



BAHNHOF
ALTSTETTEN
KREIS 11

wize.life-Umfrage „Werbung 50+“ 2018

wize.life



Werbung und ältere Zielgruppen

Fast die Hälfte der deutschen Bevölkerung ist 50+. Knapp 2/3 der Kaufkraft sind dort verankert. Rund 80% des zukünftigen Wachstums der Konsumausgaben wird von diesen älteren Generationen generiert. Die Ergebnisse dieser Umfrage in der wize.life Community zeigen auf,

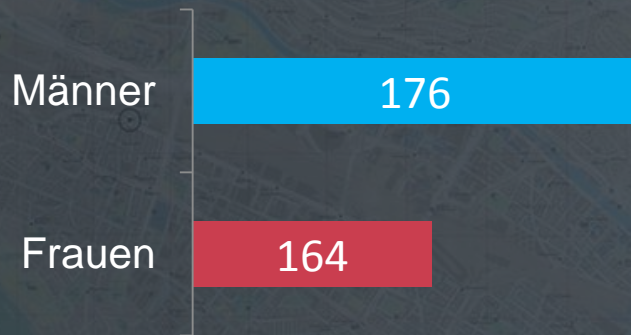
- wie sich die Mediennutzung verlagert und verändert hat durch Internet,
- dass sich die Werte in der 2. Lebenshälfte deutlich verändern,
- wie es der Werbung gelingt, diese Werte und Einstellungen zu adressieren;
- welche Eigenschaften Werbung aus Sicht der Befragten haben sollte,
- worauf die Befragten Ü50 beim Kauf von Produkten besonders achten.

Lesen Sie auf den folgenden Seiten die Ergebnisse in Detail.

