

Leichter Anstieg in der Wahrnehmung: Mehr Angebote und Werbungen für 50plus

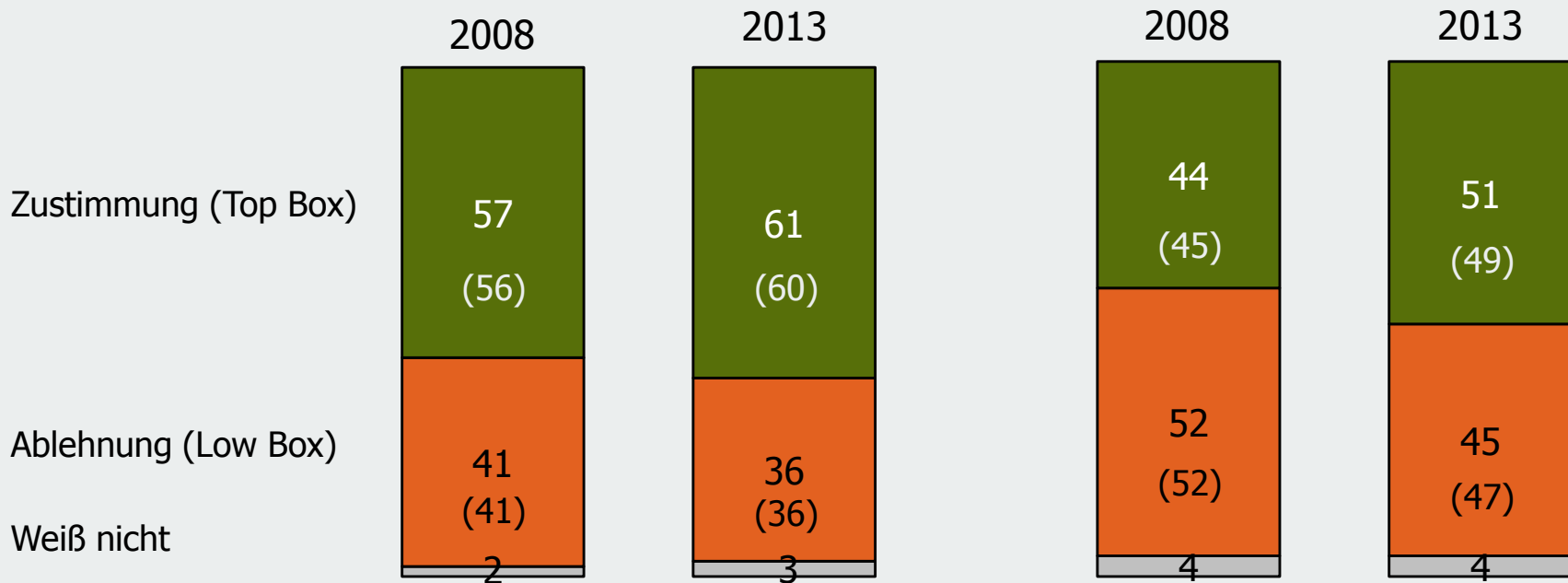
Teilgruppe 50plus

In Klammern:
Alle Altersklassen

„Ich habe den Eindruck, dass das Angebot an
Produkten für Menschen über 50 in den letzten Jahren
deutlich umfangreicher geworden ist.“

Antwortvorgaben - Angaben in Prozent -

„Ich habe den Eindruck, dass es immer mehr
Werbung gibt, die sich gezielt an Menschen
über 50 richtet.“



Gute Werbung wirkt: Immer mehr Menschen über 50 lassen sich davon zum Kauf anregen

