruppe zu benennen, ist sich die Fachliteratur noch uneins. Eine einheitliche Definition fehlt bislang. Der Begriff «Best Ager» scheint sich durchzusetzen. Der Begriff Best Ager lässt bereits darauf schliessen, dass eine genaue Altersangabe für die Bestimmung der Zielgruppe nicht einfach und nicht immer richtig ist.

Persönliches Empfinden zählt

Wann sich ein Mensch in seinen besten Jahren befindet, hängt zum grossen Teil von seinem subjektiven Empfinden und seinem individuellen Verhalten in einer Lebensphase ab. Die bloss Zugehörigkeit zu einer bestimmten Altersgruppe macht aus einem Menschen also noch keinen Best Ager. Es sind stattdessen vielmehr die spezifischen Ansprüche und Charakteristika. Hierbei spielt das Alter natürlich eine wichtige Rolle. Entscheidender

aber ist das persönliche Empfinden. Dieser Umstand wird jedoch häufig noch vernachlässigt. Nicht nur, weil es schwierig ist, das gefühlte Alter von Menschen einzuschätzen, sondern auch, weil häufig das Bewusstsein fehlt, dass die identische Zahl an Lebensjahren nicht auch identische Bedürfnisse und Vorstellungen bedeutet.

Seniorenmarketing

Marketingverantwortliche und Betreiber von Portalen in Europa er-

kennen erst langsam, dass nicht alle über 50-Jährigen die gleichen Bedürfnisse haben. Eine Erkenntnis, die in den USA und UK seit langem vorhanden ist. In Forschung und Marketing wird inzwischen häufig eine Differenzierung in Youngster, Mid Ager, Best Ager und Seniors vorgenommen. Die angesprochenen demografischen Veränderungen lassen einen Wandel im Marketing beobachten. Das Seniorenmarketing rückt diese Zielgruppe in den Fokus der strategischen Überlegungen. Die Best Ager gelten als kaufkräftig, konsumfreudig, qualitätsbewusst und bergen wichtiges Verkaufspotenzial. Mit Interessen, die weit über die entsprechenden Klischeevorstellungen wie Gesundheitsartikel oder klassische Literatur hinausgehen, treten die Best Ager in das Blickfeld der Verkaufsstrategen. Ihr Kaufverhalten wird inzwischen von vielen Studien untersucht mit teilweise überraschenden Ergebnissen. Um die Best Ager als Zielgruppe wirkungsvoll ansprechen zu können, ist es deshalb notwendig, sich eingehend mit den Besonderheiten und den spezifischen Ansprüchen der sehr heterogenen Gruppe zu beschäftigen (Quelle: Wikipedia).

Weitere interessante Texte und Informationen zu allen Bereichen rund um das Thema *Generation 50plus* finden Sie im Internet unter www.50plus.ch.

Publireportage

Steuerklärungsdienst Pro Senectute Kanton Zug

Hilfe bei der Steuererklärung?

Zuverlässig kommt anfangs Jahr die Post, die niemand öffnen will: Die Steuererklärung. Denn das Ausfüllen der Steuererklärung bereitet vielen Menschen Kopfzerbrechen. Gerade für ältere Menschen wird die Steuererklärung eine zunehmende Last.

PD - Pro Senectute Zug hilft Menschen ab 60 Jahren beim Ausfüllen der Steuererklärung – individuell, kostengünstig und diskret.

Ihre Steuererklärung in unseren Händen

Kompetente und erfahrene Steuerexpertinnen und -experten füllen die Steuerklärungen fachgerecht für Sie aus und helfen so, die Abzugsmöglichkeiten auszuschöpfen und Ausgaben zu vermeiden. Die Unterlagen werden so vollständig und termingerecht eingereicht. Die Tarife für den Steuerklärungsdienst sind nach steuerbarem Einkommen respektive Reinvermögen abgestuft. So können auch Seniorinnen und Senioren in überschaubaren finanziellen Verhältnissen vom Steuerklärungsdienst profitieren. Sparen Sie sich Ärger und Zeit und geben Sie die Steuerklärung in unsere Experten-Hände!

Informationen

Weitere Informationen zum Steuerklärungsdienst sowie Auskünfte zu Tarifen und Konditionen finden Sie unter www.zg.pro-senectute.ch. Gerne erteilt Ihnen Rosetta Rosamilia, Leiterin Soziale Dienste auch persönlich Auskunft (Tel. 041 727 50 20, rosetta.rosamilia@zg.pro-senectute.ch).

Steuerklärung – wie ausfüllen?

Ob von Hand oder elektronisch: Sie möchten Ihre Steuerklärung selber ausfüllen, wissen aber nicht richtig wie? In einem einmaligen Kurs lernen Sie wie die Steuerklärung einfach und schnell zu bewältigen ist und welche Unterlagen Sie dazu brauchen.

Kursdaten

Auf Papier: Donnerstag, 19. März, 9 bis 11.15 Uhr. Elektronisch: Donnerstag, 12. März, 9 bis 11.15 Uhr in Zug an der Artherstrasse 27, Kursraum Pro Senectute.

Interessiert?

Weitere Auskünfte zu unserem Kursangebot erhalten Sie auf www.zg.pro-senectute.ch oder bei der Kursadministration (041 727 50 50, info@zg.pro-senectute.ch).



Bild: z.v.g.

**PRO
SENECTUTE
KANTON ZUG**



Brockenhäuser Zug
www.brockizug.ch

Im Brockenhäuser beim Ökihof oder im Brockhüsli an der Ägeristrasse finden Sie zu günstigsten Preisen gebrauchte Waren aller Art: Kleider, Möbel, Haushaltartikel, Bücher, Bilder, Sportartikel und viele weitere Trouvaillen.

Sicher ein- und aussteigen!

Wir bauen in Ihre **bestehende(!)** Badewanne eine Tür ein.
Absolut wasserdicht! Nur 1 Arbeitstag, kein Schmutz!
7 Jahre Erfahrung, über 5'000 eingebaute Türen!



Auskunft und Beratung
www.Badewannentüre.ch
Tel: 076-424 40 60



Normales Altern oder Demenz ein informativer Kurs für interessierte Laien

Kursleitung Dr. med. Markus Anliker, Geriater, Zug
Kursdatum Dienstag, 17. März 2015, 19.00 – 21.00 Uhr
Ort Alterszentrum Neustadt, Bundesstrasse 4, 6300 Zug
Anmeldung Alzheimervereinigung Zug bis zum 13. März 2015
041 760 05 60, info.zug@alz.ch, www.alz.ch/zg
Kosten Für die Teilnehmenden entstehen keine Kosten