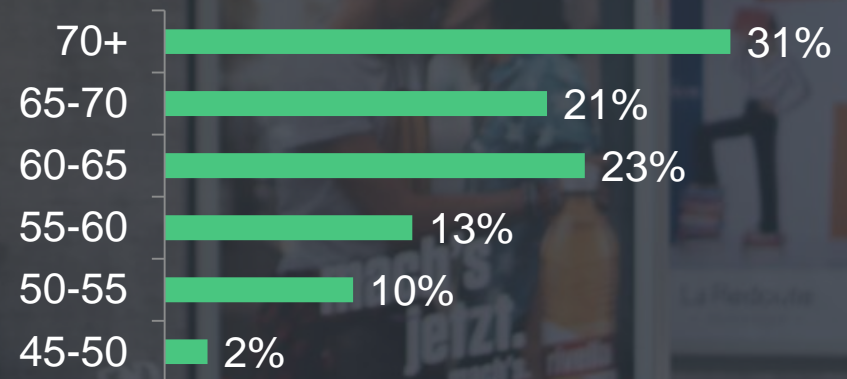
Angaben zu den Teilnehmern



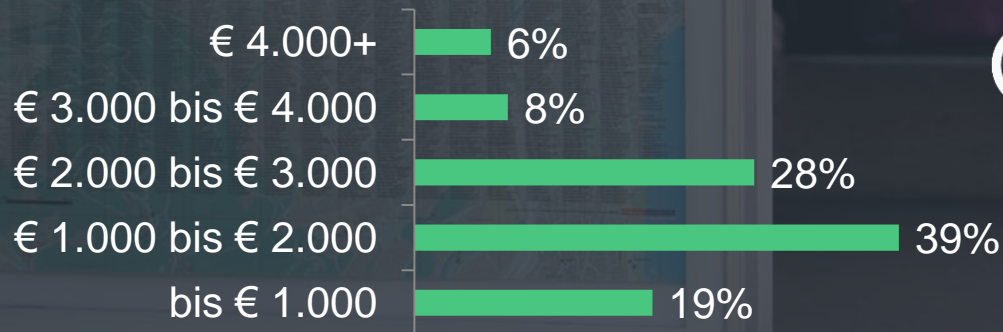
343 Teilnehmer, davon



Alter



Persönliches Netto-Einkommen