Teilgruppe 50plus

Antwortvorgaben - Angaben in Prozent -

In Klammern:
Teilgruppe 70 plus

„Von guter Werbung lasse ich mich schon zum Kauf anregen.“



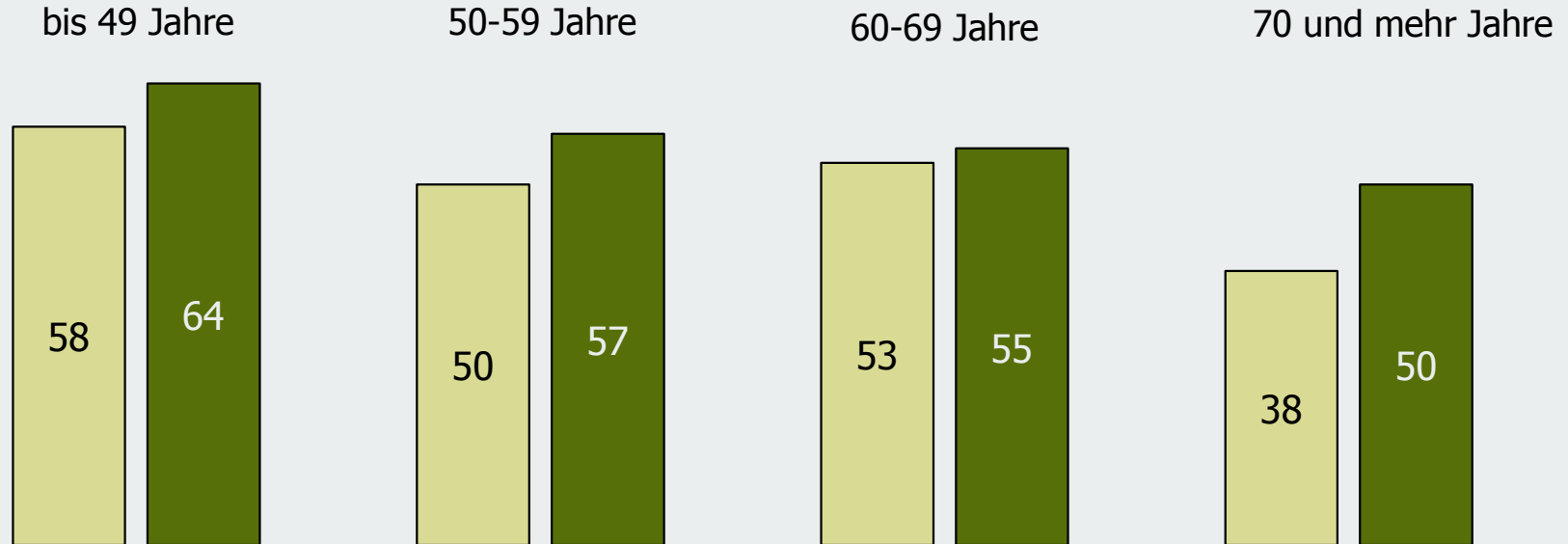
Die Werbeaffinität stieg zwischen 2008 und 2013 vor allen Dingen bei 70plus

Antwortvorgaben - Angaben in Prozent -

Zustimmung (Top Box) in %

■ 2008 ■ 2013

„Von guter Werbung lasse ich mich schon zum Kauf anregen.“

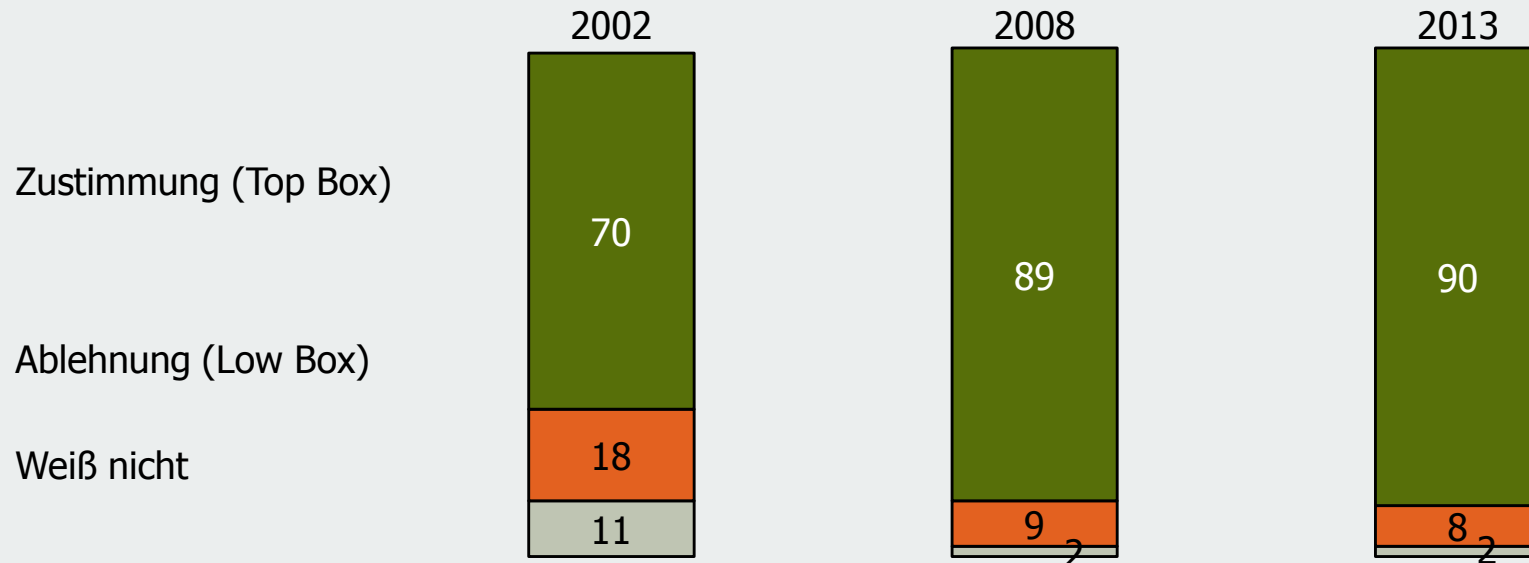


Ältere Menschen als Werbeprotagonisten erwünscht

Teilgruppe 50plus

Antwortvorgaben - Angaben in Prozent -

„ Ich finde es gut, wenn vermehrt auch ältere Menschen in der Werbung auftauchen/gezeigt werden.“



