

# Marktforschung für die Best Ager



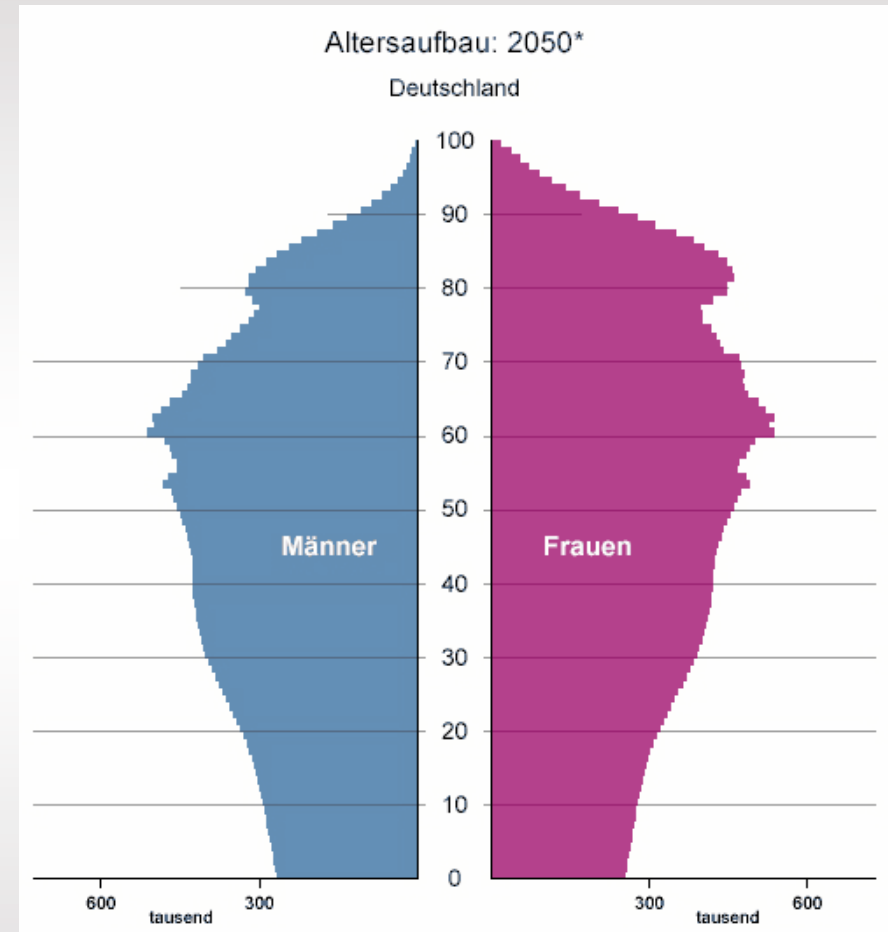
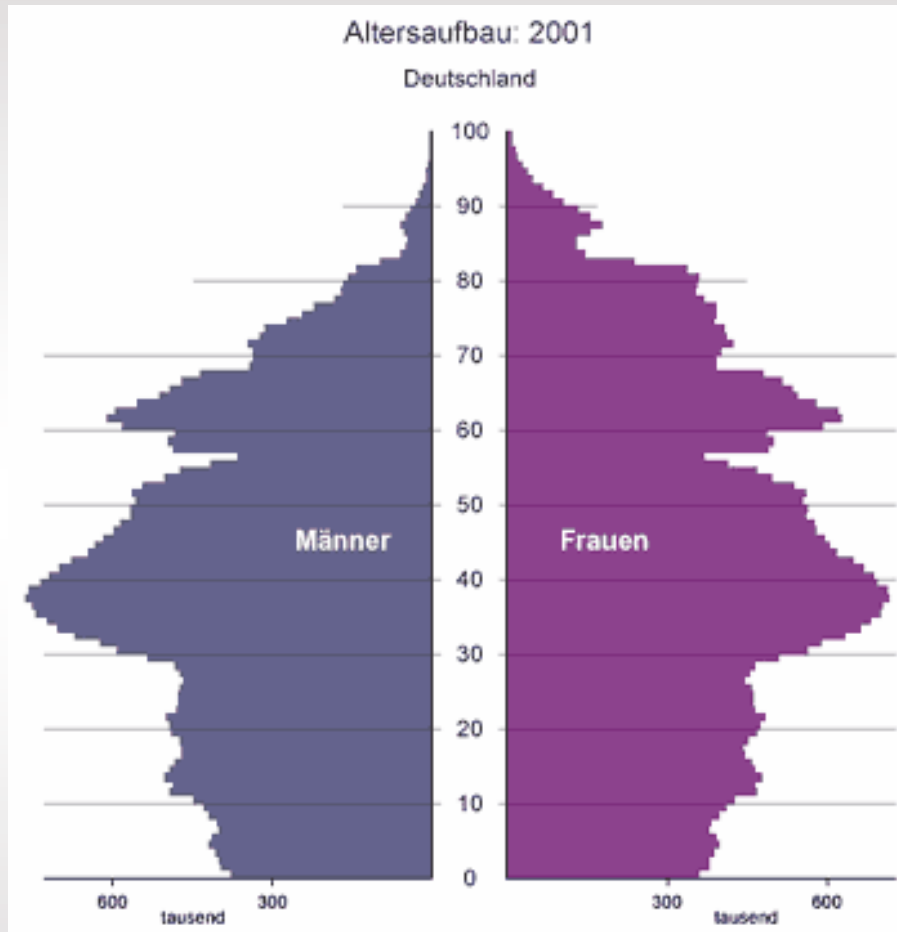
## Konzept & Markt GmbH

Dr. Ottmar Franzen

- Stellenwert der Best Agers
- Wer sind die Best Agers?
- Welche Typen von Best Agers gibt es?
- Wie lassen sich die Best Agers erreichen?

# Stellenwert der Best Agers

## Altersaufbau in der Zukunft



Quelle: Statistisches Bundesamt: Bevölkerungsprognose bis 2050

## Stellenwert der Best Agers

### Verschiebung der Bevölkerungsanteile

<b>Bevölkerungsanteile</b>	<b>2001</b>	<b>2050</b>
<b>bis 20 Jahre</b>	<b>21%</b>	<b>16%</b>
<b>20 bis 59 Jahre</b>	<b>55%</b>	<b>47%</b>
<b>60 Jahre und älter</b>	<b>24%</b>	<b>37%</b>
<b>80 Jahre und älter</b>	<b>4%</b>	<b>12%</b>

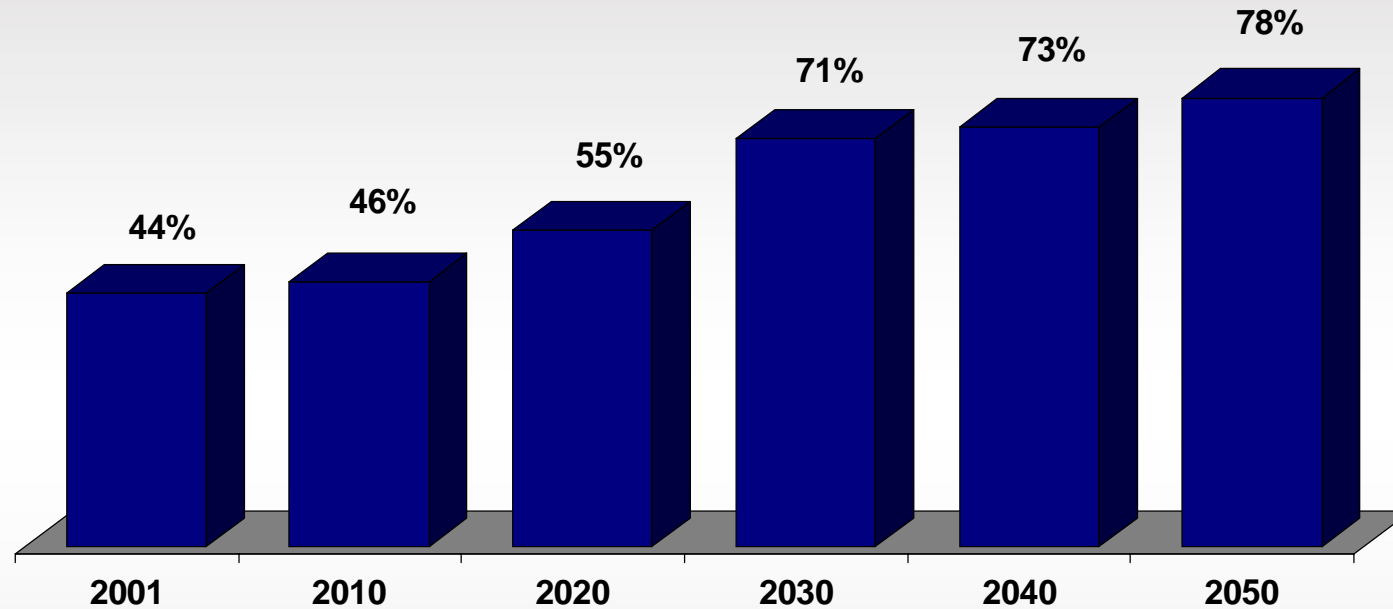
Quelle: Statistisches Bundesamt: Bevölkerungsprognose bis 2050

 **Im Jahr 2050 wird jeder Dritte in Deutschland 60 Jahre oder älter sein!**

# Stellenwert der Best Agers

Verhältnis von Rentenempfängern und Personen im Erwerbsalter

## Entwicklung des Altenquotienten




\*) **Altenquotient = Verhältnis der Bevölkerung im Alter von 60 und mehr Jahren zu 100 Personen im Alter von 20 bis 59 Jahren**

Quelle: Statistisches Bundesamt: Bevölkerungsprognose bis 2050

**Die stärksten Verschiebungen sind zwischen 2020 und 2030 zu erwarten!**

- Stellenwert der Best Agers
- Wer sind die Best Agers?
- Welche Typen von Best Agers gibt es?
- Wie lassen sich die Best Agers erreichen?