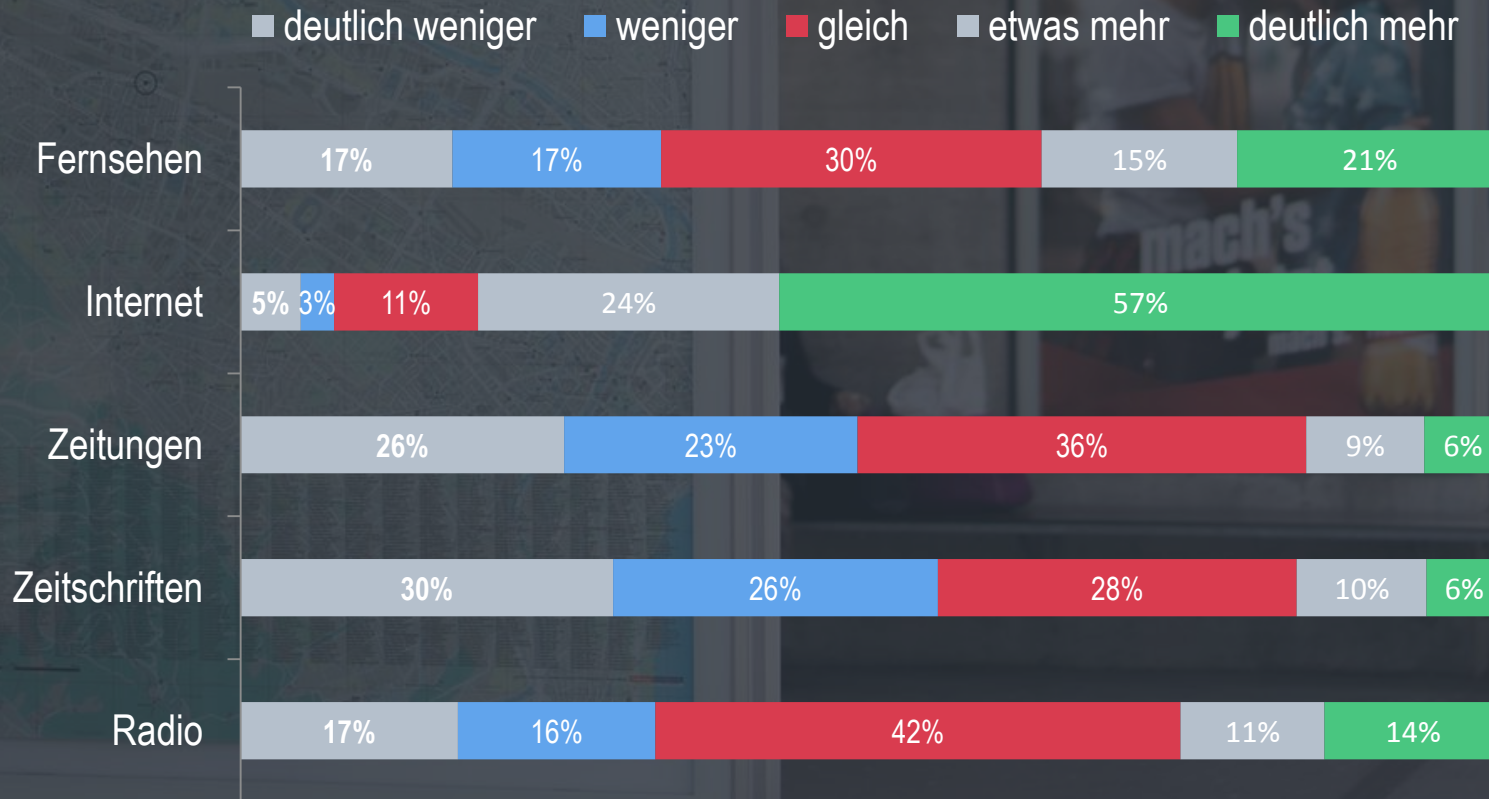


Laufzeit der Kampagne

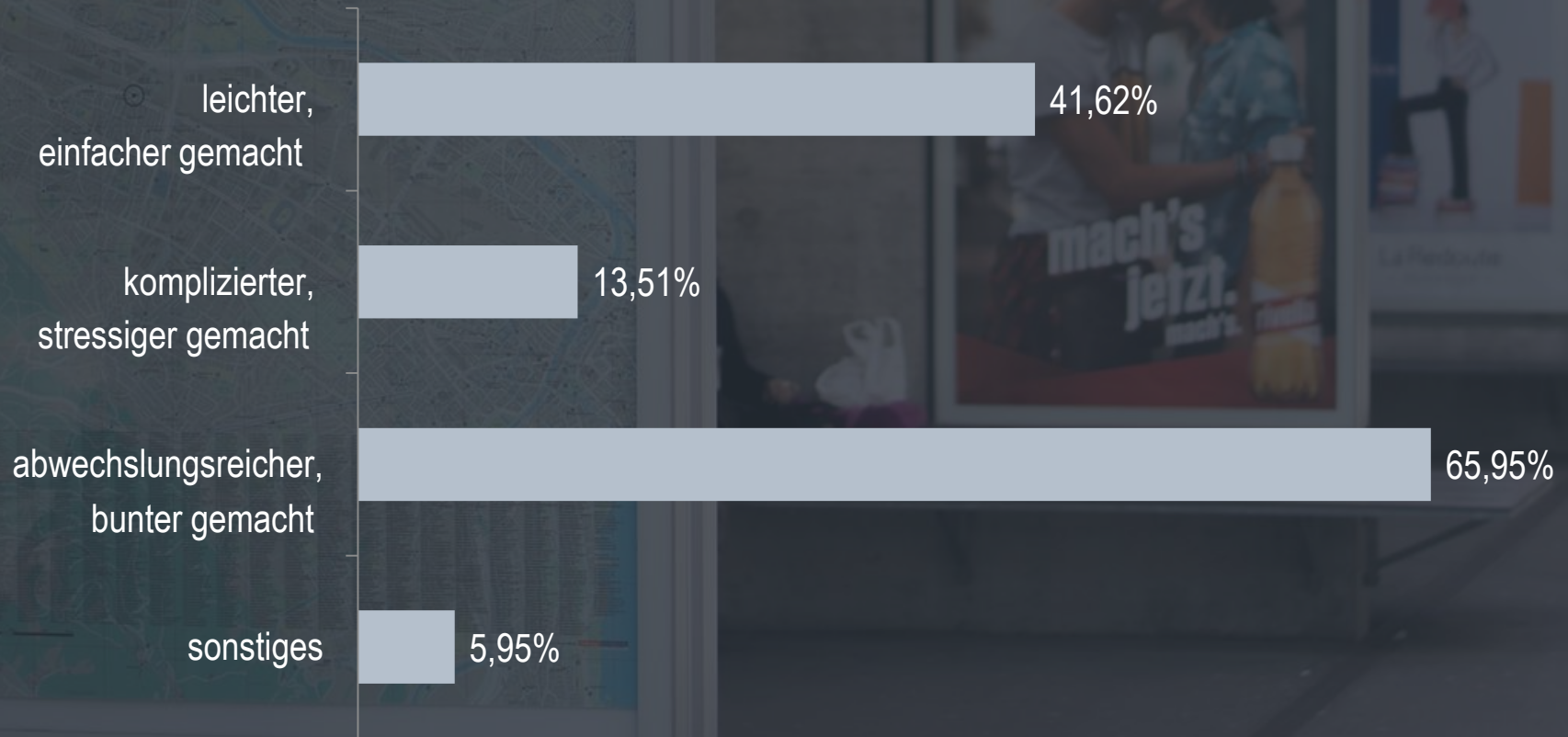
27.11. – 08.01.2019

Wie hat sich Ihre Mediennutzung in den letzten Jahren verändert?

