

Das rheingold institut Bedeutend mehr Wirkung seit 1987



Untersuchungsdesign

Step 1: Qualitative Phase

• 65 zweistündige **Tiefeninterviews**

Stichprobe

- Erhebungsorte: bundesweit, städtisch/ländlich verteilt
- Alter/Lebensphase: 50-70 Jahre, unterteilt in
 - 36x Berufstätige
 - 9x seit max. 1 Jahr in Rente
 - 20x seit mind. 1 Jahr in Rente

Step 2: Quantitative Phase

 Quantitative Online-Befragung im bundesweiten Konsumentenpanel (n = 1.061)

- Repräsentative Verteilung der Bundesländer
- Repräsentative Quotierung:
 - Altersgruppen 50 bis 54 Jahre, 55 bis 59 Jahre,
 60 bis 64 Jahre, 65 bis 70 Jahre
 - Männer, Frauen
 - Erwerbstätige (d.h. sind aktuell in einem bezahlten Beschäftigungsverhältnis) vs. Nicht-Erwerbstätige



Die Generation 50+
ist genügsam
und stellt sich
selbst zurück.

Mehr als je zuvor achtet die Generation 50+ auf ihre Bedürfnisse Sie liebt und lebt ...

lebenslustiger

unverbindlicher

emanzipierter



selbstbestimmter

aktiver

kompromissloser

freier

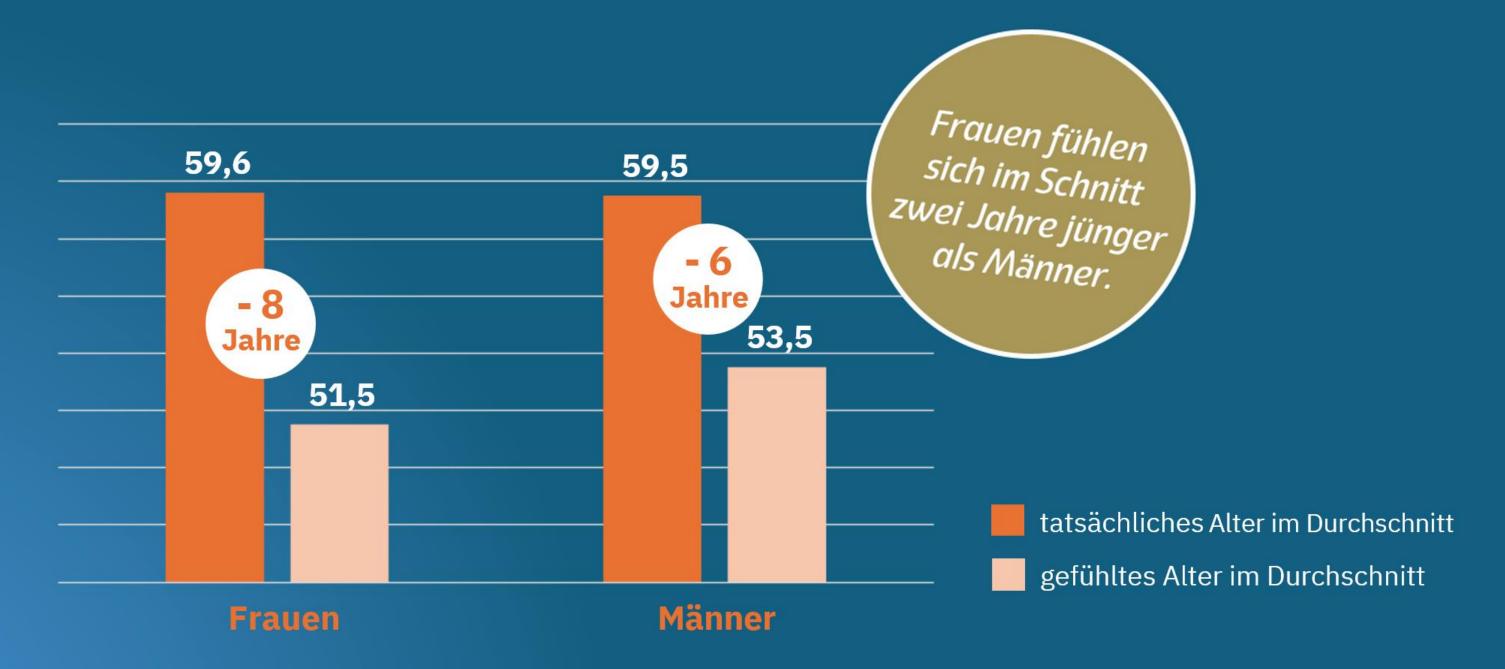


Die Generation 50+ ist neidisch auf die Jugend.