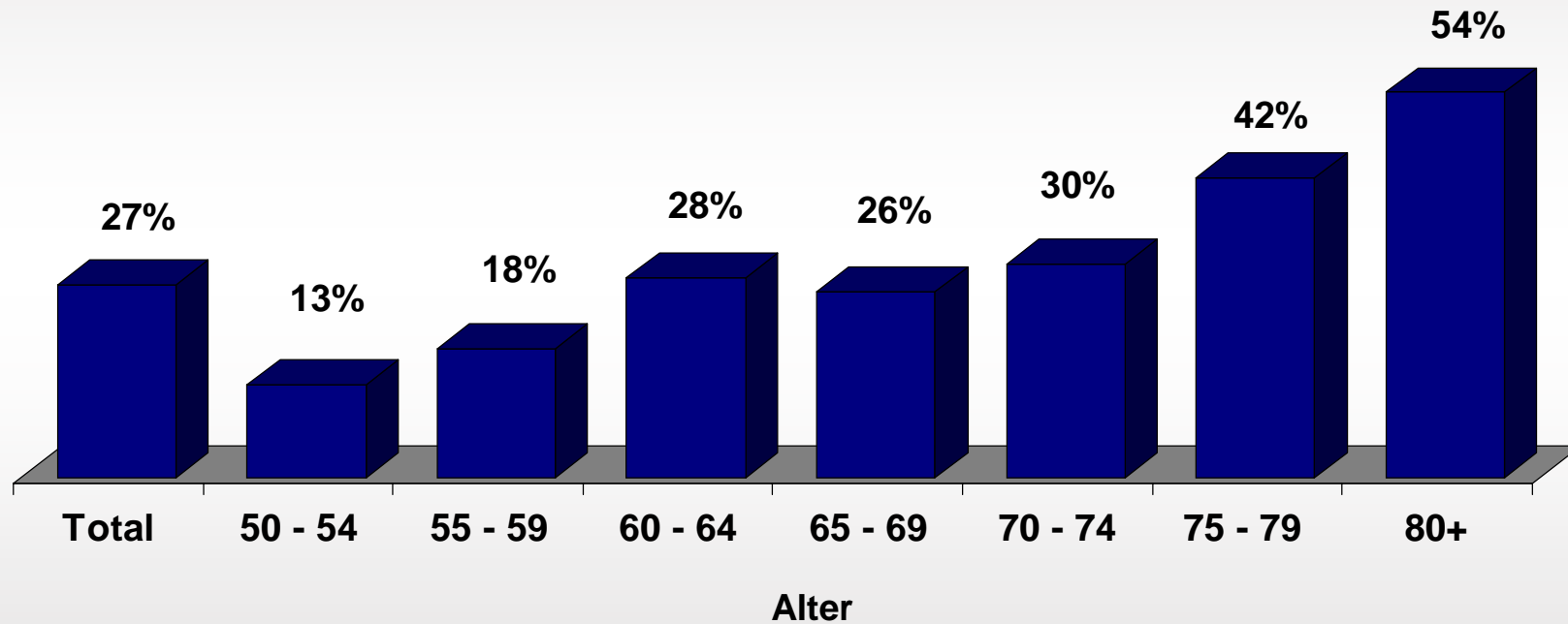
## Steckbrief der Untersuchung

- Zielgruppe: Personen im Alter ab 50 Jahren
- Erhebungsmethode: Einzelinterviews in den Haushalten der Befragten  
Seniorenpanel von Support Research Services
- Stichprobe: 1.000 Befragte
- Endausbaustufe  
Seniorenpanel: 5.000 Personen 
- Erhebungszeitraum: Mitte Februar bis Ende März 2004
- Analyse und Konzeption: Konzept & Markt, Wiesbaden
- Analyseverfahren: Typologie auf der Basis von verknüpften Faktoren-  
und Clusteranalysen

# Wer sind die Best Ager?

## Single-Haushalte

### Anteil der Single-Haushalte



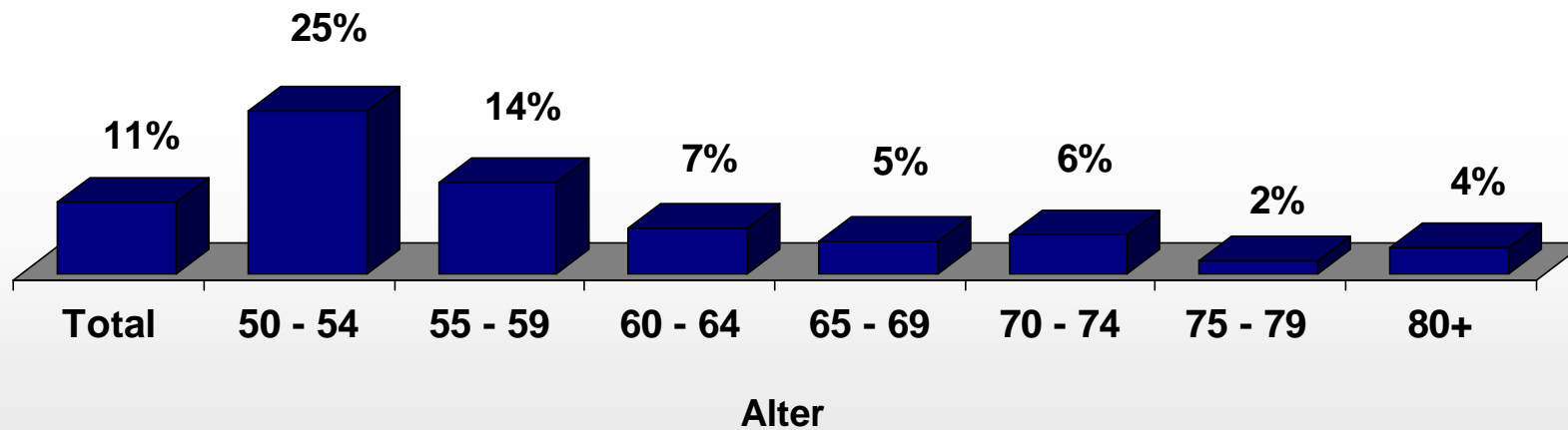
Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

**Deutlicher Anstieg der Single-Haushalt ab 75 Jahren!**

# Wer sind die Best Ager?

## Haushalte mit Kindern

### Haushalte mit Kindern



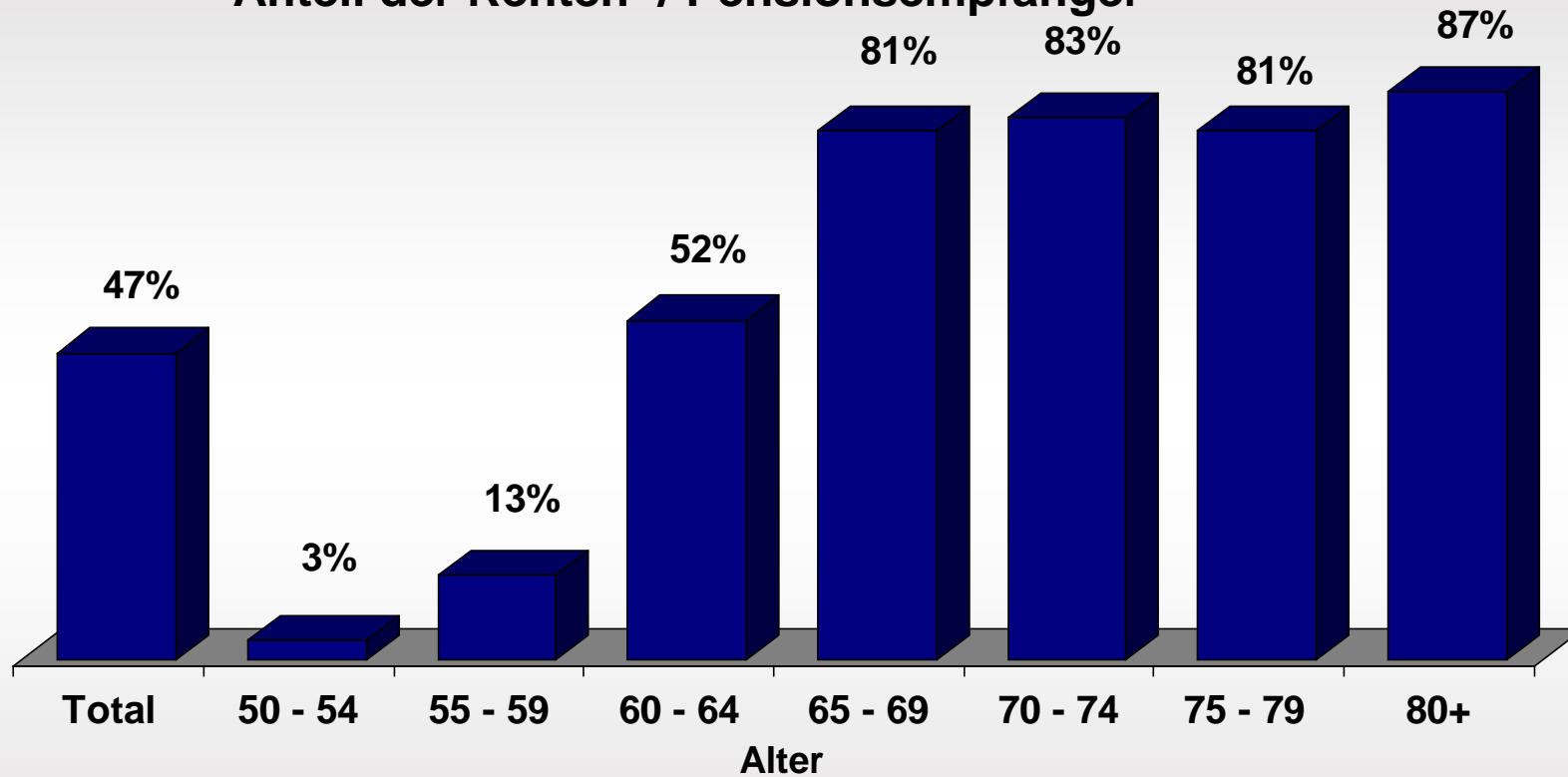
Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

**Empty Nesters beginnen ab 55 Jahren!**

# Wer sind die Best Ager?

## Renten- / Pensionsempfänger

### Anteil der Renten- / Pensionsempfänger



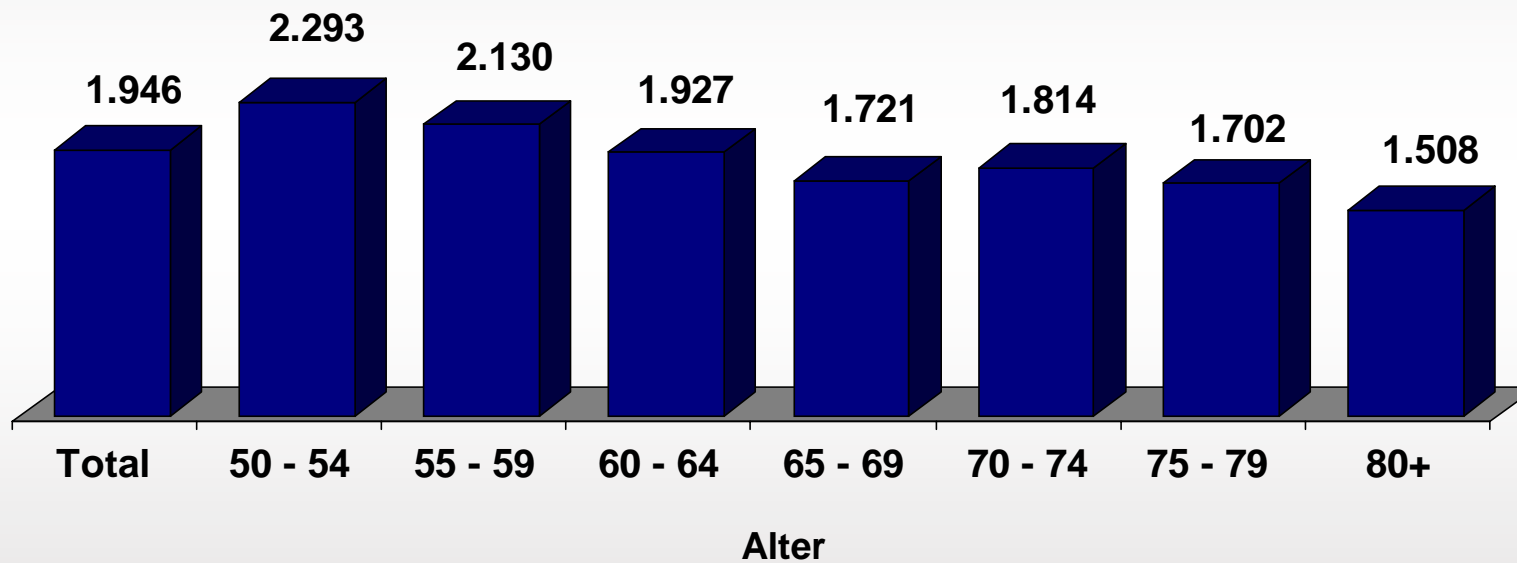
Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

