



Pulse-Check Generation 50+

Zeit für ein neues Altersbild – klarer Auftrag an Marketer

Juni 2025

Studiensteckbrief

Methode	Repräsentative Online-Befragung
Befragungszeitraum	07.05.2025 - 14.05.2025
Zielgruppe	Onliner, 18-69 Jahre, davon 18-49 Jahre n=257 50-69 Jahre n=260
Stichprobe	n=517
Dienstleister	Annalect, Trend Research



A photograph of three elderly women celebrating a birthday. They are all wearing party hats and holding small, colorful, polka-dotted paper cups to their mouths as if drinking. The woman on the left is wearing a white dress and a blue party hat with yellow polka dots. The woman in the middle is wearing a white blouse and a blue party hat with yellow polka dots. The woman on the right is wearing a patterned jacket and a green party hat with red polka dots. In the background, there are large, gold, heart-shaped balloons. The setting appears to be indoors with a wooden wall and a wooden table in the background.

60% der 50-69-Jährigen
fühlen sich jünger als sie sind...

Quelle: Score Media Pulse-Check Generation 50+

Frage: Wie alt fühlen Sie sich persönlich im Vergleich zu Ihrem tatsächlichen Alter?

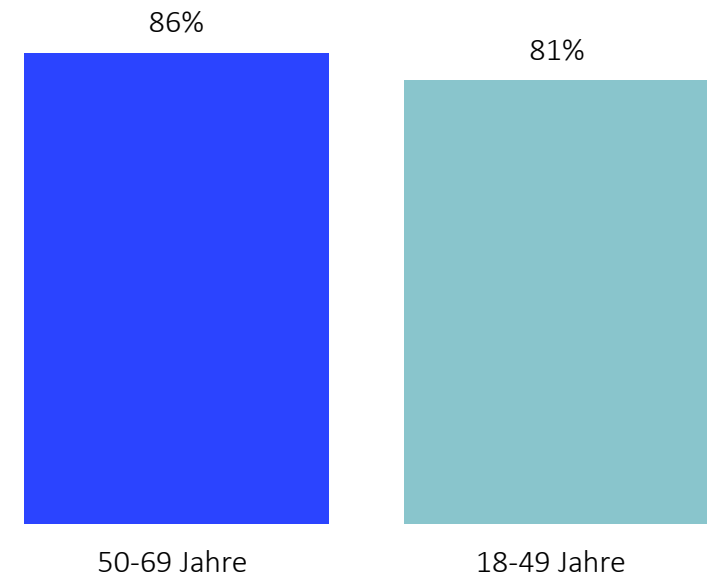
Top2-Wert: „deutlich jünger“ oder „etwas jünger“

Basis: 50-69 Jahre n=260

Bild: Pexels

... und werden auch als jünger und aktiver wahrgenommen

Vergleich Generation 50+ früher und heute



Quelle: Score Media Pulse-Check Generation 50+

Frage: Wie sehr stimmen Sie der folgenden Aussage zu? Menschen in ihren 50ern oder 60ern gelten heute als jünger und aktiver als Menschen in ihren 50ern oder 60ern vor 20 Jahren.

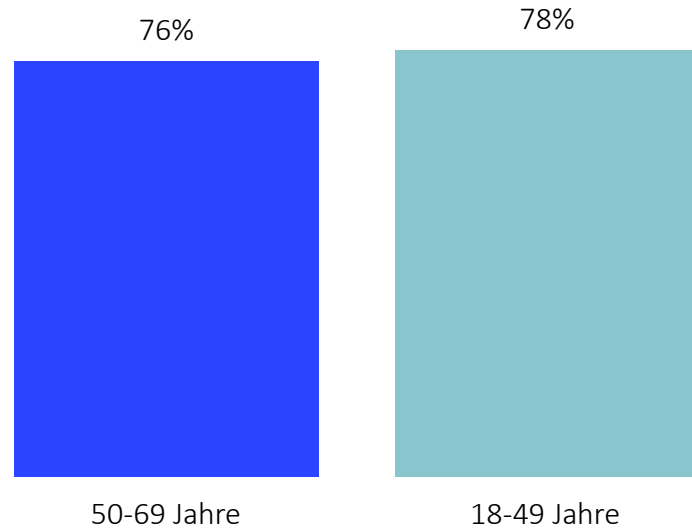
Top2-Wert: „stimme voll und ganz zu“ oder „stimme eher zu“