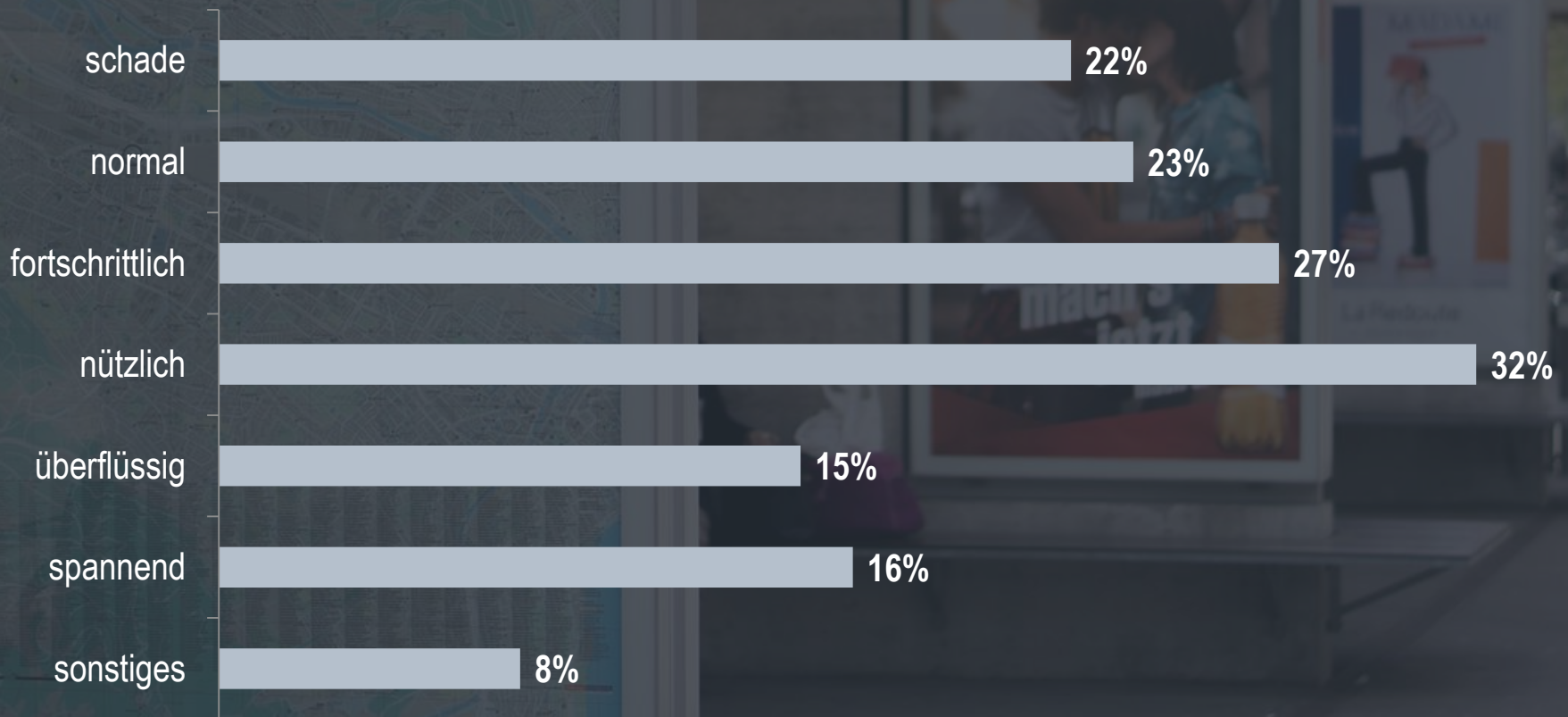
Medien werden wie folgt genutzt:



Das Internet hat mein Leben...