**Haupt-Renteneintrittsalter bei 60 bis 64 Jahren!**

# Wer sind die Best Ager?

## Einkommenssituation

### Haushaltsnettoeinkommen im Durchschnitt



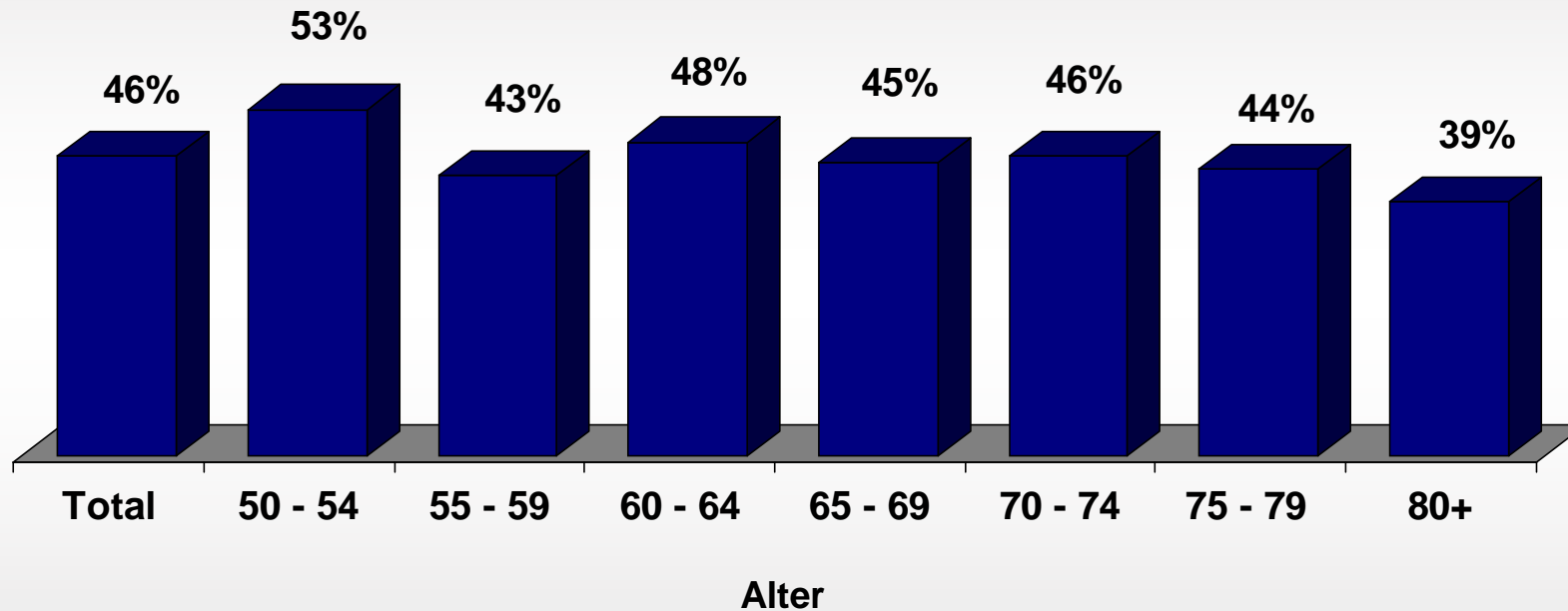
Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

**Mit Verlust des Partners sinkt das Einkommensniveau!**

# Wer sind die Best Ager?

## Wohnsituation

### Anteil der Bewohner von Einfamilienhäusern



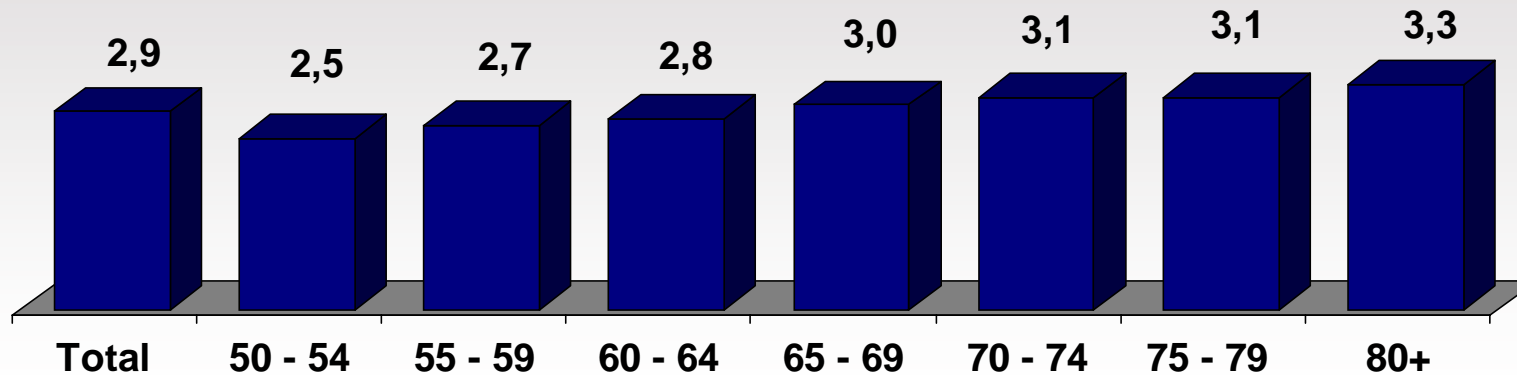
Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

**Im Alter geht der Trend weg vom Einfamilienhaus!**

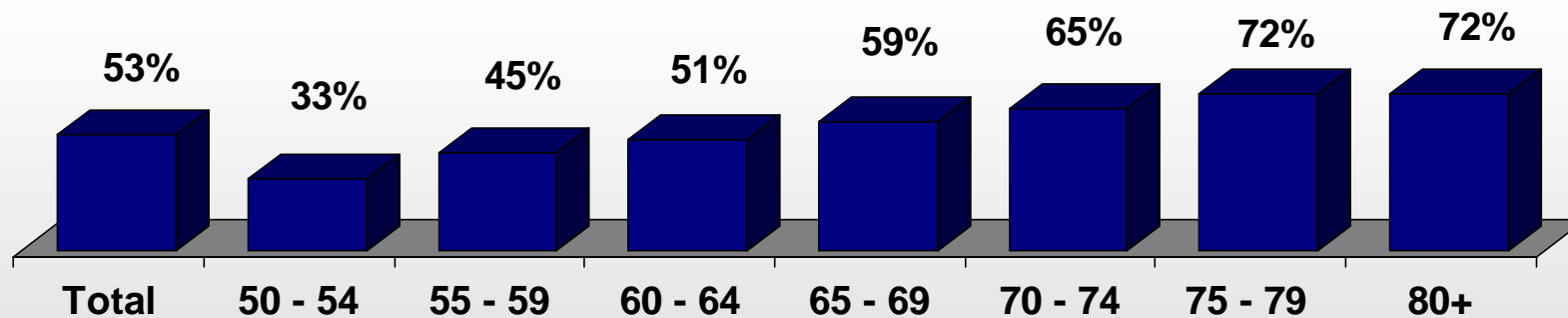
# Wer sind die Best Ager?

## Gesundheit

### Subjektiv empfundener Gesundheitszustand (Schulnoten)



### Anteil Befragter mit chronischen Erkrankungen



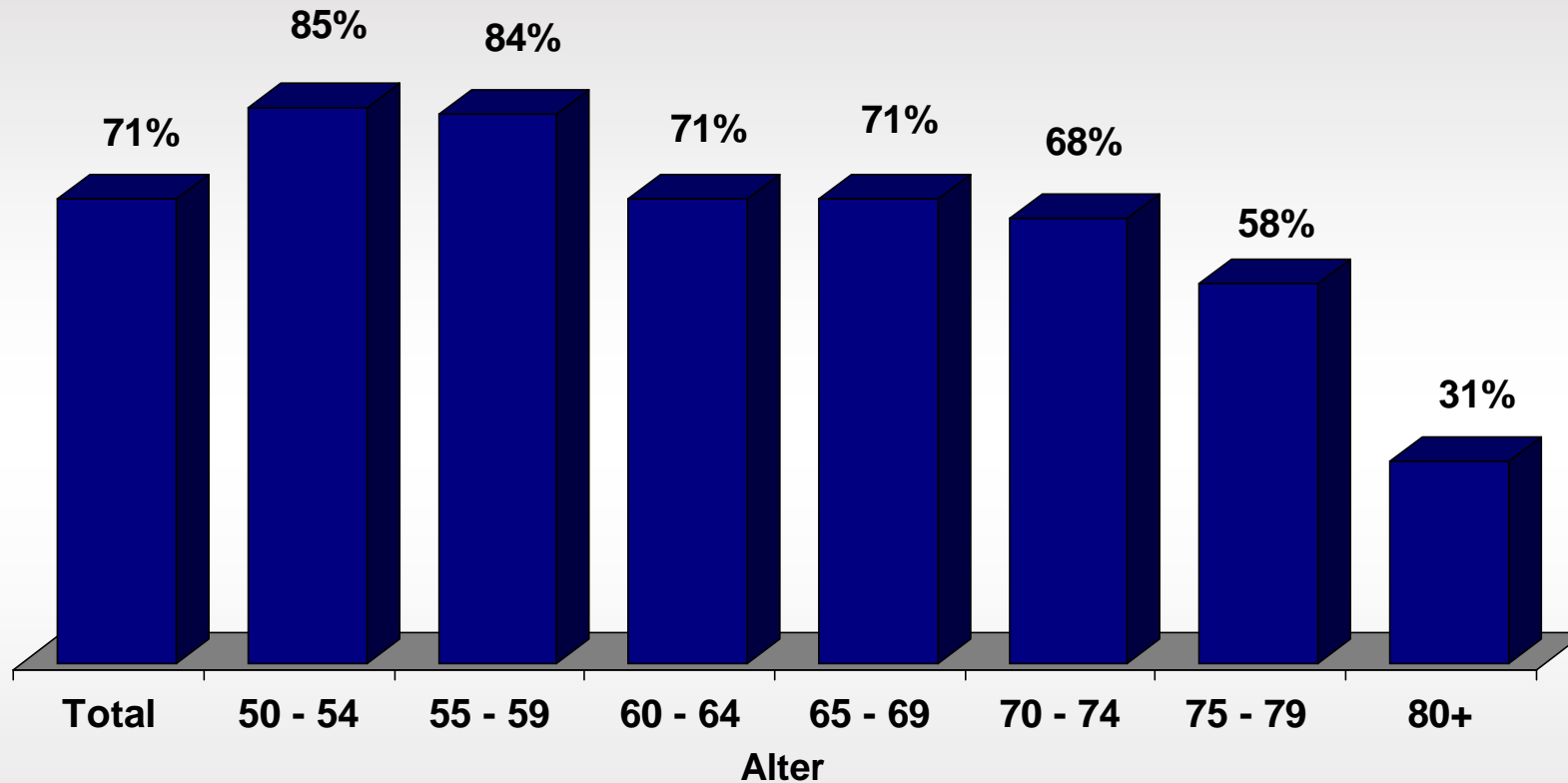
Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

