

## **Literaturauswahl: Marketing 50plus**

### **Boom-Branchen 50plus : wie Unternehmen den Best-Ager-Markt für sich nutzen können / Hans-Georg Pompe (Hrsg.).**

- Boom-Branchen 50plus : wie Unternehmen den Best-Ager-Markt für sich nutzen können / Hans-Georg Pompe (Hrsg.). (2012) 1. Aufl. – Wiesbaden; 278 S.

### **Die Alten und das Netz : Angebote und Nutzung jenseits des Jugendkults / Birgit Kampmann ... (Hrsg.).**

- Die Alten und das Netz : Angebote und Nutzung jenseits des Jugendkults / Birgit Kampmann ... (Hrsg.). (2012) 1. Aufl. – W&V – Werben & Verkaufen. – Wiesbaden; 362 S.

### **Digital communications and older groups : an Anglo-French comparison / Hilary Mullen, Gloria Moss and Catharina Wulf.**

- Digital communications and older groups : an Anglo-French comparison / Hilary Mullen, Gloria Moss and Catharina Wulf. (2012) In: Lessons on profiting from diversity. – Basingstoke [u.a.]. – 2012, S. 67-93.

## **Jahrbuch Seniorenmarketing**

- Jahrbuch Seniorenmarketing (2006-) Reihe Edition Horizont
- Patronage behaviour of elderly supermarket shoppers : antecedents and unobserved heterogeneity / Christoph Teller and Ernst Gittenberger.**
- Patronage behaviour of elderly supermarket shoppers : antecedents and unobserved heterogeneity / Christoph Teller and Ernst Gittenberger. (2011) In: The international review of retail, distribution and consumer research. – London. – Bd. 21.2011, 5, (Dez.2011) S. 483-499.

## **Aging society and its implications for services marketing : approaches in hospitality, tourism and transport / ed. by**

### **Claudia Bornemeyer; Jürgen Schneider.**

- Aging society and its implications for services marketing : approaches in hospitality, tourism and transport / ed. by Claudia Bornemeyer; Jürgen Schneider. (2011) Bad Honnef; 194 S.

### **Konsumentenverhalten der Generation 55Plus im Bereich Finanzdienstleistungen / Lisa Kienzle.**

- Konsumentenverhalten der Generation 55Plus im Bereich Finanzdienstleistungen / Lisa Kienzle. (2011) In: Facetten des Konsumenten- und Käuferverhaltens in Theorie und Praxis. – Bremen. – 2011, S. 237-262.

### **The silver market phenomenon : marketing and innovation in the aging society / Florian Kohlbacher; Cornelius Herstatt (eds.).**

- The silver market phenomenon : marketing and innovation in the aging society / Florian Kohlbacher; Cornelius Herstatt (eds.). (2011) 2. ed. – Heidelberg [u.a.]; XXXIV, 463 S.

### **Zielgruppe 60 plus : Entwicklung, Akzeptanz und Nutzung ausgewählter Felder aus Online, Social und Mobile Media / Susanne Fittkau; Ann-Kathrin Harms.**

- Zielgruppe 60 plus : Entwicklung, Akzeptanz und Nutzung ausgewählter Felder aus Online, Social und Mobile Media / Susanne Fittkau; Ann-Kathrin Harms. (2011) In: Online Targeting und Controlling. – Wiesbaden. – 2011, S. 223-242.

## **Marktmacht 50plus : Wie Sie Best Ager als Kunden gewinnen und begeistern / von Hans-Georg Pompe.**

- Marktmacht 50plus : Wie Sie Best Ager als Kunden gewinnen und begeistern / von Hans-Georg Pompe. (2011) 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. – Wiesbaden; Online-Ressource.
- Marktmacht 50plus : wie Sie Best Ager als Kunden gewinnen und begeistern / Hans-Georg Pompe. (2011) 2., überarb. und erw. Aufl. – Wiesbaden; 224 S.
- Marktmacht 50plus : Wie Sie Best Ager als Kunden gewinnen und begeistern / by Hans-Georg Pompe. (2007) Wiesbaden; Online-Ressource.
- Marktmacht 50plus : wie Sie Best Ager als Kunden gewinnen und begeistern / Hans-Georg Pompe. (2007) 1. Aufl. – Wiesbaden; 208 S.

## **Best Practice Modelle im 55plus Marketing : bewährte Konzepte für den Dialog mit Senioren / Guido Hunke (Hrsg.).**

- Best Practice Modelle im 55plus Marketing : bewährte Konzepte für den Dialog mit Senioren / Guido Hunke (Hrsg.). (2011) 1. Aufl. – Wiesbaden; 315 S.

## **E-Commerce und Konsumentenverhalten älterer Menschen : Aktivierung des Marktpotenzials älterer Menschen beim Online-Kauf von Reisedienstleistungen / vorgelegt von Markus Wagner.**

- E-Commerce und Konsumentenverhalten älterer Menschen : Aktivierung des Marktpotenzials älterer Menschen beim Online-Kauf von Reisedienstleistungen / vorgelegt von Markus Wagner. (2010) Lüneburg, Leuphana Univ., Diss., 2010. – ; 264 S.