Basis: 18-49 Jahre n=257, 50-69 Jahre n=260

Bild: Pexels

Alle wissen um die ökonomische Bedeutung der Gen50+

Wirtschaftlicher Einfluss der Generation 50+



Quelle: Score Media Pulse-Check Generation 50+

Frage: Wie stark schätzen Sie den wirtschaftlichen Einfluss der Generation 50+ (Personen, die älter als 50 Jahre sind) in Deutschland ein?

Top2-Wert: „sehr hoch“ oder „eher hoch“

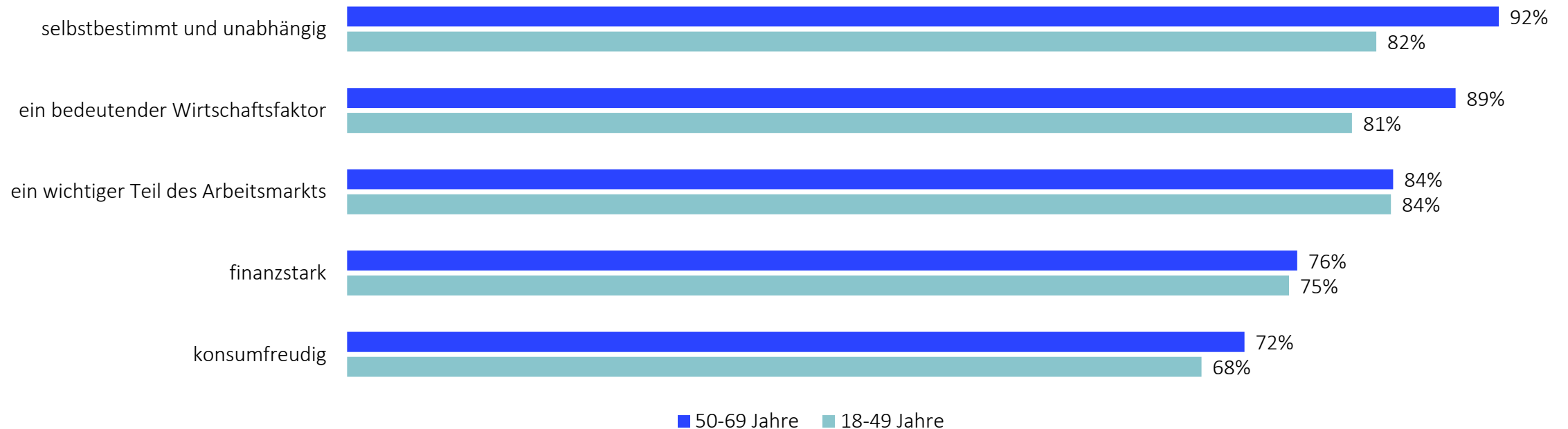
Basis: 18-49 Jahre n=257, 50-69 Jahre n=260