**Mit dem Alter nehmen die Einschränkungen zu**

# Wer sind die Best Agers?

## Mobilität

### Anteil der Befragten mit PKW im Haushalt

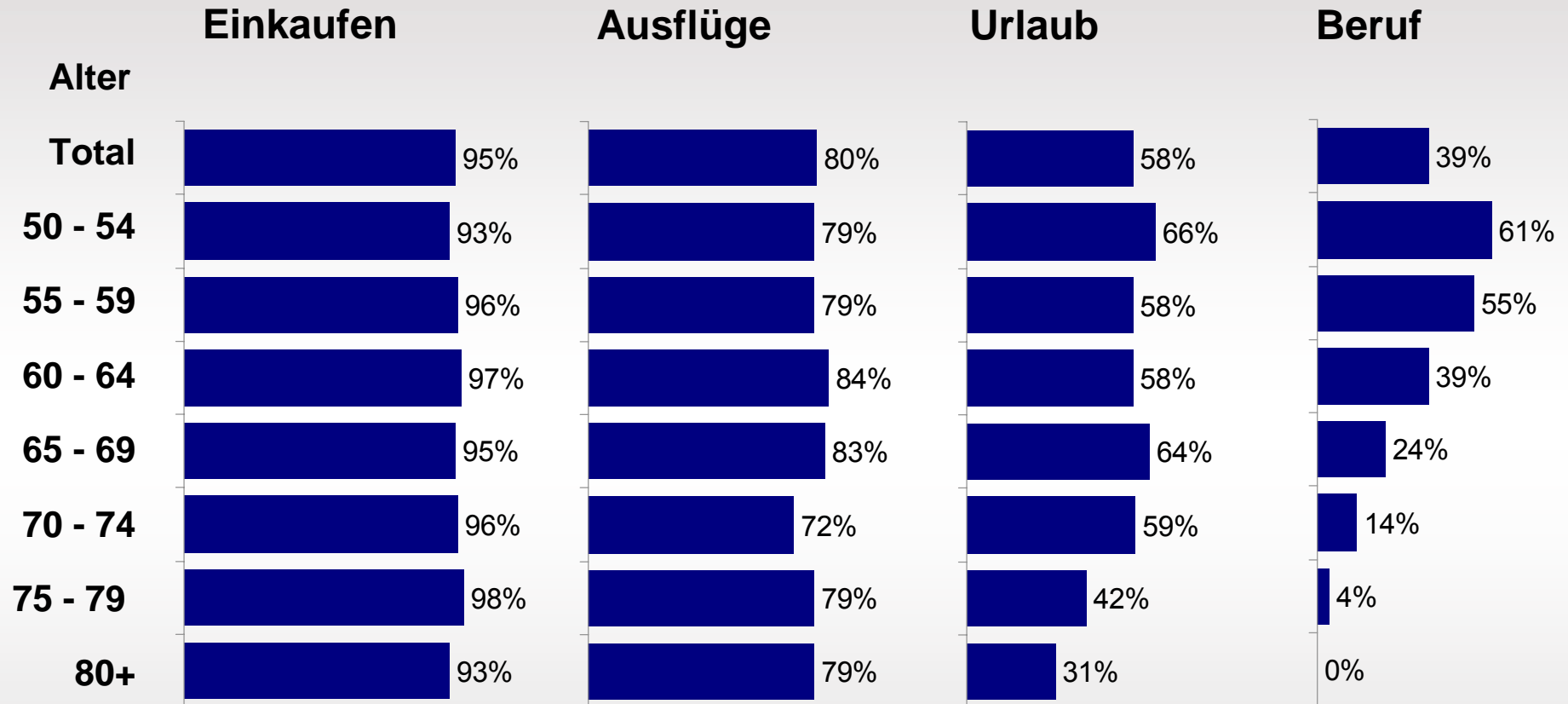


Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

**Der eigene PKW sichert die Mobilität bis ins hohe Alter!**

# Wer sind die Best Ager?

## Mobilität



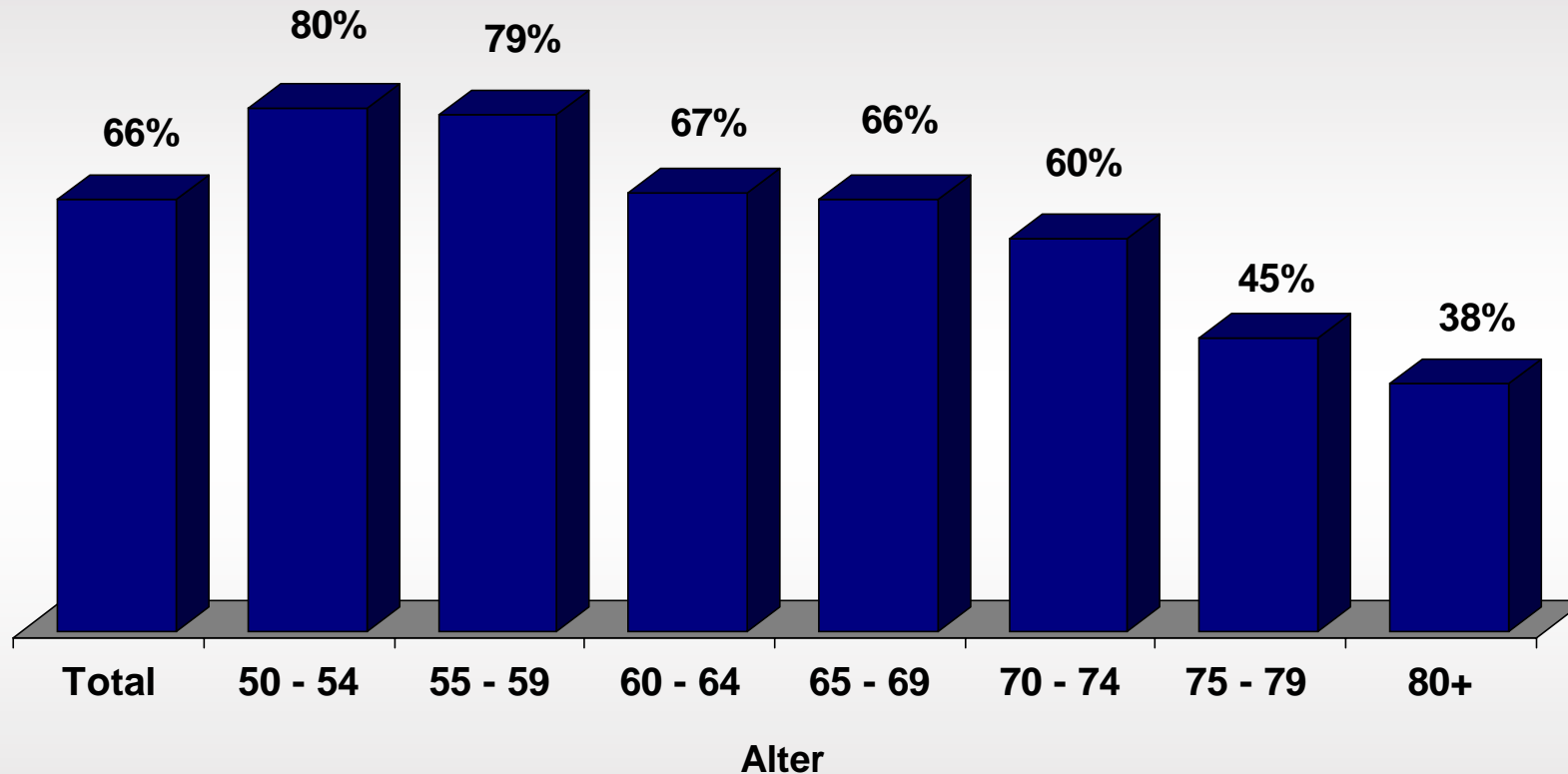
Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

**Einkaufen und Ausflüge dominieren die PKW-Nutzung!**

# Wer sind die Best Agers?

## Mobilität

### Anteil Befragter, die regelmäßig in Urlaub fahren

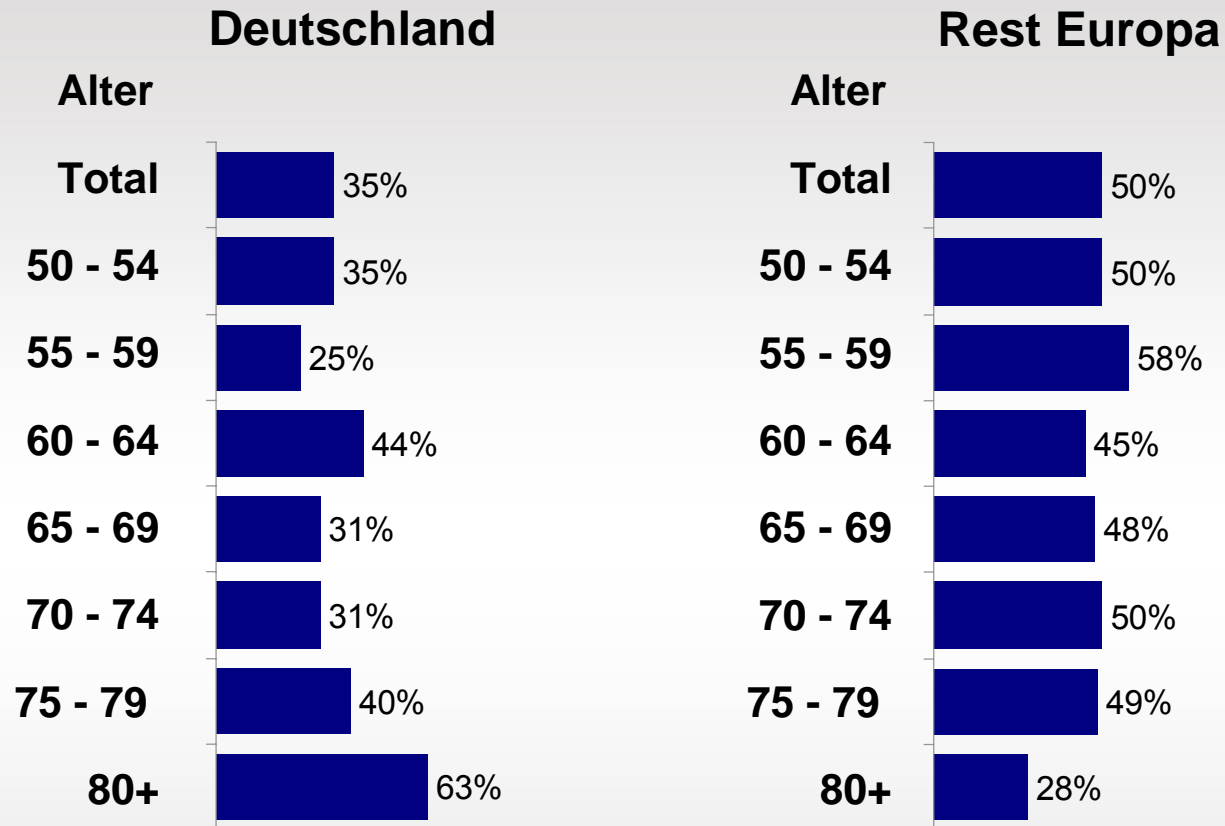


Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

**↳ Bis 74 Jahren hat Urlaub einen hohen Stellenwert!**

# Wer sind die Best Agers?

## Mobilität



Basis: Befragte, die regelmäßig in Urlaub fahren  
Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

