



Redaktion Werbemonitor

## 60 ist das neue 50

*Der „Golden Ager Report“ von Marketagent.com räumt mit Klischees auf, die man Menschen ab einem gewissen Alter schnell einmal zuspricht. Die Klassiker sind Geiz, Gebrechlichkeit oder die Verherrlichung der guten alten Zeit. Die Ergebnisse der Befragung zeigen ein anderes Bild.*

Österreichs „Best Ager“ fühlen sich im Schnitt zehn Jahre jünger, stehen mitten im Leben und gehören längst noch nicht zum alten Eisen. Also scheint 60 tatsächlich das neue 50 zu sein. Marketagent.com befragte in seinem groß angelegten „Golden Ager Report“ mehr als 1.500 Personen im besten Alter von 50 bis 79 Jahren. Die Über-50-Jährigen von heute sind modebewusst, fit, erfahrungshungrig und noch längst nicht auf dem Abstellgleis anzusiedeln. Im Gegenteil! Drei Viertel (76 Prozent) der befragten 50- bis 79-Jährigen fühlen sich mitten im Leben. „Alt“ scheint man übrigens frühestens ab 70 zu sein, für die Über-60-Jährigen beginnt das Alter gar erst ab 75 Jahren. Das zeigt zudem die Lebenserwartung in Österreich: Sie liegt für Männer aktuell bei 79 Jahren, Frauen können sogar auf fast fünf Jahre mehr hoffen. Das Wunschalter beziffern beide Geschlechter in der Umfrage im Mittel mit 90 Jahren.

### Leben in vollen Zügen genießen

Besonders die „Silver Ager“ im besten Pensionsalter von 60 bis 69 Jahren scheinen ihr Leben in vollen Zügen zu genießen. Sie fühlen sich insgesamt am fittesten und klagen weniger über Beschwerden als die jüngeren bzw. älteren Befragten. Während die 50- bis 59-Jährigen vielfach noch im Berufsleben stehen und verstärkt über Stress und Erschöpfung klagen, zwickt und zwackt es bei den 70- bis 79-Jährigen körperlich bereits mehr. Die 60- bis 69-Jährigen dagegen haben die Rush Hour des Lebens hinter sich, die Kinder sind aus dem Haus und von einem Pensionsschock sind sie weit entfernt.

Darüber hinaus bietet die finanzielle Situation der Generation 50+ die besten Voraussetzungen, um es sich gut gehen zu lassen. Jeder dritte Best Ager schätzt seine Finanzen als überdurchschnittlich gut ein (33 Prozent), nur jeder Vierte hat weniger Geld als der Durchschnitt zur Verfügung (26 Prozent). Und diese finanzielle Freiheit genießen die Golden Ager in vollen Zügen (65 Prozent). Sie gönnen sich jetzt mehr (49 Prozent) und leisten sich Dinge, für die früher kein Geld vorhanden war (47 Prozent). Dabei denken sie aber nicht nur an sich, sondern greifen auch gerne Angehörigen unter die Arme (62 Prozent).

Aber alles ist doch nicht so rosig, was beim Blick auf die Unterschiede zwischen den Geschlechtern deutlich wird. Vor allem Frauen im Alter sind gefährdet, von Armut betroffen zu sein (Männer: 22 Prozent, Frauen: 31 Prozent). Jede zweite Befragte muss daher darauf achten, mit ihrem Geld über die Runden zu kommen (54 Prozent) bzw. befürchtet, dass sie im Alter den Gürtel enger schnallen muss (50 Prozent).

### Generationen-Gap?

Der Jugend von heute wird vorgeworfen, dass ihre Wertvorstellungen nicht mit denen der älteren Generation übereinstimmen. Auch das relativiert die Studie, denn diese sind quer durch alle Altersgruppen ähnlich ausgeprägt. Beispielsweise haben Familie und Partnerschaft sowohl für die Jungen als auch für die Älteren den größten Stellenwert im Leben (Best Ager: 80 Prozent, Millennials: 74 Prozent). Unterschiede gibt es aber dennoch: Während die Generation 50+ noch stärker an der eigenen Kultur und den Traditionen festhält, sind die Millennials in ihrem Weltbild insgesamt offener. Vielleicht überraschend ist, dass die Generation der 14- bis 25-Jährigen in Bezug auf das Eigenheim deutlich konservativer denkt als die Best Ager der ehemaligen 68er-Generation (wichtiges Ziel im Leben, ein Eigenheim zu besitzen: Millennials: 54 Prozent, Best Ager: 38 Prozent).