Bild: Unsplash



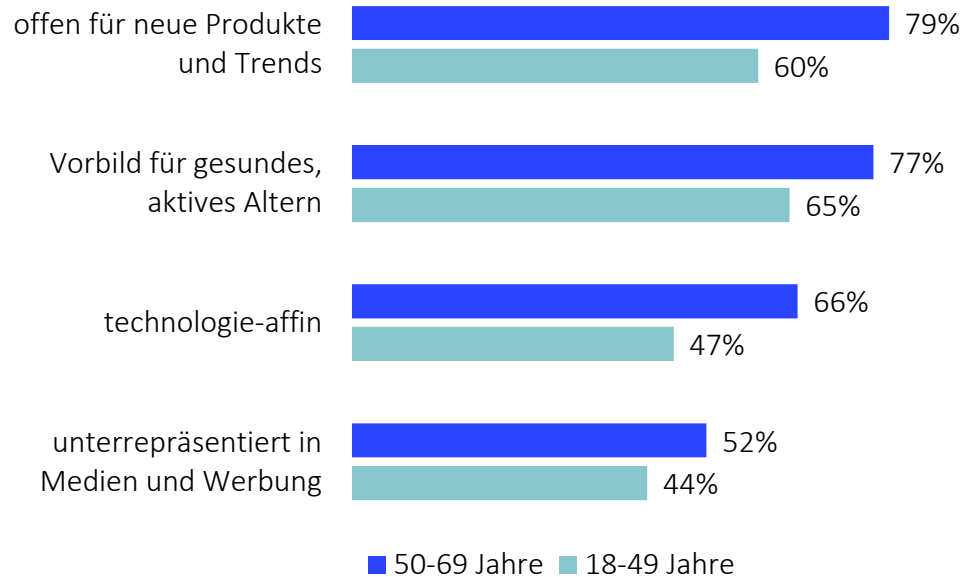
Die 50-69-Jährigen sind selbstbestimmt und finanzstark

Die Generation 50+ ist heute... (1/2)



...und offen für neue Produkte und Trends

Die Generation 50+ ist heute... (2/2)

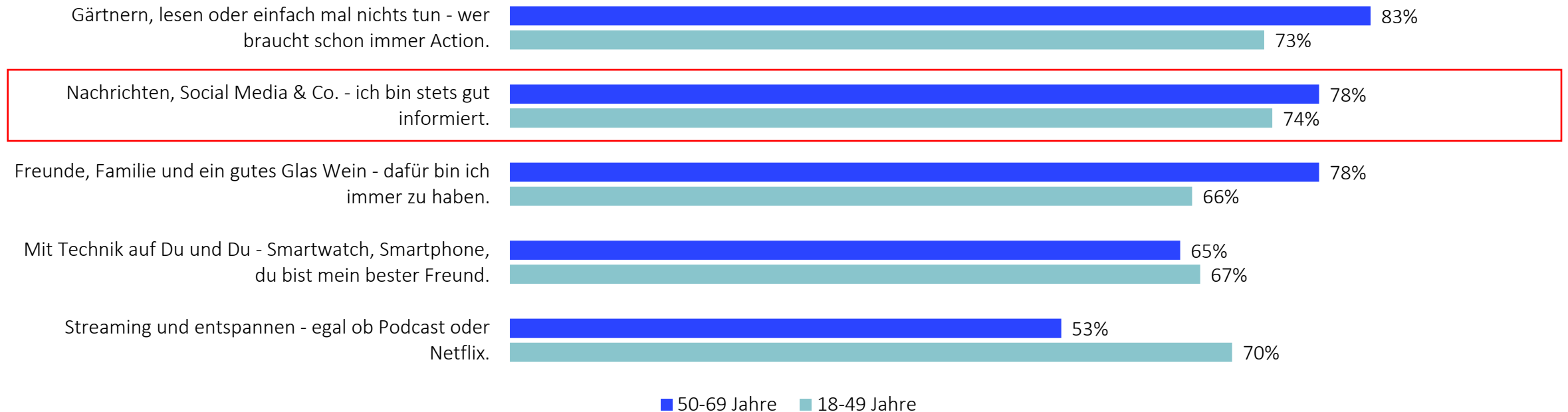


Quelle: Score Media Pulse-Check Generation 50+
Frage: Die Generation 50+ ist heute... (Top-2-Box auf 4er-Skala)
Basis: 18-49 Jahre n=257, 50-69 Jahre n=260
Bild: Chat GPT



Kaum Unterschiede in den Generationen bei Informationslevel und Technikaffinität

Aussagen zum Alltag (1/2)