**Die Älteren bleiben im Lande!**

# Wer sind die Best Ager?

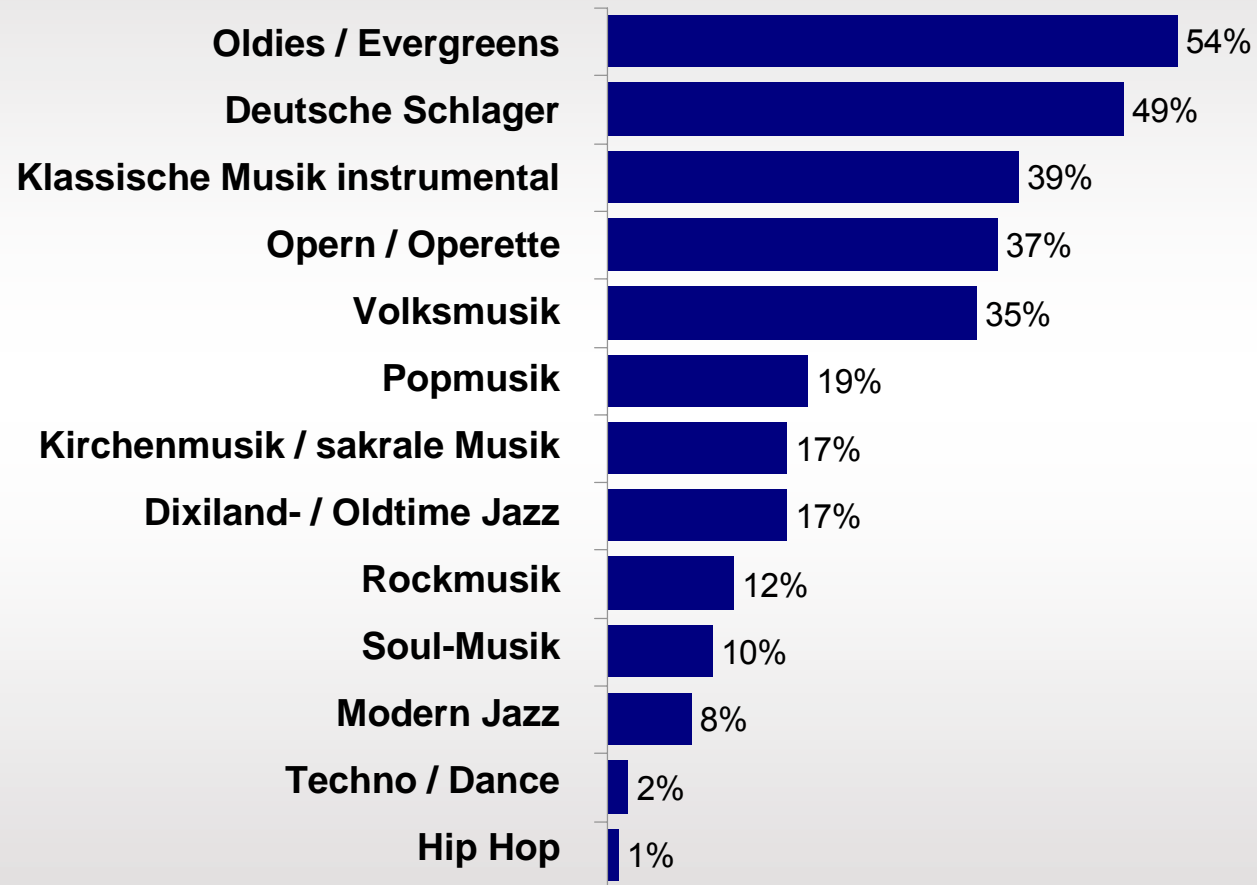
## Freizeitaktivitäten



Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

# Wer sind die Best Agers?

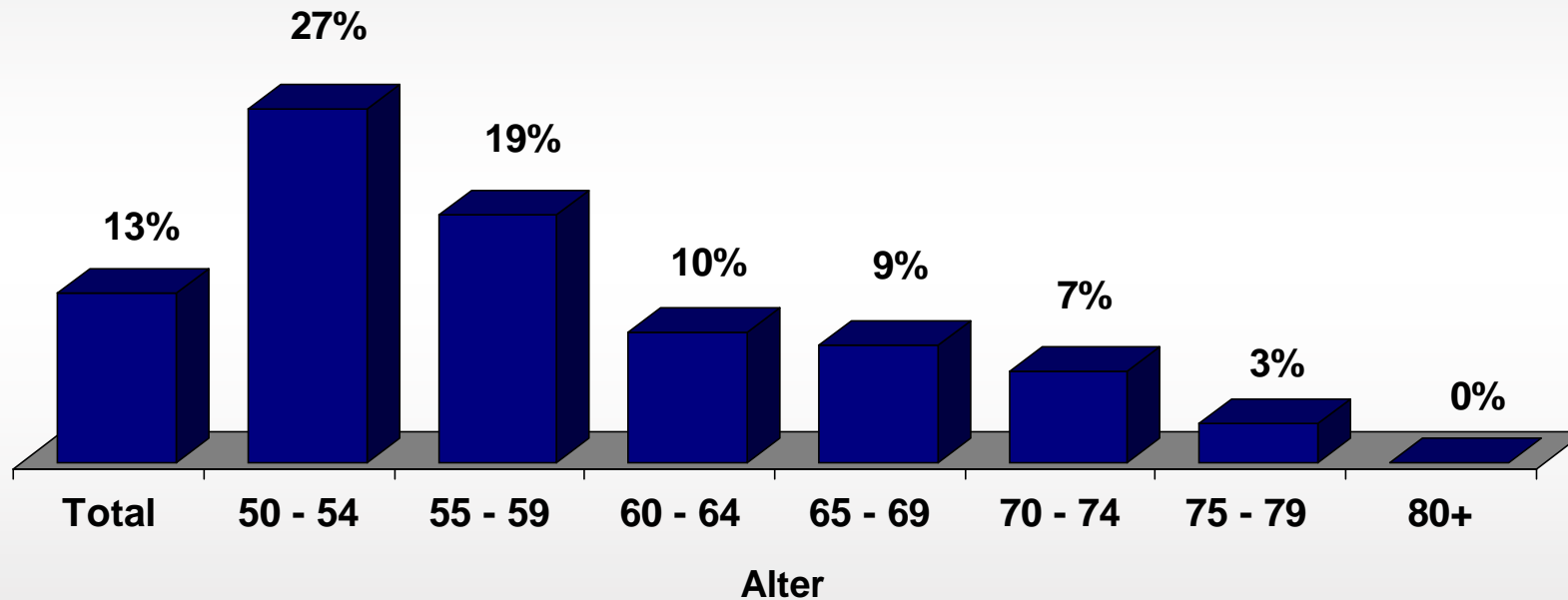
## Bevorzugte Musikstile



Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

# Wer sind die Best Agers? Bevorzugte Musikstile

## Anteil Befragter, die gern Rockmusik hören



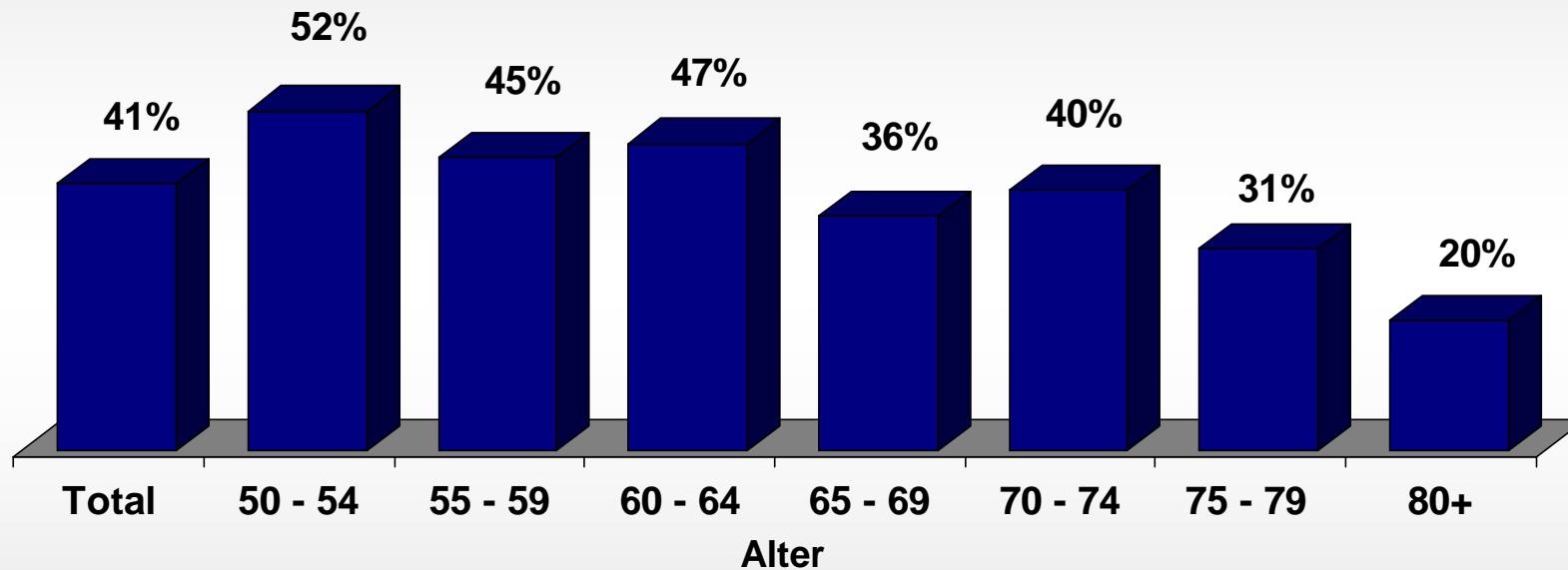
Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

**Ab 60 Jahren erfolgt ein Generationenbruch der Musikstile!**

# Wer sind die Best Agers?

## Aktiv Sport treiben

### Anteil Befragter, die zumindest gelegentlich Sport treiben



Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

**Erst ab 75 nimmt das Interesse an aktivem Sport ab!**

## Wer sind die Best Agers?

### Zwischenfazit

- Die Daten belegen, dass Berufstätigkeit, Gesundheit und Mobilität das Verhalten der Best Agers prägen.
- Im Rentenalter stehen dem durchschnittlichen Haushalt ca. 1.800 Euro netto zur Verfügung. Hinzu kommen Einkünfte aus Vermögen.
- Subjektiv wird der Gesundheitszustand als befriedigend empfunden. Im Alter nehmen chronische Krankheiten zu, allerdings hat diese Zunahme keinen direkten Einfluss auf das subjektive Gesundheitsempfinden.
- Bis zum Alter von 74 Jahren verfügen zwei Drittel der Haushalte über einen PKW. Er ist einer der Garanten für Mobilität im Alter.
- Wiederum zwei Drittel der Personen bis 74 Jahren fahren regelmäßig in Urlaub.
- Jenseits von 74 Jahren, speziell aber ab 80 Jahren nimmt die Konsumneigung ab.