60 ist das neue 50!

Die Generation 50+ fühlt sich (deutlich) jünger als ihr biologisches Alter.



Quelle: Die große Witt-Studie: So liebt und lebt die Generation 50+ in Deutschland. Eine Studie der Witt-Gruppe, durchgeführt durch das rheingold Institut (2024). n= 1.061.



Jugendwahn ade!

Die Mehrheit der Generation 50+ kann sich keine Schönheits-Korrektur vorstellen und steht zu ihren Fältchen.

12 % hatten noch keinen Eingriff, könnten sich dies aber vorstellen.



Lediglich 5% hatten bereits einen Schönheits-Eingriff.



Worin manifestiert sich "Altsein"?

Nur für wenige der Generation 50+ bestimmt der Eintritt in den Ruhestand, ob man alt ist.

74 % machen "Altsein" vor allem am Verlust von Autonomie und starken körperlichen Einschränkungen fest.



Die Generation 50+ emanzipiert sich vom Altsein

²⁹ Wir sind nicht

^{??} Ich bin nicht alt, ich bin noch der Alte.

altbacken.

- ²² Alt sind die anderen.
- ?? Ich freue mich auf das, was kommt.

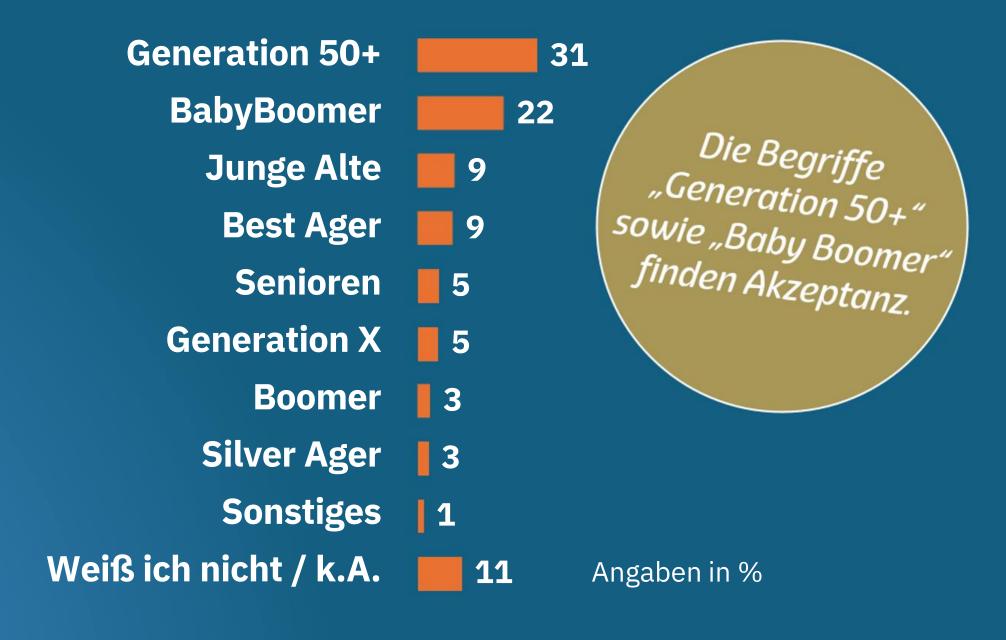




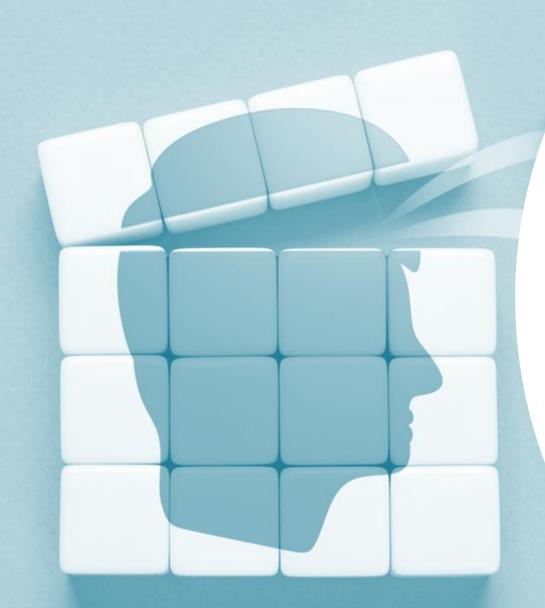
- ⁹⁹ Alter ist eine Frage der Einstellung.
 - ^{??} Senior ist ein Schimpfwort.
 - ⁹⁹ Ich fühle mich jung.
 - Wir sind eine geile Generation.
 - ^{??} Alter ist nur eine Zahl.

