

PRESSE mitteilung

Berlingen / Zürich, 4. Juli 2007

Zwei Pioniere, rund 60 Jahre Erfahrung und eine Idee: Die terzKom AG SCHWEIZ

So könnte man die Gründungsgeschichte der terzKom AG Schweiz kurz zusammenfassen. René Künzli ist ein Leben lang Unternehmer. Seit mehr als 4 Jahrzehnten befasst er sich mit den Fragen des Alters, der Alterung und den ökonomischen Konsequenzen daraus, insbesondere für das Wohnen und die Pflege. Bis 2005 war er nicht nur CEO, sondern vor allem Kopf und Herz der TERTIANUM Gruppe. Unter seiner Führung wurde die TERTIANUM Stiftung gegründet und die erste Seniorenakademie der Schweiz initiiert.

Andreas Reidl ist ebenfalls Pionier. Pionier in Sachen Marketing für die ältere Generation. Bereits seit 1990 beschäftigt er sich mit den Fragen, wie man ältere Konsumenten erreicht. 1996 hat er in Deutschland die erste Agentur für Senioren-Marketing gegründet. Mit Wechsel in das neue Jahrtausend war er wieder der Erste, der den Begriff Generationen-Marketing erfunden hat und konsequenterweise seine Agentur dementsprechend in A.GE Agentur für Generationen-Marketing umbenannte. Wieder als Pionier setzte er einen neuen Standard im Marketing. Marketing für Ältere ist aus seiner Sicht ein generationenverbindendes Element. Pionier war er auch mit Deutschlands einziger Gruppe von Trend-Scouts im Alter 50plus. Mehr als 1.000 Menschen arbeiten als sogenannte Senior-Scouts für ihn.

Und auch in der Schweiz ist er längst kein Unbekannter mehr. Dazu beigetragen hat nicht zuletzt auch sein Fachbuch „Senioren-Marketing“, das 1999 das erste Mal erschien, und 2007 nun schon in dritter Auflage aufgelegt wird. Einladungen u.a. von GDI, Euroforum Zürich und der TERTIANUM Stiftung sowie redaktionelle Fachbeiträge u.a. bei m&k und in der Schweizer Werbeagenda folgten.

2007 nun gründeten beide Pioniere gemeinsam die terzKom AG SCHWEIZ. Die Mission des Unternehmens lautet: Wertschöpfung durch Wertschätzung. Die Gründung des Unternehmens ist sicher keine Pioniertat, wohl aber die angedachten und in der Realisierung befindlichen Projekte. So baut die terzKom AG in enger Kooperation mit dem Seniorenverband Nordwestschweiz die erste Senior-Scout Gruppe Schweiz auf. René Künzli und Andreas Reidl kennen zwar die ältere Generation sehr gut, dennoch wollen sie sich nicht nur auf die eigene Erfahrung verlassen. Mit den Senior-Scouts decken sie alltägliche Konsumfallen auf. Im Vordergrund steht dabei immer die Kompetenz der älteren Konsumenten. Denn nicht der Kunde ist ungeschickt beim Öffnen der Verpackung oder beim Bedienen des technischen Produktes, sondern die Produkte sind falsch konstruiert. Ältere sind die erfahrendsten Konsumenten und sie lassen sich eben nicht von unreifen Produkten überzeugen. Ältere schätzen moderne Produkte, die sie nicht alt aussehen lassen.

Die Senior-Scouts helfen Unternehmern, Konstrukteuren und Marketingverantwortlichen Fehler zu vermeiden und den richtigen Ton zu treffen.

Warum das wichtig ist? Ältere zählen heute bereits zu einer der wichtigsten Konsumentengruppen. Das aktuelle Einkommen und die Verbrauchserhebung (EVE) der Schweiz zeigen, dass die demografiebedingten Ausgaben im Vergleich 2005 zu 2015, beispielsweise bei Nahrungsmitteln und alkoholfreien Getränken in der Altersgruppe der 35- bis 44-Jährigen um rund 93 Millionen Franken monatlich zurück gehen werden, die Ausgaben der 65plus in diesem Bereich steigen dagegen um 156 Millionen Franken monatlich. Wie das zustande kommt? Die Gruppe der 35- bis 44-Jährigen nimmt im Vergleich 2005 zu 2015 um 132.000 Personen ab, die Gruppe der 65plus im gleichen Zeitraum um 295.000 Personen zu.

Und diese Aussage gilt auch für Umsätze in den Bereichen Bekleidung, Wohnen, Verkehr, Gesundheit, Tourismus, Unterhaltung, Versicherungen, Kultur, Freizeit und Dienstleistungen.

Der demografische Wandel hat schneller und weitaus mehr Einfluss auf die kurzfristige Wirtschaftsentwicklung als der viel zitierte Klimawandel. Die Themen sind vielfältig und reichen von den Fragen der Zukunft des Wohnens eben bis zu den Fragen, wer künftig Immobilienkredite beantragen kann oder wird oder welche Infrastruktur die Kommunen für immer mehr ältere Schweizerinnen und Schweizer erstellen müssen. Braucht es in Zukunft statt Kinderspielplätzen vielleicht mehr clevere „Spielgeräte“ für Ältere?

Weniger jüngere und mehr ältere Konsumenten stehen eben auch für neue Chancen in Wirtschaft und Gesellschaft. Die Märkte der Zukunft sind vielfältig und haben ihre eigenen Regeln.

Die terzKom AG Schweiz liefert Konzepte und Lösungen mit denen die Folgen des demografischen Wandels beherrschbar bleiben.

Zeichen: 4.549

Kontakt:

terzKom AG SCHWEIZ • Seestrasse 112 • Postfach • CH-8267 Berlingen
Tel. +41 (0) 52 770 27 37 • Fax +41 (0) 52 770 27 40 • terzkom@terzkom.ch • www.terzkom.ch