### Mediennutzung: zwei Welten

In Sachen Mediennutzung prallen im Generationenvergleich ganz klar die zwei Welten „digital und on demand“ versus „analog und klassisch“ aufeinander. Jedem zweiten Best Ager würde es schwerfallen, eine Woche lang auf die gedruckte Tageszeitung zu verzichten, während die Printzeitung in der Welt der Millennials quasi keine Rolle mehr spielt. Was für die 50- bis 79-Jährigen das Buch ist, ist für die 14- bis 25-Jährigen YouTube. Und während die Best Ager öffentlich-rechtlich fernsehen, streamen die Millennials on demand. In einem sind sich die Generationen aber einig: Auf das Mobiltelefon können und wollen sie nicht mehr verzichten.

Noch ein paar interessante Zahlen, vor allem für die Kommunikationsbranche: Die Internetnutzung der 50- bis 59-Jährigen beträgt 92 Prozent, bei den Über-70-Jährigen ist es immerhin fast noch die Hälfte, die regelmäßig surft. Von den sozialen Netzwerken bevorzugen die 50- bis 59-Jährigen zu 90,8 Prozent WhatsApp, bei den Millennials sind es 93,1 Prozent. Auch die Ergebnisse zu Facebook sind erstaunlich: 72,4 Prozent der 70- bis 79-Jährigen und 74,5 Prozent der 15- bis 25-Jährigen tummeln sich hier. Bei Instagram zeigt sich der Gap ganz deutlich: Die Millennials nutzen Instagram zu 56,4 Prozent, die Best Ager im Alter von 50 bis 59 nur zu 24,3 Prozent. Die gesamte Studie ist auf der Website von Market-agent.com abzurufen und beinhaltet noch weitere spannende Aspekte.

Befragte muss daher darauf achten, mit ihrem Geld über die Runden zu kommen (54 Prozent) bzw. befürchtet, dass sie im Alter den Gürtel enger schnallen muss (50 Prozent).

Generationen-Gap? Der Jugend von heute wird vorgeworfen, dass ihre Wertvorstellungen nicht mit denen der älteren Generation übereinstimmen. Auch das relativiert die Studie, denn diese sind quer durch alle Altersgruppen ähnlich ausgeprägt. Beispielsweise haben

Familie und Partnerschaft sowohl für die Jungen als auch für die Älteren den größten Stellenwert im Leben (Best Ager: 80 Prozent, Millennials: 74 Prozent). Unterschiede gibt es aber dennoch: Während die Generation 50+ noch stärker an der eigenen Kultur und den Traditionen festhält, sind die Millennials in ihrem Weltbild insgesamt offener. Vielleicht überraschend ist, dass die Generation der 14- bis 25-Jährigen in Bezug auf das Eigenheim deutlich konservativer denkt als die Best Ager der ehemaligen 68er-Generation (wichtiges Ziel im Leben, ein Eigenheim zu besitzen: Millennials: 54 Prozent, Best Ager: 38 Prozent).

### **Mediennutzung: zwei Welten**

In Sachen Mediennutzung prallen im Generationenvergleich ganz klar die zwei Welten „digital und on demand“ versus „analog und klassisch“ aufeinander. Jedem zweiten Best Ager würde es schwerfallen, eine Woche lang auf die gedruckte Tageszeitung zu verzichten, während die Printzeitung in der Welt der Millennials quasi keine Rolle mehr spielt. Was für die 50- bis 79-Jährigen das Buch ist, ist für die 14- bis 25-Jährigen YouTube. Und während die Best Ager öffentlich-rechtlich fernsehen, streamen die Millennials on demand. In einem sind sich die Generationen aber einig: Auf das Mobiltelefon können und wollen sie nicht mehr verzichten.

Noch ein paar interessante Zahlen, vor allem für die Kommunikationsbranche: Die Internetnutzung der 50- bis 59-Jährigen beträgt 92 Prozent, bei den Über-70-Jährigen ist es immerhin fast noch die Hälfte, die regelmäßig surft. Von den sozialen Netzwerken bevorzugen die 50- bis 59-Jährigen zu 90,8 Prozent WhatsApp, bei den Millennials sind es 93,1 Prozent. Auch die Ergebnisse zu Facebook sind erstaunlich: 72,4 Prozent der 70- bis 79-Jährigen und 74,5 Prozent der 15- bis 25-Jährigen tummeln sich hier. Bei Instagram zeigt sich der Gap ganz deutlich: Die Millennials nutzen Instagram zu 56,4 Prozent, die Best Ager im Alter von 50 bis 59 nur zu 24,3 Prozent. Die gesamte Studie ist auf der Website von Marketagent.com abzurufen und beinhaltet noch weitere spannende Aspekte.

### **Weitere Informationen:**

[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)

Foto: iStock.com/CASEZY