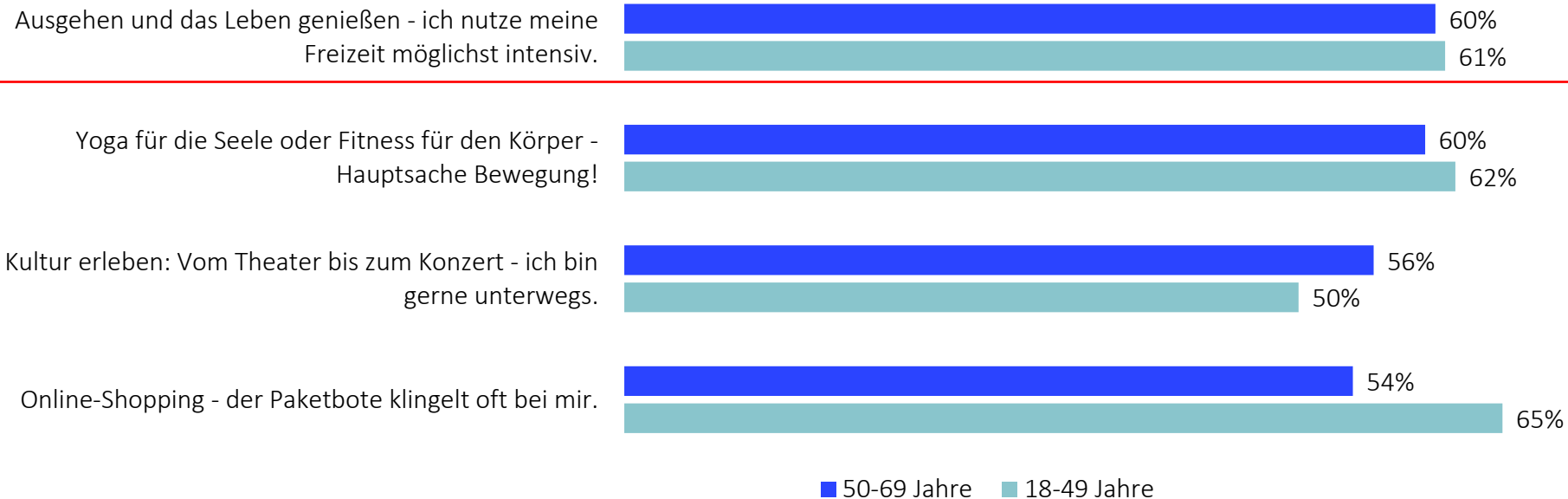
Quelle: Score Media Pulse-Check Generation 50+

Frage: Wie sehr spiegeln die folgenden Aussagen Ihren Alltag wider? (Top-2-Box auf 4er-Skala)

Basis: 18-49 Jahre n=257, 50-69 Jahre n=260

Ausgehen und das Leben genießen ist für beide Generationen gleichermaßen wichtig

Aussagen zum Alltag (2/2)



Quelle: Score Media Pulse-Check Generation 50+

Frage: Wie sehr spiegeln die folgenden Aussagen Ihren Alltag wider? (Top-2-Box auf 4er-Skala)

