

: Zukunftsletter

Strategisches Wissen für Entscheider in Management & Marketing

www.zukunftsletter.de

INHALT

Health Age

Proaktives Gesundheitsmanagement ist DER Zukunftsmarkt

SEITE 2

Beauty-Markt

Wie Sie Best-Ager zu Stammkunden machen

SEITE 3

Special Human Resources

Wie Sie mit Ihren Senior Talents Ihr Unternehmen zukunftsfähig machen

SEITE 5

Food for Health

Best-Ager möchten Gesundheit essen

SEITE 6

Silver Travel

Wie der Mobilitätswunsch der Senioren die Märkte der Zukunft prägt

SEITE 7

Der **Zukunftsletter** des VNR Verlags für die Deutsche Wirtschaft AG und des Zukunftsinstituts von Matthias Horx

www.zukunftsletter.de

Passwort des Monats Juni:

www.zukunftsinstitut.de

Kostenlose Redaktionssprechstunde zu inhaltlichen Fragen:

Tel.: 0 61 74/9613-0, Fax: -20

E-Mail: info@zukunftsletter.de

Die silberne Revolution

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

in diesem Zukunftsletter-Spezial stellen wir Ihnen eine neue Superzielgruppe vor. Sie werden im nächsten Jahr die **Wahlen entscheiden**, in wenigen Jahren werden sie die **Bevölkerungsmehrheit in unserem Land** ausmachen, sie investieren schon jetzt mehr in **Urlaube, Fern- und Bildungsreisen**, als die Familien in der Rushhour des Lebens zu investieren imstande sind. Das öffentlich-rechtliche Radio und Fernsehen hat sich gerade in einer umfassenden Themenwoche mit ihnen beschäftigt, **mit unerwartet großem Erfolg**, wie man hört. Die Rede ist – natürlich – von den **Alten**, von der **silbernen Revolution**, von den Best-Agern, der **Golden Generation** oder wie immer man sie in den vergangenen Jahren und Monaten bezeichnet hat.

Tatsächlich werden die **20 Millionen deutschen Rentner** 2009 die Wahl entscheiden. Erstmals werden mehr **Menschen über 50** abstimmen als jüngere. Die Politik beginnt, sich auf ihre **neue Premiumkundschaft** zu stürzen. Deswegen hat die Bundesregierung soeben eine höchst umstrittene Rentenerhöhung durchgesetzt. Müssen wir uns jetzt vor der **Machtergreifung der silbernen Generation** fürchten, wie Ex-Bundeskanzler Roman Herzog – selbst ein Unruheständler – vor Kurzem argwöhnte?

Sie, liebe Leserinnen und Leser, sind es von uns im „Zukunftsletter“ gewohnt, dass wir keine Politberatung machen. Dem bleiben wir auch in dieser Ausgabe treu. Aber wir zeigen Ihnen, dass **Alterung tatsächlich ein Megatrend** ist, der Branchen und Märkte umzukrempeln beginnt. Anhand ausgewählter Branchen (Gesundheit, Kosmetik, Food, Mobilität) möchten wir Sie dafür sensibilisieren,

- ...❖ **dass die Best-Ager ein Zukunftsmarkt sind, dessen Regeln wir erst kennen lernen müssen:** Was bedeutet es für Best-Ager, gesund und genussvoll zu essen (Seite 6)?
- ...❖ **dass die Best-Ager nicht mit den berühmten großen Telefontasten und Treppenliften zu erreichen sind:** Wie sehen für Best-Ager Mobilität und mobiles Leben aus (Seite 7)?
- ...❖ **dass die Best-Ager eine neue gesellschaftliche Macht sind, von deren Marktmacht Sie in Ihrem Business profitieren sollten:** Wie erobern die Best-Ager den Megamarkt Gesundheit (Seite 2)?

Mit insgesamt **16 Handlungsempfehlungen** möchten wir Sie auf diesen ebenso lukrativen wie anspruchsvollen Zukunftsmarkt vorbereiten. Lassen Sie sich nicht von den **apokalyptischen Herrenreitern des Zeitgeistes** beirren (ob sie nun Herzog oder Schirmmacher heißen), und entdecken Sie mit uns die **Wunschwelten der reifen Konsumenten**.

Herzlich,



Matthias Horx

Dr. Eike Wenzel



Matthias Horx



Eike Wenzel