## **Marketing to senior citizens : challenges and opportunities / Norbert H. Meiners; Bernd Seeberger.**

- Marketing to senior citizens : challenges and opportunities / Norbert H. Meiners; Bernd Seeberger. (2010) In: The Journal of social, political and economic studies. – Washington, DC. – Bd. 35.2010, 3, S. 293-328.

## **Kooperationsplattform zur community-gestützten Entwicklung und Vermarktung von Dienstleistungen für die**

## **Generation 50plus / Susanne Rößner; Heike Engelen.**

- Kooperationsplattform zur community-gestützten Entwicklung und Vermarktung von Dienstleistungen für die Generation 50plus / Susanne Rößner; Heike Engelen. (2010) In: Virtual enterprises communities & social networks. – Dresden. – 2010, S. 171-182.

## **Marketing Xplus – Marketing für Senioren : der Einfluss des Alters auf die Präferenzen für Neuerungen und Abwechslung im Konsum von Fast Moving Consumer Goods / Sebastian Landschulze.**

- Marketing Xplus – Marketing für Senioren : der Einfluss des Alters auf die Präferenzen für Neuerungen und Abwechslung im Konsum von Fast Moving Consumer Goods / Sebastian Landschulze. (2010) Zugl.: Jena, Univ., Diss., 2010. – ; XXI, 294 S.
- Marketing Xplus – Der Einfluss des Alters auf die Präferenzen für Neuerungen und Abwechslung im Konsum von Fast Moving Consumer Goods / Sebastian Landschulze. (2009) Jena, Univ., Diss., 2010. – ; 277 Bl.

## **Marketing für Best Ager / Gerd Nufer, Sandra Oexle und Carsten Rennhak.**

- Marketing für Best Ager / Gerd Nufer, Sandra Oexle und Carsten Rennhak. (2010) In: Kommunikationspolitik im 21. Jahrhundert. – Stuttgart. – 2010, S. 169-185.

## **Determinanten der Konsumausgaben der Generation 50+ : eine empirische Analyse für Deutschland auf der Grundlage von SHARE-Daten / Johanna Burzig.**

- Determinanten der Konsumausgaben der Generation 50+ : eine empirische Analyse für Deutschland auf der Grundlage von SHARE-Daten / Johanna Burzig. (2010) Arbeitsbericht / Institut für Agrarpolitik und Marktforschung der Justus-Liebig-Universität Giessen ; 52; IX, 93, II S.

## **Generation 50plus und Social Media : ein Widerspruch? / Helmut Muthers und Florian Schwarzbauer.**

- Generation 50plus und Social Media : ein Widerspruch? / Helmut Muthers und Florian Schwarzbauer. (2010) In: Bank-Praktiker. – Heidelberg. – Bd. 2010,11, S. 416-420.

## **Seniorenmarketing : Stand der Forschung zum Kaufverhalten in Abhängigkeit des Alters der Verbraucher / Roland Helm, Sebastian Landschulze, Uta Scheunert.**

- Seniorenmarketing : Stand der Forschung zum Kaufverhalten in Abhängigkeit des Alters der Verbraucher / Roland Helm, Sebastian Landschulze, Uta Scheunert. (2009) Jena research papers in business and economics ; 5/2009; 47 Bl.

## **Marketing 2020 : Die elf neuen Zielgruppen – wie sie leben, was sie kaufen** *Biographical note: Eike Wenzel (links) und Oliver Dziemba arbeiten als Berater im von Matthias Horx gegründeten Zukunftsinstitut. Beide beschäftigen sich mit der Frage, wie das Marketing der Zukunft aussieht. Eike Wenzel ist in Beratungsprojekten mit Unternehmen aus den verschiedensten Branchen tätig.*

- Marketing 2020 : Die elf neuen Zielgruppen – wie sie leben, was sie kaufen (2009) 1. Aufl. – Management 2009. – Frankfurt am Main; Online-Ressource (212 S.).

## **Seniorenmarkt : Alterslebenslagen, Konsumstrukturen und ökonomische Potentiale / Kristina Mann.**

- Seniorenmarkt : Alterslebenslagen, Konsumstrukturen und ökonomische Potentiale / Kristina Mann. (2008) Schriften zur Sozialpolitik ; 19; IV, 86 S.

**Ältere Menschen als Zielgruppe der Werbung : eine explorative Studie zu Wahrnehmung und Selbstbild der "Best Ager" sowie stereotypen Vorstellungen vom Alt-sein in jüngeren Altersgruppen / Katharina J. Auer-Srnka; Katja Meier-Pesti; Michele Griebmair.**

- Ältere Menschen als Zielgruppe der Werbung : eine explorative Studie zu Wahrnehmung und Selbstbild der "Best Ager" sowie stereotypen Vorstellungen vom Alt-sein in jüngeren Altersgruppen / Katharina J. Auer-Srnka; Katja Meier-Pesti; Michele Griebmair. (2008) In: Der Markt. – Wien. – Bd. 47.2008, 3, S. 100-117.

**Seniorenmarketing : mit älteren Zielgruppen neue Märkte erschließen / Andreas Reidl.**

- Seniorenmarketing : mit älteren Zielgruppen neue Märkte erschließen / Andreas Reidl. (2007) 2., aktualisierte und erw. Aufl. – Landsberg am Lech; 332 S.

Quelle: <http://wiwi-werkbank.de>