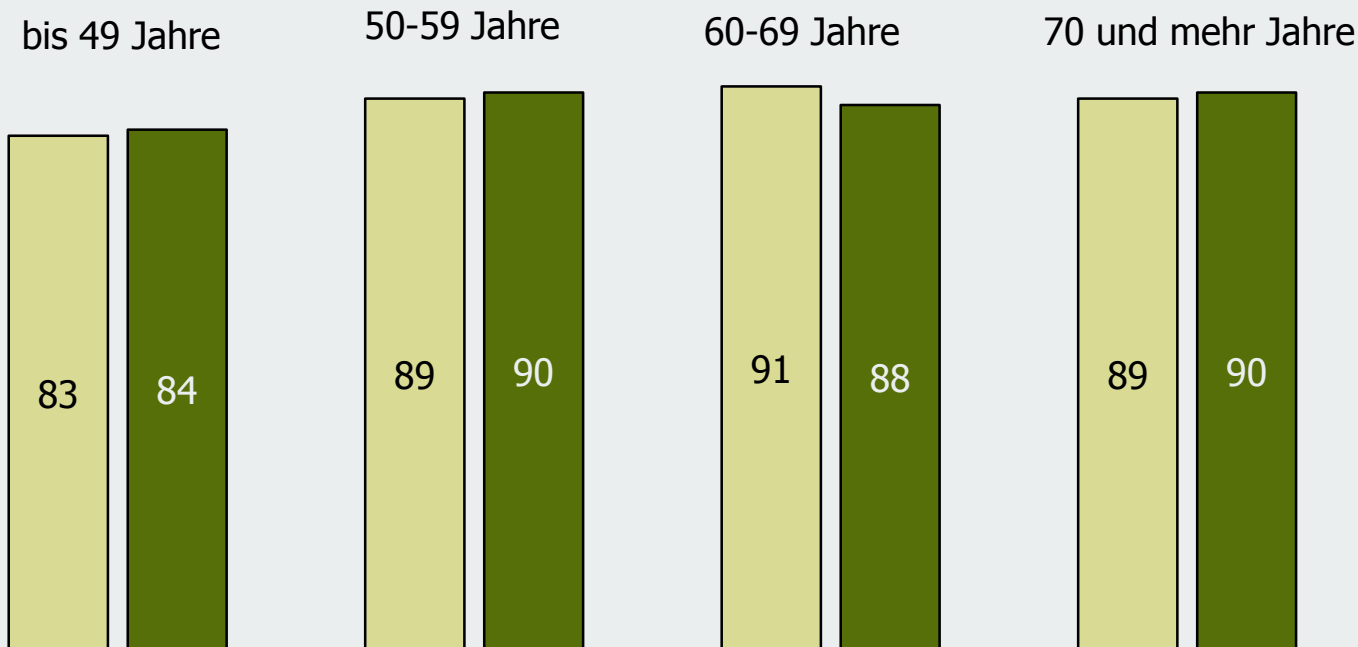
Auch Jüngere begrüßen die Darstellung älterer Menschen in der Werbung

Antwortvorgaben - Angaben in Prozent -

Zustimmung (Top Box) in %

■ 2008 ■ 2013

„Ich finde es gut, wenn vermehrt auch ältere Menschen in der Werbung auftauchen/gezeigt werden.“



Was die Werbung sympathisch oder unsympathisch macht



Produkte sind speziell für Ältere gemacht/
praktische Produktinformation und Tipps

es werden ältere Menschen gezeigt, Ältere
machen Werbung

Positives Altersbild: zufrieden, voller Lebensfreude,
aktiv, werden gebraucht

Selbstverständlichkeit der Probleme/werden
benannt/stehen dazu

Werbung wirkt glaubwürdig, natürlich
und ist nicht so laut und aufdringlich

Speziell für ältere Menschen
gemacht/spricht 50plus an/es wird an
ältere Menschen gedacht



Unglaubwürdig/zu übertrieben/gestellt

Geldschneiderei/wollen an das Geld älterer
Leute

Thema gefällt nicht/gehört nicht in die
Werbung

Produkte gefallen nicht/sind zu teuer

Es geht immer um Krankheiten

Ältere Menschen werden als
hilfsbedürftig und schwach
dargestellt