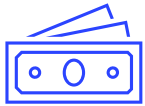


Pulse-Check Generation 50+:

Zeit für ein neues Altersbild – auch im Marketing



Wirtschaftlich stark: 89 Prozent der 50- bis 69-Jährigen sehen sich als bedeutenden Wirtschaftsfaktor, 76 Prozent als finanzstark, 72 Prozent als konsumfreudig.



Generationen ähneln sich im Alltag: Von Technikaffinität über Bewegungsfreude bis Lebensgenuss – zwischen den Lebenswelten der Ü50 und den Jüngeren gibt es nicht viele Unterschiede.



Klarer Appell an Marketer: 89 Prozent fordern realistischere Darstellungen und 70 Prozent wünschen sich mehr Sichtbarkeit in Medien und Werbung.



Quelle: Score Media Pulse-Check 2025 Generation 50+

Repräsentative Online-Befragung, Befragungszeitraum: 07.05.2025 - 14.05.2025; Zielgruppe: Erwachsene 18-69 Jahre

Stichprobe: n=517, 50-69 Jahre n=260, Annalect, Trend Research

Bild: Pexels