- Stellenwert der Best Agers
- Wer sind die Best Agers?
- Welche Typen von Best Agers gibt es?
- Wie lassen sich die Best Agers erreichen?

## Warum eine Typologie?

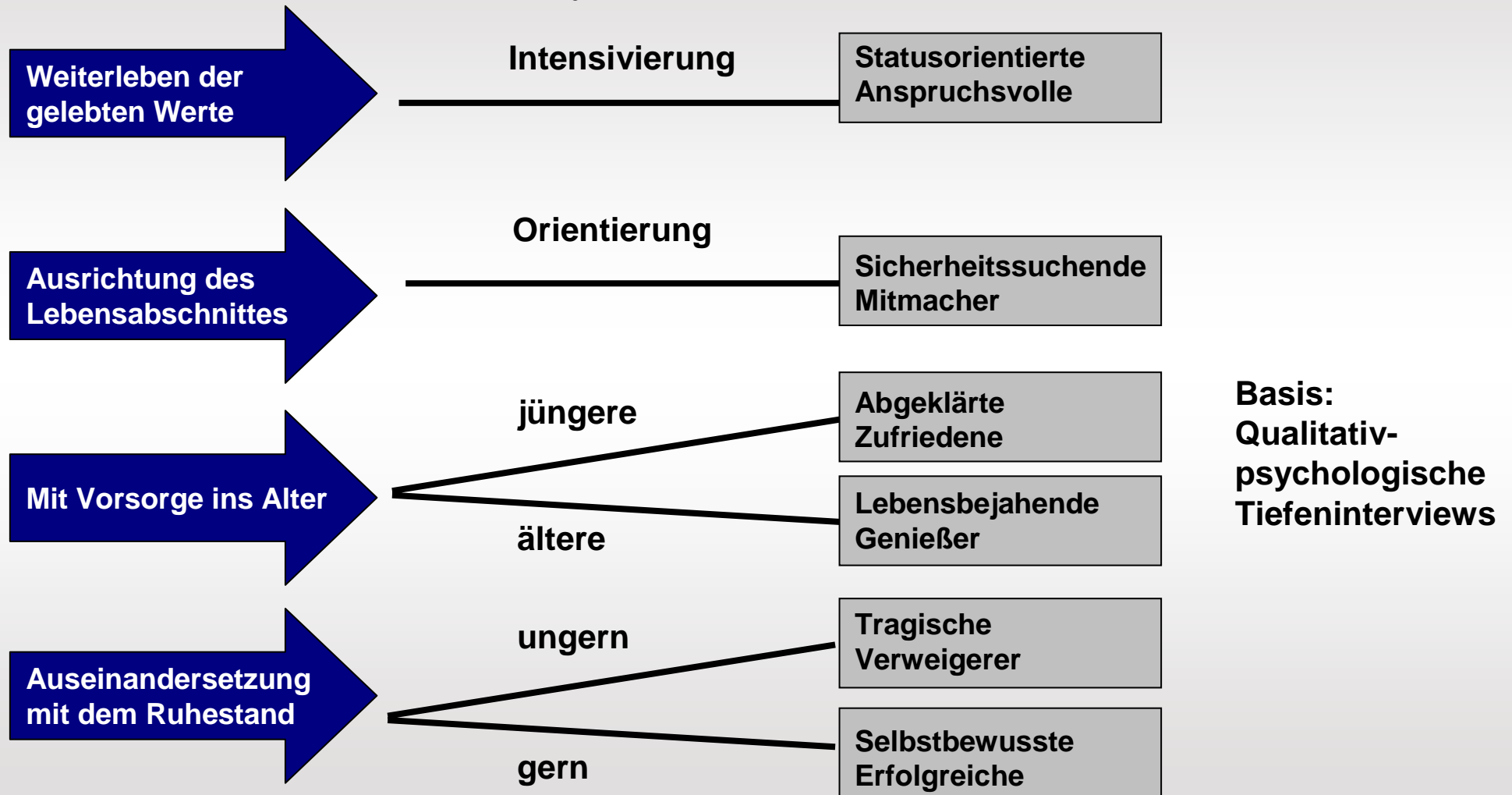
- Die vorstehenden Ergebnisse haben gezeigt: Die Best Ager sind nicht homogen.
- Es bestehen Unterschiede im Hinblick auf Einstellungen, Freizeitaktivitäten, Gesundheitszustand, Kaufkraft und Mobilität.
- Typologien helfen, die heterogene Zielgruppe konkreter und ganzheitlich zu erfassen.
- Eine idealtypische Charakterisierung der Typen ist dabei beabsichtigt. Sie hilft, sich die Zielgruppen leichter vorzustellen.
- Bisher besteht für Deutschland noch keine umfassende quantitative Typologie, die bevölkerungsrepräsentativ die Best Ager beschreibt.
- Die Implementation im Senioren-Panel von Support / Konzept & Markt erlaubt die permanente Aktualisierung der Typologie.

## Bestehende Typologien

- Befreite Generation® von Psyfakt
- Typologie der Best Ager auf der Grundlage des Semiometrie-Ansatzes von TNS emnid
- Weitere Typologien für die Schweiz

# Bestehende Typologien

- Befreite Generation® von Psyfakt



## Bestehende Typologien

- Semimetrie „Die Best Ager“ von TNS emnid

### Ausgangsdaten (Befragung):

- Semimetrie-Panel (1.934 Fälle)
- Zuordnung von 210 Semimetrie-Begriffen
- Freizeitaktivitäten als Basis für Clusteranalyse

- Identifikation von drei Typen:
- Passive Ältere (35%)
- Kulturelle Aktive (39%)
- Erlebnisorientierte Aktive (26%)

## Die Senioren-Typologie von Consodata und Konzept & Markt

- Grundlage sind 1.000 Befragte aus dem Senioren-Panel von Support
- Projektion der Typen auf alle 5.000 Haushalte in der Endausbaustufe des Panels. Verknüpfung mit allen Strukturdaten des Panels:
  - Soziodemographische Merkmale
  - Kaufverhalten
  - Ernährung
  - Gesundheit
  - Freizeit
- Hochrechnung auf das Gesamt-Bundesgebiet mit Hilfe der Microtyp-Datenbank von Consodata



# Ablauf der Typologiebildung

Ausgangsdaten (Befragung):

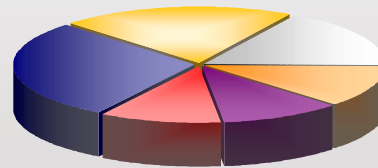
- Einstellungsmerkmale
- Merkmale zum Gesundheitszustand
- Merkmale zur Mobilität
- Merkmale zur Kaufkraft



Faktorenanalyse  
(Bestimmung von unabhängigen Merkmal-dimensionen)

Clusteranalyse  
(Bestimmung von unabhängigen Gruppen bzw. Typen)

**Konstrukttypologie**



# Grundlegende Einstellungsdimensionen

## Extravertiertheit

Neue Menschen kennen zu lernen, fällt mir leicht  
Mir fällt es leicht, auf andere Leute zuzugehen und sie anzusprechen  
Ich bin ziemlich spontan  
Ich möchte nicht so sein wie alle anderen  
Ich übernehme gern Verantwortung  
Ich kann mich gut durchsetzen  
Etwas Neues zu schaffen, macht mir Spaß  
Ich werde oft von anderen um Rat gefragt, wenn sie Probleme haben

## soziale Kompetenz

Ich habe einen beruhigenden Einfluss auf andere  
Ich bin eher ein Vernunftsmensch  
Ich kann gut mit Kritik an meiner Person umgehen  
Ich kann oft auch über mich selbst lachen

## Körperbewusstsein

Es ist mir sehr wichtig, etwas für mein körperliches und seelisches Wohlbefinden zu tun  
Mein Ziel ist es, Körper und Seele in Einklang zu bringen  
Ich versuche, mich durch regelmäßige sportliche Betätigung fit zu halten

## Neugier

Es ist mir wichtig, über Menschen, die in den Schlagzeilen sind, Bescheid zu wissen  
Mit Bekannten unterhalte ich mich oft über Dinge, die ich in den Medien erfahren habe  
Mich interessiert sehr, was andere aus ihrem Leben machen

## Innovationsorientierung

Ich fühle mich etwas altmodisch bezüglich all der neuen Technik  
Ich führe ein einfaches, bescheidenes Leben

## soziales Engagement

Ich setze mich aktiv ein für Hilfsbedürftige, Benachteiligte  
Ich bin politisch aktiv