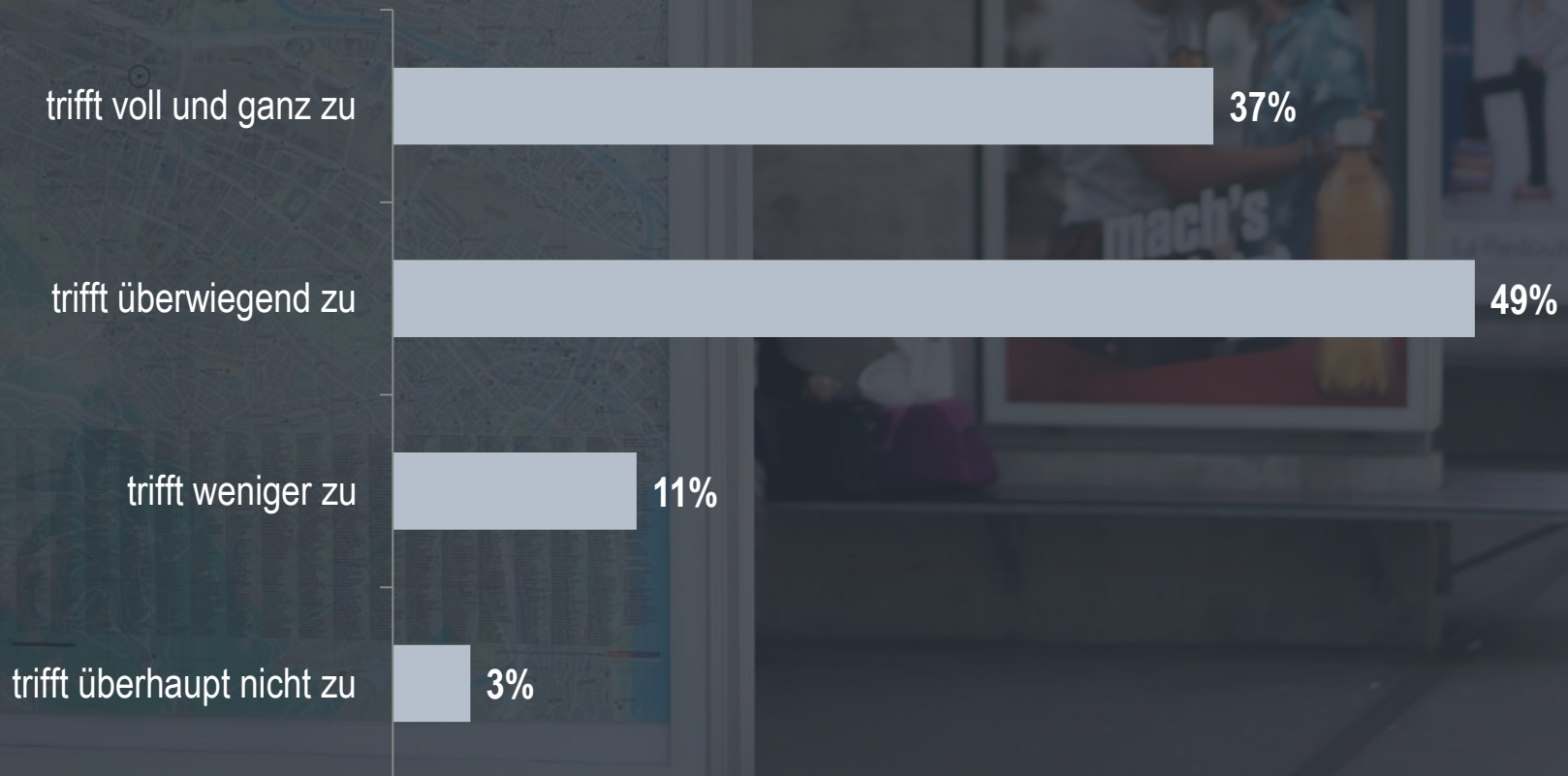


Dass immer mehr Bereiche unseres Lebens digitalisiert werden, finde ich...



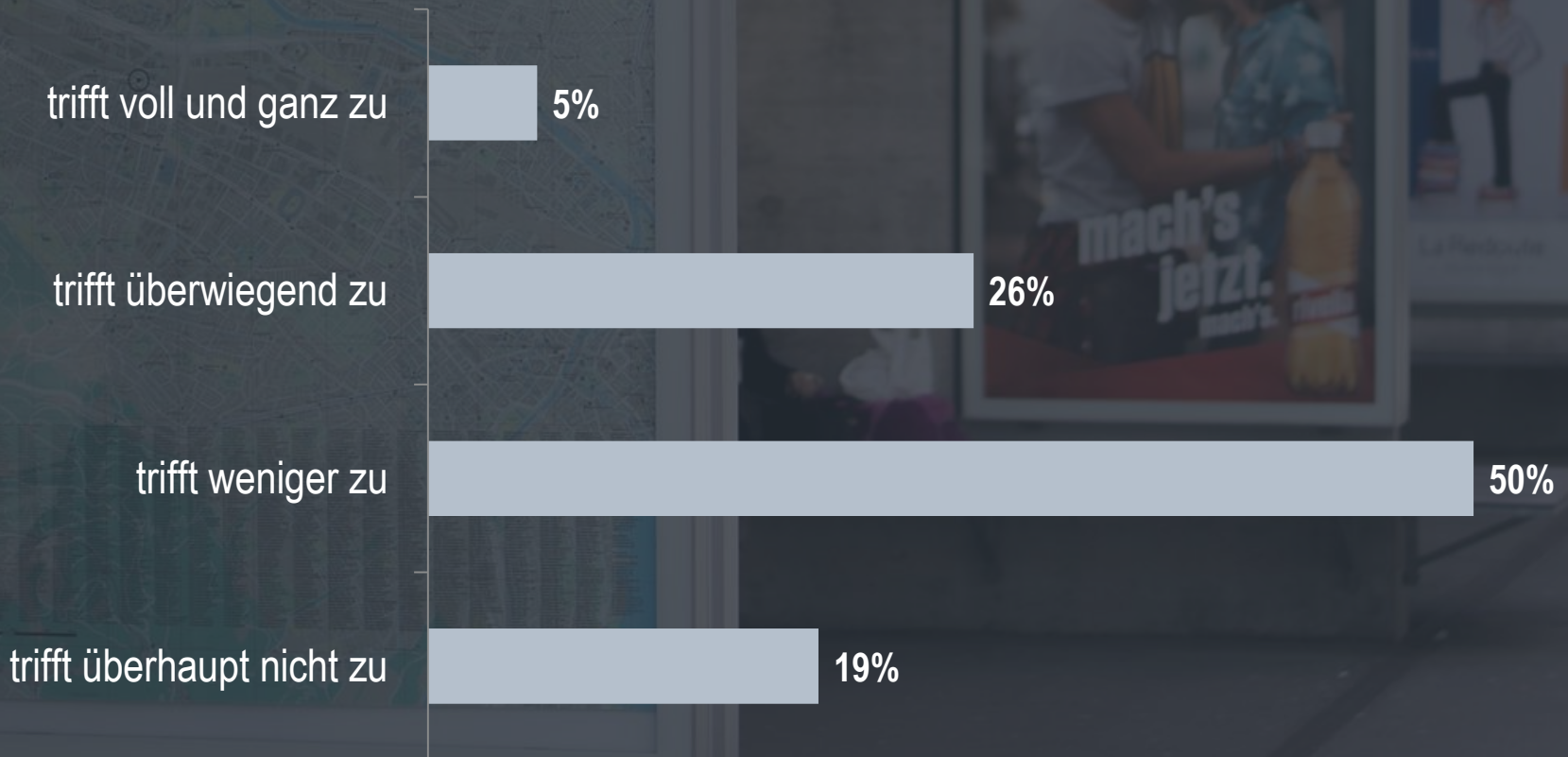
Werte und Einstellungen ändern sich in der zweiten Lebenshälfte.