Silver Ager? Nein, danke.

Mit welchen Begriffen identifiziert sich die Generation 50+?



Quelle: Die große Witt-Studie: So liebt und lebt die Generation 50+ in Deutschland. Eine Studie der Witt-Gruppe, durchgeführt durch das rheingold Institut (2024). n= 1.061.



Über 50 ist man dankbar, überhaupt einen Partner zu haben.



Gemeinsam glücklich!

Zwei Drittel der Generation 50+ lebt aktuell in einer Paarbeziehung. Ihre Partnerschaft bezeichnen ...

63% als Liebesbeziehung

4%
als reine
Zweckbeziehung



... 25% bezeichnen ihre Beziehung als Mischung aus Liebes- und Zweckbeziehung ; Sonstige: 5 % ; Keine Angabe: 2 %

Einsamkeit ist nicht das bestimmende Thema

Jeder Vierte der Generation 50+ fühlt sich manchmal isoliert oder wünscht sich mehr Freunde.

Mit Eintritt in den Ruhestand steigt die Zahl leicht an.





Neue Beziehung? Nein, danke.

31 % der Generation 50+ sind aktuell Single.

57%
der weiblichen
Singles

46% der männlichen Singles



... wünschen sich keine Partnerschaft mehr.



Die Generation 50+
ist unbeweglich
und hält an alten
Mustern fest.



Welche Beziehungstypen lassen sich bei der Generation 50+ identifizieren?



Die Neustarter "Second Lifers"



Die Bewahrer "Loyalty Maintainers"



Die ewig Jungen Generation "Youth Repeater" "Jetzt Ich!"



Die Minimierer "Flatliner"



Die Unverbindlichen "Situationshipper"



Die Halt-Suchenden "Safety Cravers"

It's a match: Radio punktet bei der Generation 50+...

- ...weil es sich im Vergleich zu anderen Medien nicht aufdrängt (z.B. ein Handy klingelt ständig, will was von mir)
- weil es nicht so ansaugt (z.B. mit Netflix vernichtet man viel Zeit)
- ...weil es nicht so viel Energie raubt (Internet fordert ständig Entscheidungen)
- ... weil man sich nicht darin verliert wie in Social Media (z.B. in Insta Reels)
- ...weil es anschmiegsam überall hin folgt, gerne auch nebenbei





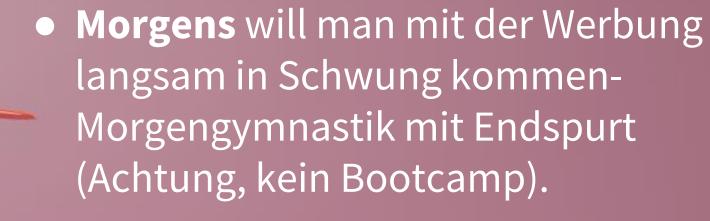
- Psychologie des Radio-Hörens:
- Ausgeprägte emotionale Bindung zum Radio
- Auf Knopfdruck in andere Verfassungen kommen

Hörfunkspots unterlaufen eher ,kontrollierende' Regulationen, sie wirken stärker unbewusst!

sachem.







- Während der Autofahrt ist man stillgelegt und kann noch einmal in eine träumerische Verfassung zurückgleiten
- Während der Arbeit
 - a) Stärkung zum Durchhalten
 - b) Freizeit-Planung
- Zum Feierabend darf man sich etwas gönnen, jetzt ist Werbung interessant, die Genussmomente betont











Was Sie mitnehmen können...



- Die Menschen 50+ achten sehr auf ihre Freiräume und Bedürfnisse sind aber treu, wenn es für sie "passt"
- Sie rennen nicht mehr jedem Trend oder gar der Jugend hinterher, wollen aber auf keinen Fall als alt gelten
- Sie wollen ihr Leben in vollen Zügen genießen und wenig Kompromisse machen sie wandeln und entwickeln sich weiter und fühlen sich quicklebendig

Ich investiere nur noch in Erlebnisse. W, 59

> Ich bin immer noch ein wenig in der Pubertät! – W, 65.

Was andere denken ist mir nicht mehr wichtig, ich habe meine eigenen Prioritäten. M, 67



Ihr rheingold Kontakt



Ismene Poulakos

T 0221-912 777-44 poulakos@rheingold-online.de