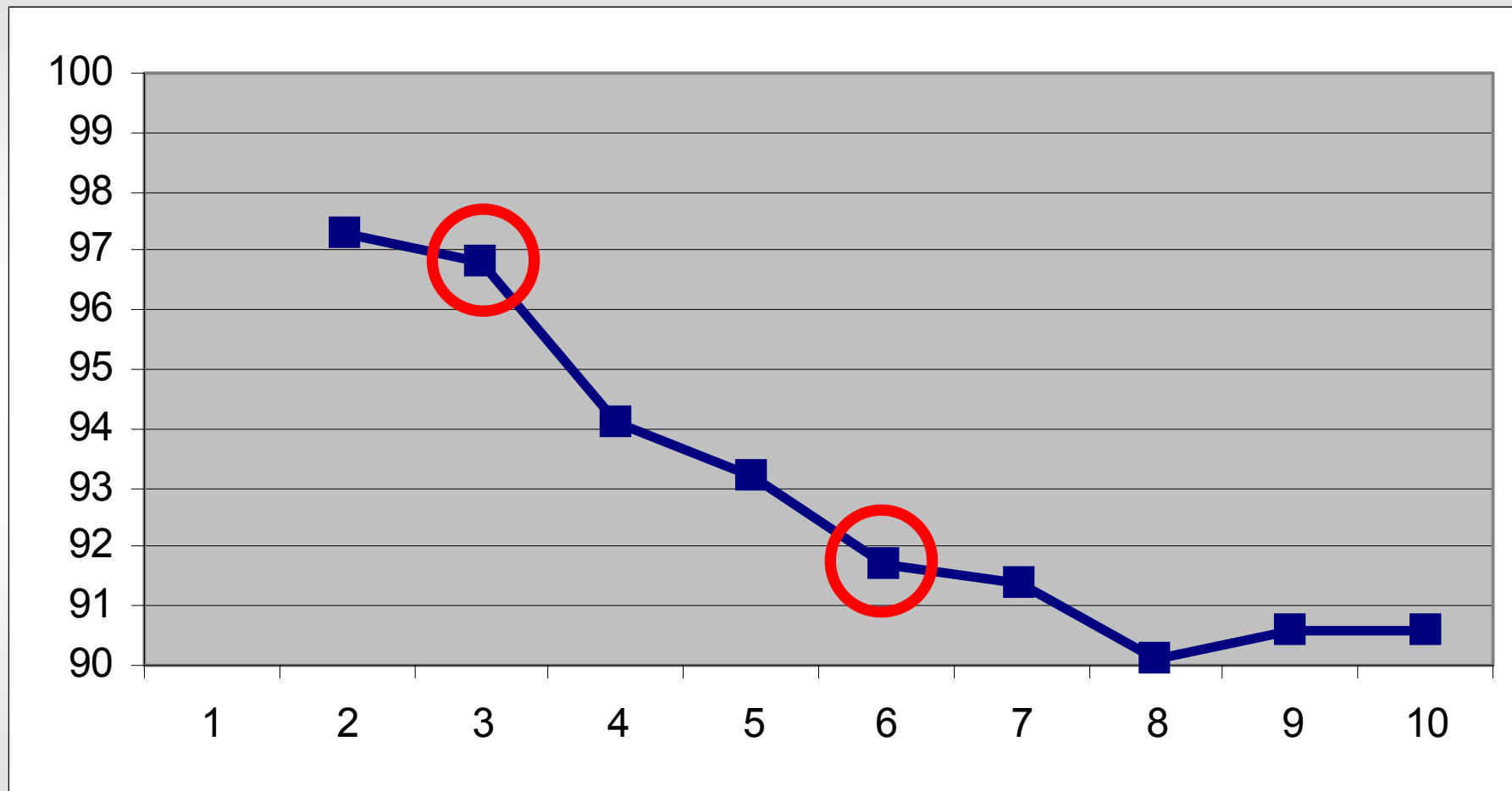
## Lebensbejahung

Man muss vom Leben profitieren, solange man noch jung und frei ist  
Es ist wichtig, ein Ziel zu haben, dass dem Leben Sinn gibt

Basis: Faktorenanalyse, Hauptkomponentenverfahren

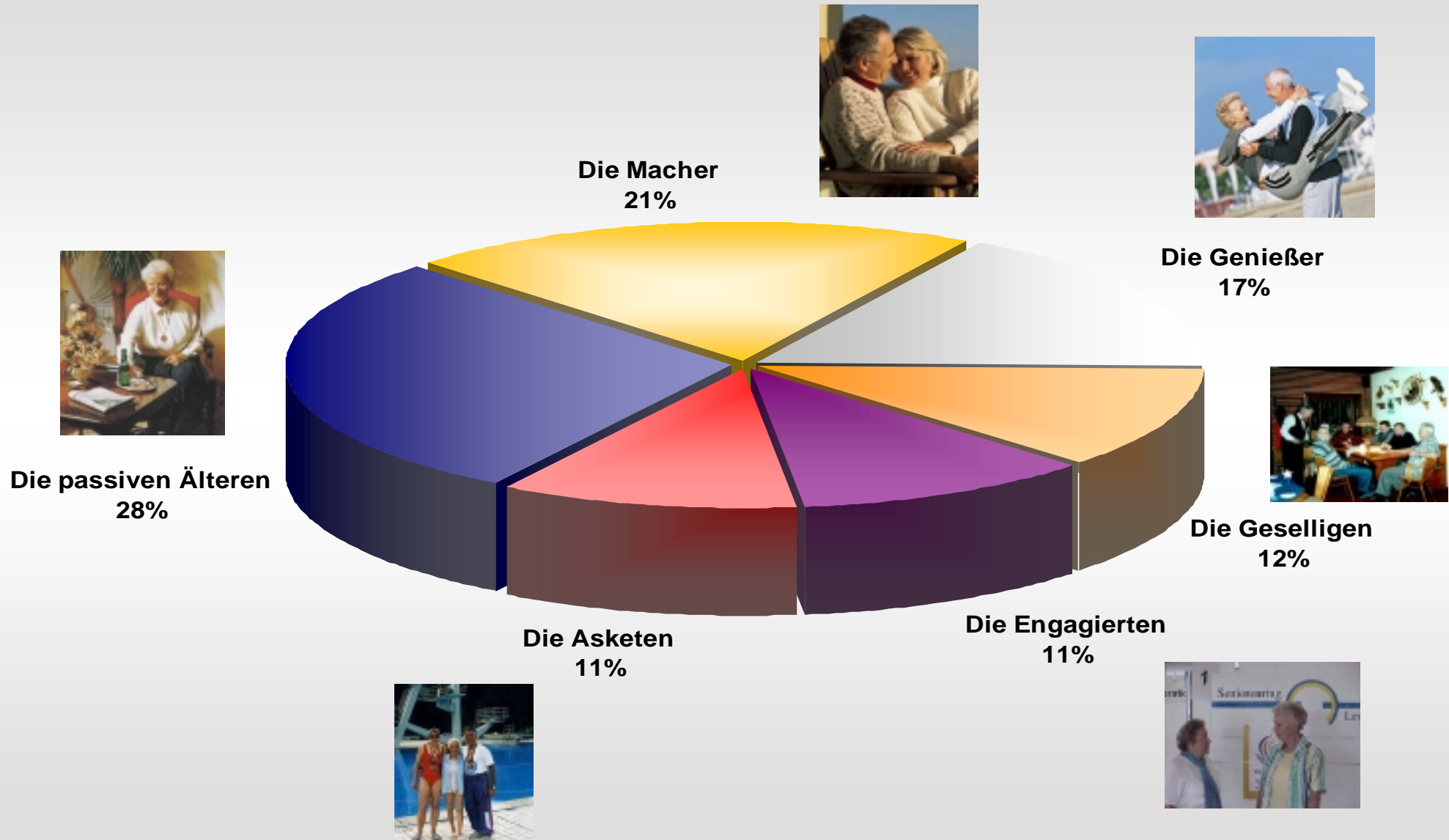
# Lösungsgüte in Abhängigkeit von der Clusterzahl

Lösungsgüte in %



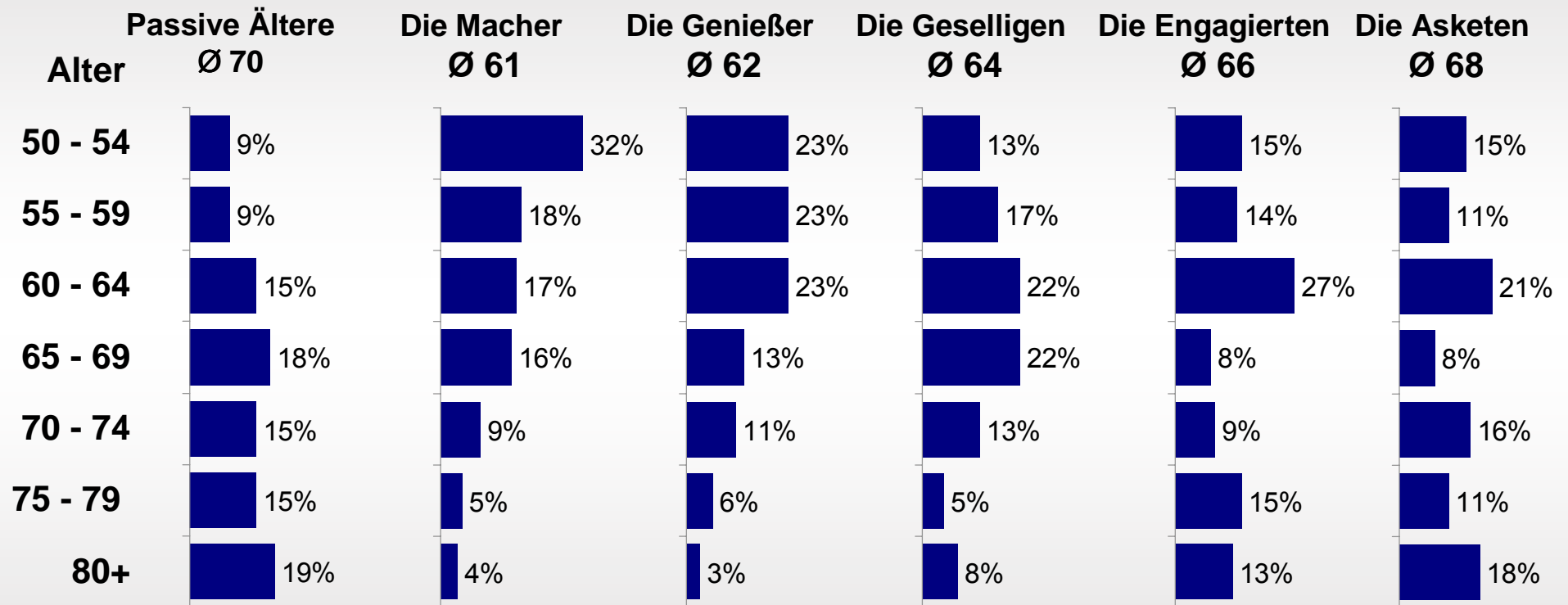
Anzahl Cluster

# Bedeutung der Cluster



# Seniorentypologie

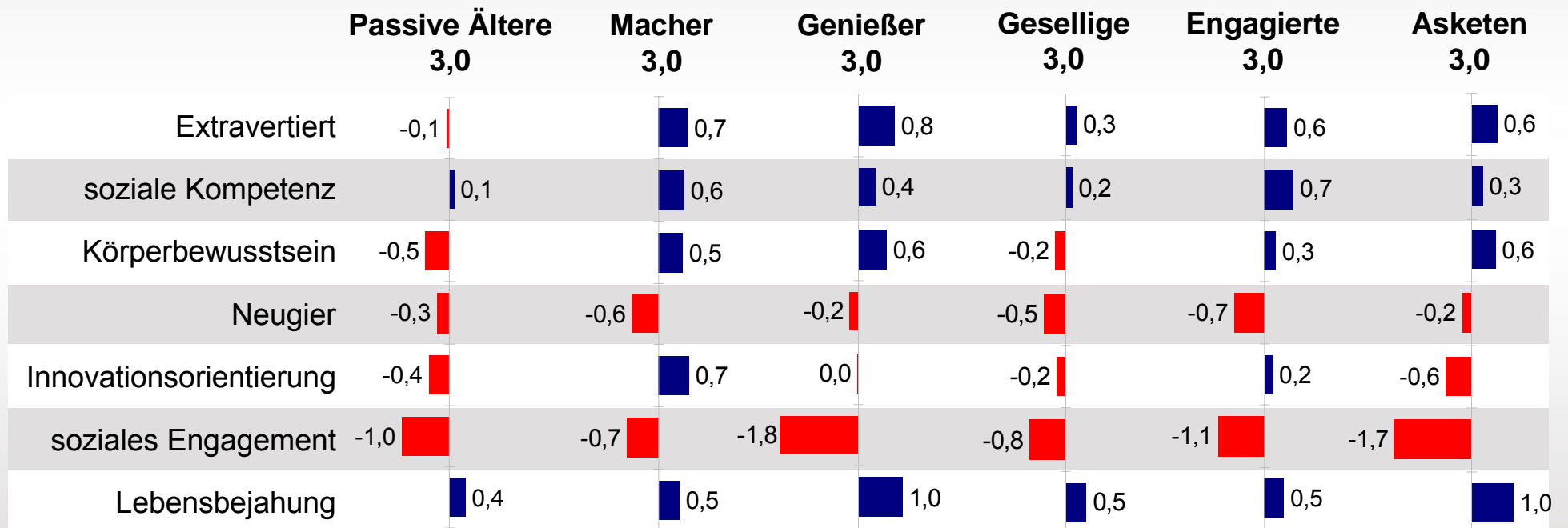
## Altersverteilung



Quelle: Support / Konzept & Markt Seniorenpanel 2004

# Einstellungsprofile im Überblick

## Abweichungen vom Durchschnittswert



1 = trifft voll und ganz zu  
6 = trifft überhaupt nicht zu

Basis: Alle Befragten

## Typenprofil „Passive Ältere“ (28%)



### Top 5 Einstellungen:

- Ich führe ein einfaches, bescheidenes Leben
- Es ist wichtig, ein Ziel zu haben, das dem Leben Sinn gibt
- Ich kann mich gut durchsetzen
- Ich bin eher ein Vernunftsmensch
- Ich fühle mich etwas altmodisch bezüglich all der neuen Technik