Heute sind für mich andere Dinge wichtig als noch vor 20, 30 Jahren.



Wir Menschen 50+ sind bald die Mehrheit im Land.

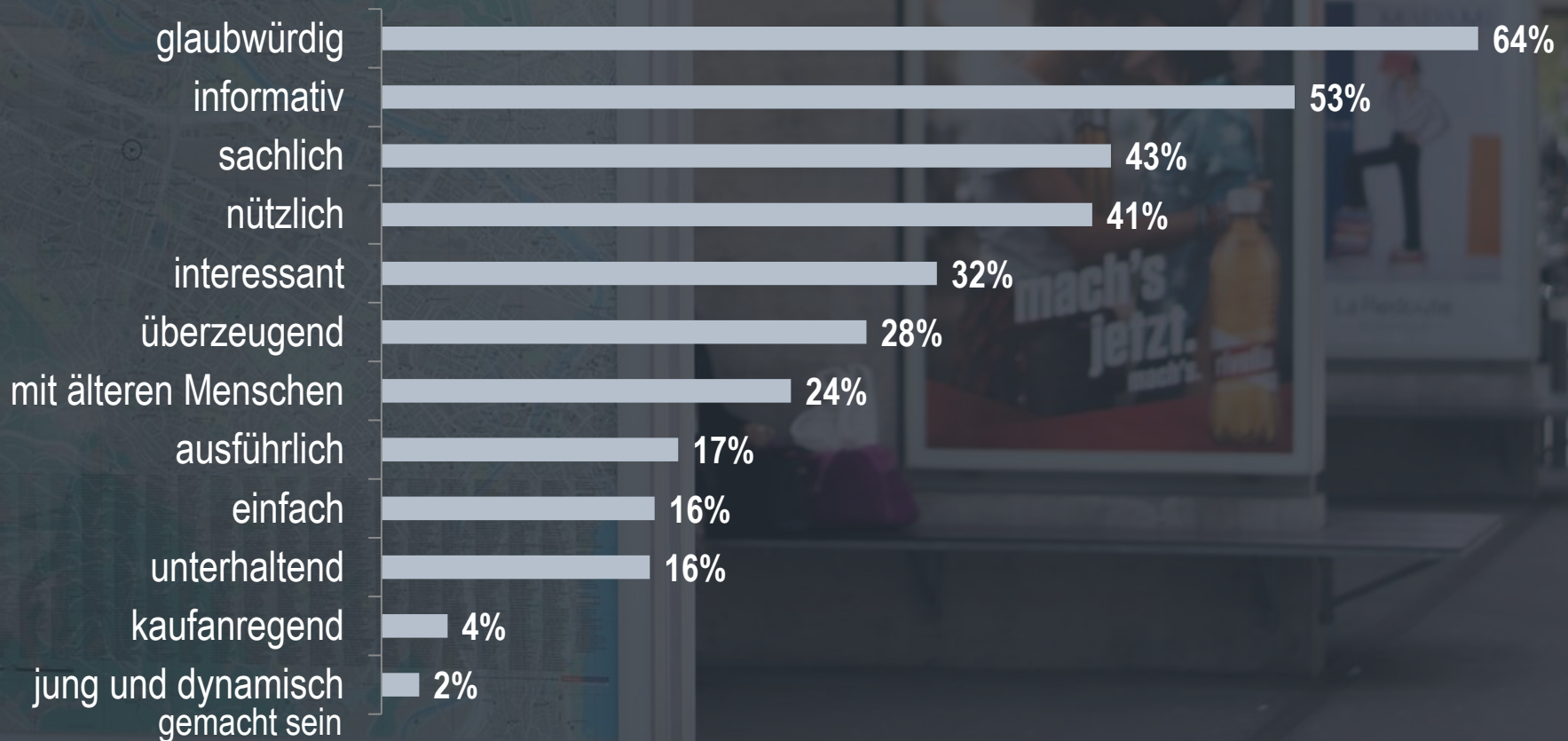
Die Werbung hat dies erkannt und geht darauf ein.