Basis: 18-49 Jahre n=257, 50-69 Jahre n=260

89% der 50-69-Jährigen wünschen sich weniger
Schubladendenken ,jung‘ vs. ,alt‘



Quelle: Score Media Pulse-Check Generation 50+

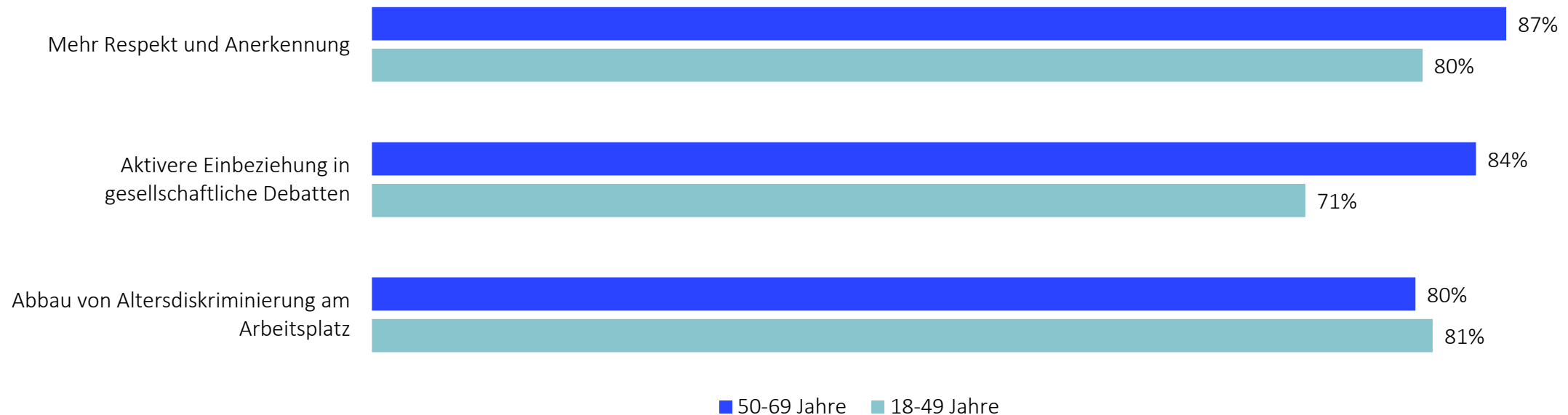
Frage: Was wünschen Sie sich für das Bild der Generation 50+ in der Gesellschaft (Top-2-Box auf 4er-Skala)

Basis: 50-69 Jahre n=260

Bild: Pexels

Auch mehr Respekt, Anerkennung und Einbeziehung sind gefordert

Bild der Generation 50+ in der Gesellschaft



Quelle: Score Media Pulse-Check Generation 50+

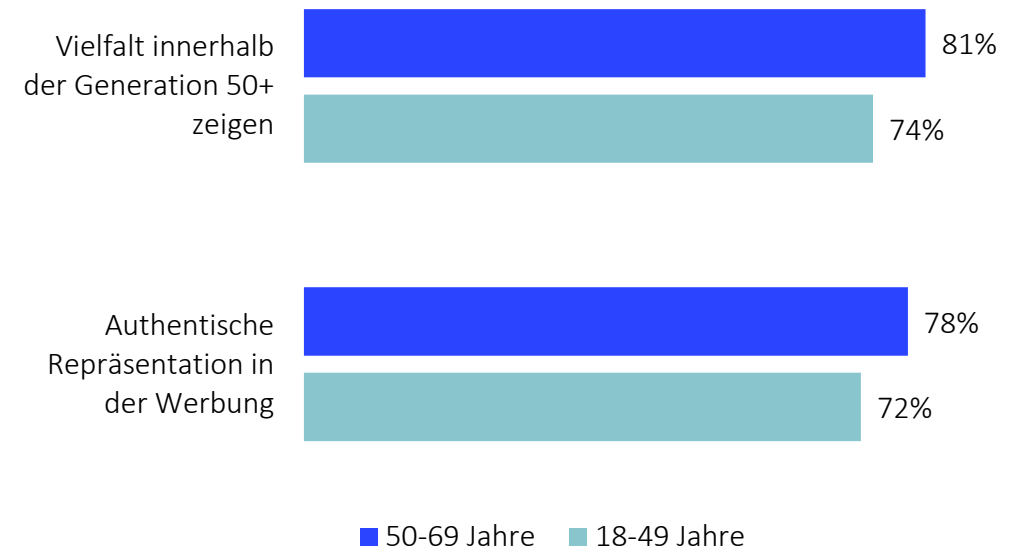
Frage: Was wünschen Sie sich für das Bild der Generation 50+ in der Gesellschaft (Top-2-Box auf 4er-Skala)

Basis: 18-49 Jahre n=257, 50-69 Jahre n=260



Wir brauchen ein neues Altersbild in der Werbung!