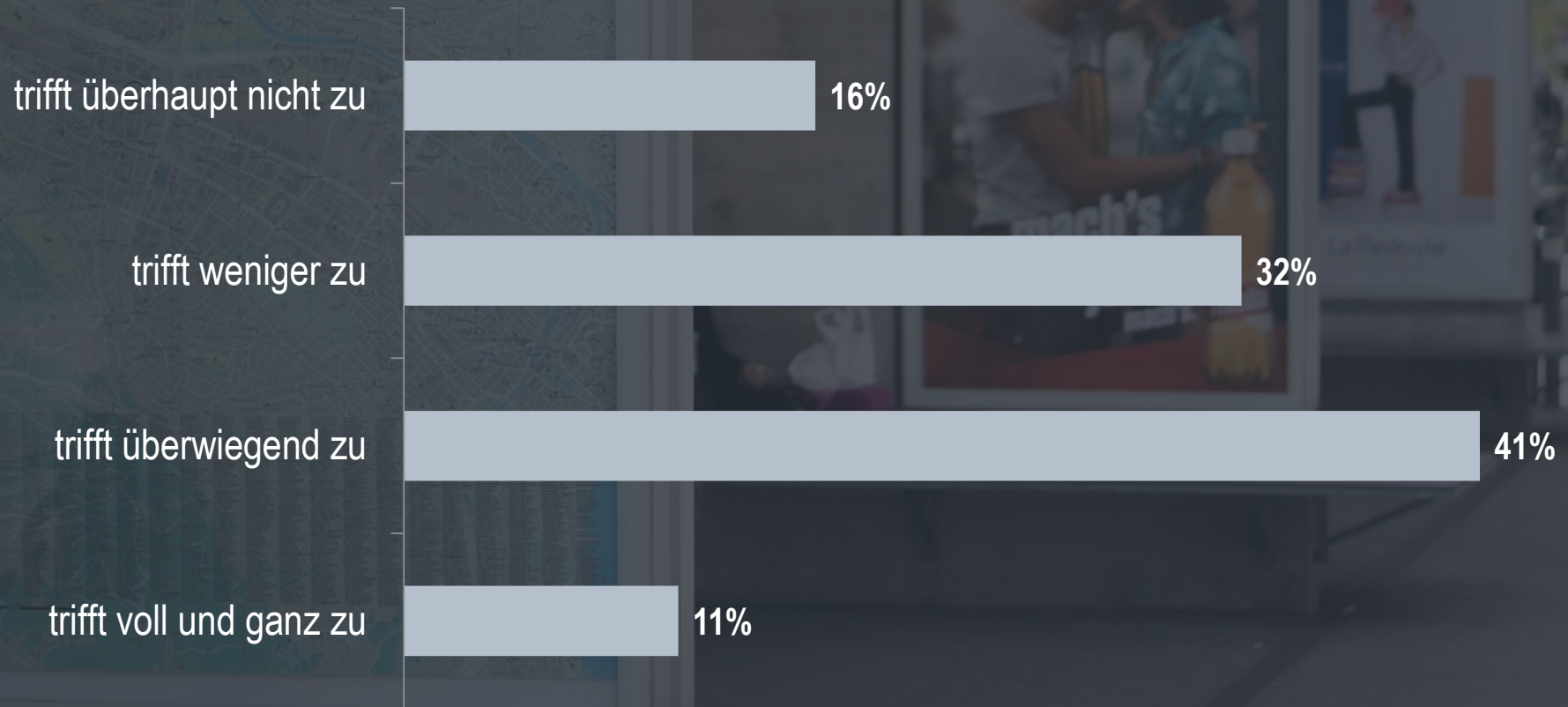
Vom Großteil der Werbung, die mich heutzutage erreicht, fühle ich mich...



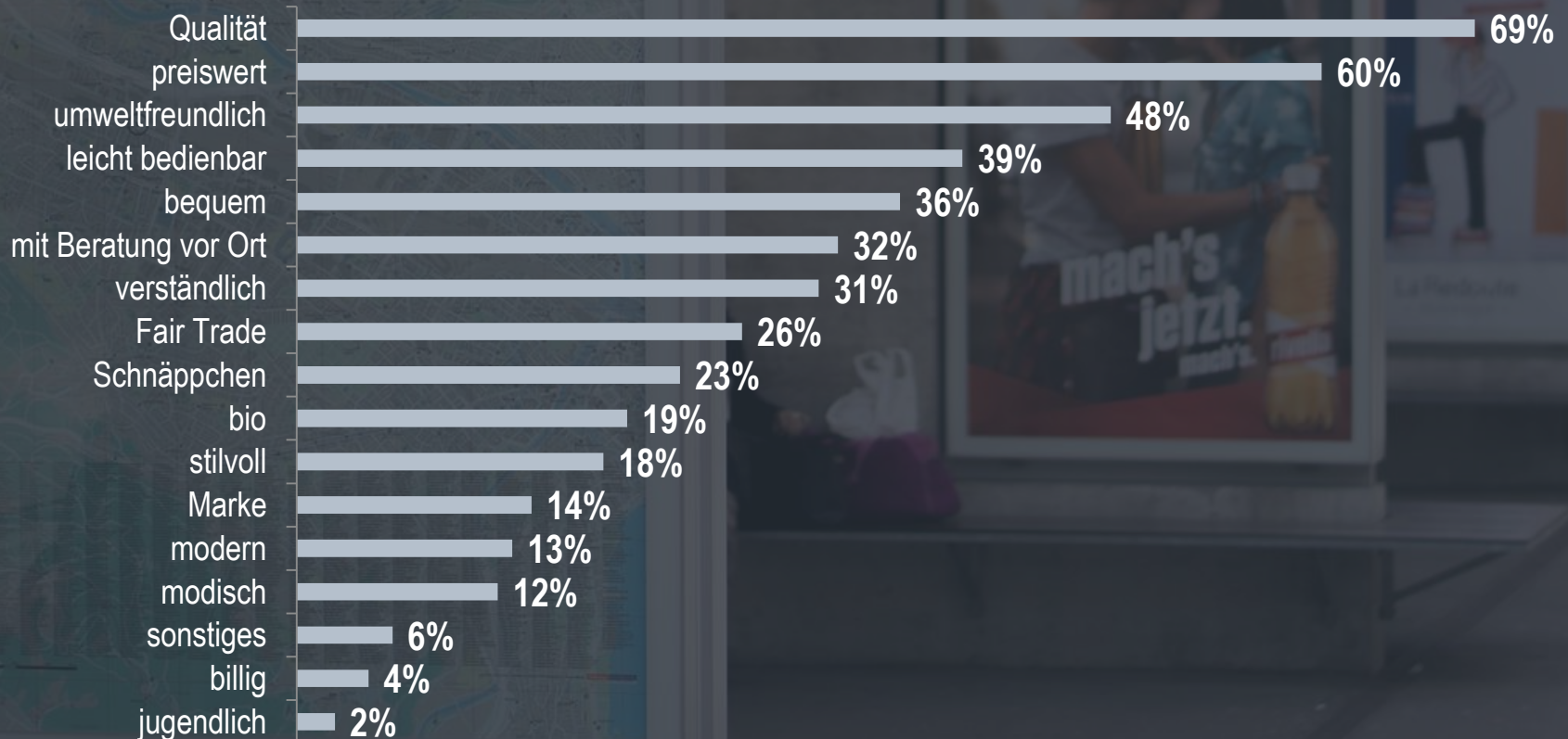
Werbung für Menschen in der zweiten Lebenshälfte sollte vor allem sein:



Wenn mich im Internet etwas interessiert, lese ich das - auch wenn es Werbung ist.



Auf welche Eigenschaften achten Sie beim Einkauf besonders?



Fazit

Die aktuelle wize.life Umfrage zeigt auf, dass

- auch die Generationen 50plus deutlich mehr Zeit für das Medium Online widmen,
- in der zweiten Lebenshälfte andere Dinge wichtiger sind als in jungen Jahren,
- Werbung, Werte und Erwartungen dieser Lebensphase nicht richtig adressiert werden,
- wo und wie Ansatzpunkte wären, um dies zu korrigieren.

Die Umfrage spiegelt die Ergebnisse großer Marktmediastudien wider und liefert zudem neue und aktuelle Einsichten vor allem zur Bewertung von Werbung.

Ansprechpartner

Thomas Bily

CSO

t.billy@wize.life

Tel.: +49 89 81 89 684-11

wize.life