Bild der Generation 50+ in den Medien



Quelle: Score Media Pulse-Check Generation 50+

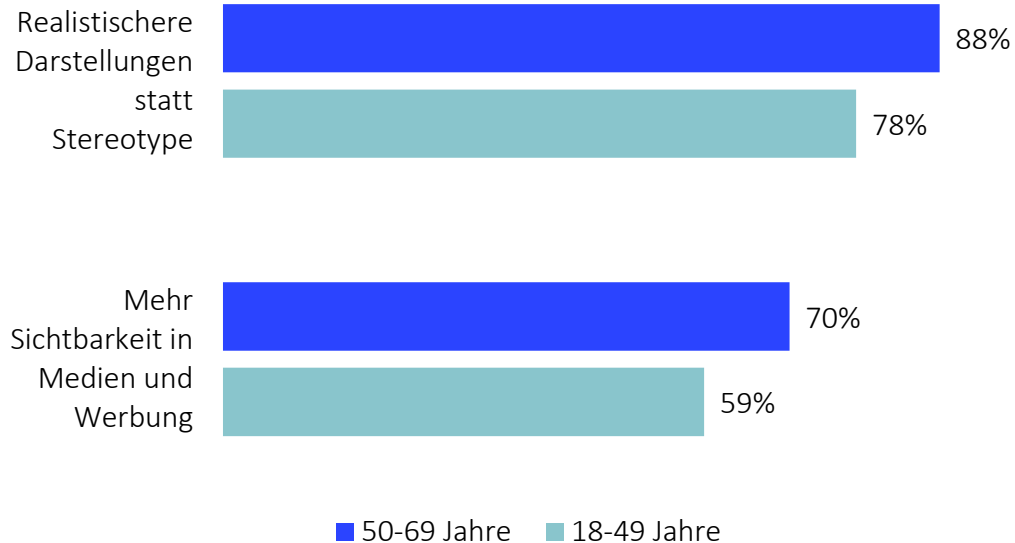
Frage: Was wünschen Sie sich für das Bild der Generation 50+ in den Medien (Top-2-Box auf 4er-Skala)

Basis: 18-49 Jahre n=257, 50-69 Jahre n=260

Bild: Pexels

Klarer Appell an Marketer: Mehr Realismus & mehr Sichtbarkeit

Bild der Generation 50+ in den Medien



Quelle: Score Media Pulse-Check Generation 50+

Frage: Was wünschen Sie sich für das Bild der Generation 50+ in den Medien (Top-2-Box auf 4er-Skala)

Basis: 18-49 Jahre n=257, 50-69 Jahre n=260

Bild: Pexels





Gen 50+: Jung im Mindset, stark im Markt

- / **Jünger als ihr Alter:** Chronologisches Alter und Lebensgefühl liegen auseinander. Rund 60% der 50- bis 69-Jährigen fühlen sich jünger als sie sind.
- / **Einstige „Best Ager“ Schublade passt nicht mehr:** 85% aller Befragten sehen Menschen 50+ heute als jünger und aktiver als noch vor 20 Jahren.
- / **Wirtschaftlich stark und kaufkräftig:** Mit 89% empfinden sich die 50- bis 69-Jährigen als relevanten Wirtschaftsfaktor, 76% als finanzstark und 72% als konsumfreudig.
- / **Offen für Neues – bereit für Wandel:** 79% der über 50-Jährigen beschreiben sich als offen für neue Produkte und Trends.
- / **Alltag mit den Jüngeren auf Augenhöhe:** Ob Technik, Bewegung oder Lebenswelten – der Alltag der Generation 50+ unterscheidet sich kaum von den jüngeren Zielgruppen.
- / **Klarer Appell:** 89 Prozent fordern realistischere Darstellungen und 70 Prozent wünschen sich mehr Sichtbarkeit in Medien und Werbung.

Sie haben Lust, die Gen50+ neu zu denken?
Schreiben Sie uns! sales@score-media.de

info@score-media.de
www.score-media.de

Mit Kenntnis dieser Unterlagen bestätige ich die Score Media-AGB sowie die Datenschutzerklärung:
Unsere AGB score-media.de/agb
Datenschutzerklärung score-media.de/datenschutzerklaerung