<b>Durchschnittsalter:</b>	<b>70 Jahre</b>
<b>Anteil Frauen:</b>	<b>68%</b>
<b>Anteil verwitwet:</b>	<b>35%</b>
<b>Durchschnittliches Haushaltsnetto:</b>	<b>1.571 Euro</b>
<b>Aktiv Sport:</b>	<b>13%</b>
<b>Regelmäßige PKW-Nutzung:</b>	<b>14%</b>
<b>Urlaubsreisen:</b>	<b>22%</b>
<b>Gesundheitszustand:</b>	<b>3,8</b>

### Häufigste

#### Freizeit-Aktivitäten:

- Bücher lesen
- Musik hören
- Kochen
- Handarbeiten
- Gesellschaftsspiele
- Garten
- Konzerte besuchen
- Sammeln
- Malen / zeichnen
- Kino besuchen

#### Wohnform:

#### Berufstätigkeit:

### Häufigste

#### Musikstile:

- Deutsche Schlager
- Oldies / Evergreens
- Volksmusik
- Klassische Musik instrumental
- Opern / Operette

**gemietete Wohnung (56%)**

**eigenes Haus (37%)**

**Rente (62%), Vollzeit (8%)**

## Typenprofil „Macher“ B (21%)



### Top 5 Einstellungen:

- Ich kann mich gut durchsetzen
- Ich übernehme gern Verantwortung
- Es ist wichtig, ein Ziel zu haben, das dem Leben Sinn gibt
- Es ist mir sehr wichtig, etwas für mein körperliches und seelisches Wohlbefinden zu tun
- Etwas Neues zu schaffen, macht mir Spaß

<b>Durchschnittsalter:</b>	<b>61 Jahre</b>
<b>Anteil Männer:</b>	<b>57%</b>
<b>Anteil verheiratet:</b>	<b>79%</b>
<b>Durchschnittliches Haushaltsnetto:</b>	<b>2.415 Euro</b>
<b>Aktiv Sport:</b>	<b>59%</b>
<b>Regelmäßige PKW-Nutzung:</b>	<b>85%</b>
<b>Urlaubsreisen:</b>	<b>100%</b>
<b>Gesundheitszustand:</b>	<b>2,0</b>

### Häufigste

#### Freizeit-Aktivitäten:

- Bücher lesen
- Musik hören
- Garten
- Kochen
- Heimwerken
- Konzerte besuchen
- Fotografieren
- PC / Computer
- Vereinsarbeit
- Internet

#### Wohnform:

#### Berufstätigkeit:

### Häufigste

#### Musikstile:

- Oldies / Evergreens
- Deutsche Schlager
- Klassische Musik instrumental
- Opern / Operette
- Volksmusik

**gemietete Wohnung (37%)**

**eigenes Haus (55%)**

**Rente (36%), Vollzeit (47%)**

## Typenprofil „Genießer“ (17%)



### Top 5 Einstellungen:

- Es ist wichtig, ein Ziel zu haben, das dem Leben Sinn gibt
- Ich kann mich gut durchsetzen
- Neue Menschen kennen zu lernen, fällt mir leicht
- Es ist mir sehr wichtig, etwas für mein körperliches und seelisches Wohlbefinden zu tun
- Mir fällt es leicht, auf andere Leute zuzugehen und sie anzusprechen

<b>Durchschnittsalter:</b>	<b>62 Jahre</b>
<b>Anteil Männer:</b>	<b>61%</b>
<b>Anteil verheiratet:</b>	<b>79%</b>
<b>Durchschnittliches Haushaltsnetto:</b>	<b>2.212 Euro</b>
<b>Aktiv Sport:</b>	<b>64%</b>
<b>Regelmäßige PKW-Nutzung:</b>	<b>90%</b>
<b>Urlaubsreisen:</b>	<b>100%</b>
<b>Gesundheitszustand:</b>	<b>2,4</b>

### Häufigste

#### Freizeit-Aktivitäten:

- Bücher lesen
- Musik hören
- Garten
- Kochen
- Heimwerken
- PC / Computer
- Konzerte besuchen
- Sportveranstaltungen besuchen
- Fotografieren
- Internet

#### Wohnform:

#### Berufstätigkeit:

### Häufigste

#### Musikstile:

- Oldies / Evergreens
- Deutsche Schlager
- Popmusik
- Klassische Musik instrumental
- Opern / Operette

**gemietete Wohnung (37%)  
eigenes Haus (53%)**

**Rente (42%), Vollzeit (41%)**

## Typenprofil „Gesellige“ (12%)



### Top 5 Einstellungen:

- Ich übernehme gern Verantwortung
- Es ist wichtig, ein Ziel zu haben, das dem Leben Sinn gibt
- Ich kann mich gut durchsetzen
- Neue Menschen kennen zu lernen, fällt mir leicht
- Ich bin eher ein Vernunftsmensch

<b>Durchschnittsalter:</b>	<b>64 Jahre</b>
<b>Anteil Frauen:</b>	<b>53%</b>
<b>Anteil verheiratet:</b>	<b>71%</b>
<b>Durchschnittliches Haushaltsnetto:</b>	<b>1.978 Euro</b>
<b>Aktiv Sport:</b>	<b>34%</b>
<b>Regelmäßige PKW-Nutzung:</b>	<b>87%</b>
<b>Urlaubsreisen:</b>	<b>100%</b>
<b>Gesundheitszustand:</b>	<b>3,8</b>

### Häufigste

#### Freizeit-Aktivitäten:

- Bücher lesen
- Musik hören
- Garten
- Kochen
- Gesellschaftsspiele
- Konzerte besuchen
- Handarbeiten
- Heimwerken
- Fotografieren
- Vereinsarbeit

#### Wohnform:

#### Berufstätigkeit:

### Häufigste

#### Musikstile:

- Oldies / Evergreens
- Deutsche Schlager
- Klassische Musik instrumental
- Volksmusik
- Opern / Operette

**gemietete Wohnung (43%)**

**eigenes Haus (49%)**

**Rente (58%), Vollzeit (20%)**

# Typenprofil „Engagierte“ (11%)



## Top 5 Einstellungen:

- Es ist wichtig, ein Ziel zu haben, das dem Leben Sinn gibt
- Ich übernehme gern Verantwortung
- Es ist mir sehr wichtig, etwas für mein körperliches und seelisches Wohlbefinden zu tun
- Ich habe einen beruhigenden Einfluss auf andere
- Ich kann mich gut durchsetzen

<b>Durchschnittsalter:</b>	<b>66 Jahre</b>
<b>Anteil Frauen:</b>	<b>63%</b>
<b>Anteil verheiratet:</b>	<b>58%</b>
<b>Durchschnittliches Haushaltsnetto:</b>	<b>1.668 Euro</b>
<b>Aktiv Sport:</b>	<b>39%</b>
<b>Regelmäßige PKW-Nutzung:</b>	<b>15%</b>
<b>Urlaubsreisen:</b>	<b>41%</b>
<b>Gesundheitszustand:</b>	<b>2,2</b>

## Häufigste

### Freizeit-Aktivitäten:

- Musik hören
- Bücher lesen
- Kochen
- Garten
- Heimwerken
- Konzerte besuchen
- Handarbeiten
- Gesellschaftsspiele
- Fotografieren
- Kino besuchen

### Wohnform:

**gemietete Wohnung (60%)  
eigenes Haus (27%)**

### Berufstätigkeit:

**Rente (53%), Vollzeit (20%)**

## Häufigste

### Musikstile:

- Oldies / Evergreens
- Deutsche Schlager
- Opern / Operette
- Klassische Musik instrumental
- Volksmusik

## Typenprofil „Asketen“ (11%)



### Top 5 Einstellungen:

- Es ist wichtig, ein Ziel zu haben, das dem Leben Sinn gibt
- Es ist mir sehr wichtig, etwas für mein körperliches und seelisches Wohlbefinden zu tun
- Neue Menschen kennen zu lernen, fällt mir leicht
- Ich führe ein einfaches, bescheidenes Leben
- Man muss vom Leben profitieren, solange man noch jung und frei ist

<b>Durchschnittsalter:</b>	<b>68 Jahre</b>
<b>Anteil Frauen:</b>	<b>68%</b>
<b>Anteil verwitwet:</b>	<b>35%</b>
<b>Durchschnittliches Haushaltsnetto:</b>	<b>1.612 Euro</b>
<b>Aktiv Sport:</b>	<b>50%</b>
<b>Regelmäßige PKW-Nutzung:</b>	<b>13%</b>
<b>Urlaubsreisen:</b>	<b>40%</b>
<b>Gesundheitszustand:</b>	<b>2,5</b>

### Häufigste

#### Freizeit-Aktivitäten:

- Musik hören
- Bücher lesen
- Kochen
- Garten
- Gesellschaftsspiele
- Konzerte besuchen
- Fotografieren
- Heimwerken
- Sportveranstaltungen besuchen
- Handarbeiten

### Häufigste

#### Musikstile:

- Oldies / Evergreens
- Deutsche Schlager
- Opern / Operette
- Klassische Musik instrumental
- Volksmusik

#### Wohnform:

**gemietete Wohnung (54%)  
eigenes Haus (35%)**

#### Berufstätigkeit:

**Rente (66%)**

- Auf der Basis von Mobilität und psychologischen Einstellungen lassen sich 6 Seniorentypen ermitteln.
- Die größte Gruppe stellen die passiven Älteren; überwiegend Frauen, der Altersschwerpunkt liegt bei 65 Jahren und mehr.
- Daneben gibt es ausgesprochen aktive Typen. Die Macher und die Genießer sind eher jüngere Personen, die zum Teil noch im Erwerbsleben stehen. Sie sind gesund, mobil und vielseitig interessiert.
- Neben den passiven Älteren hat auch der Gesellige einen relativ schlechten Gesundheitszustand. Trotzdem bleibt dieser Typ mobil und vielseitig interessiert.
- Zwei weitere Frauentypen sind zwar nicht so mobil, aber körperlich fit und engagiert. Sie sind aufgrund der Einkommenssituation aber nicht so konsumorientiert.

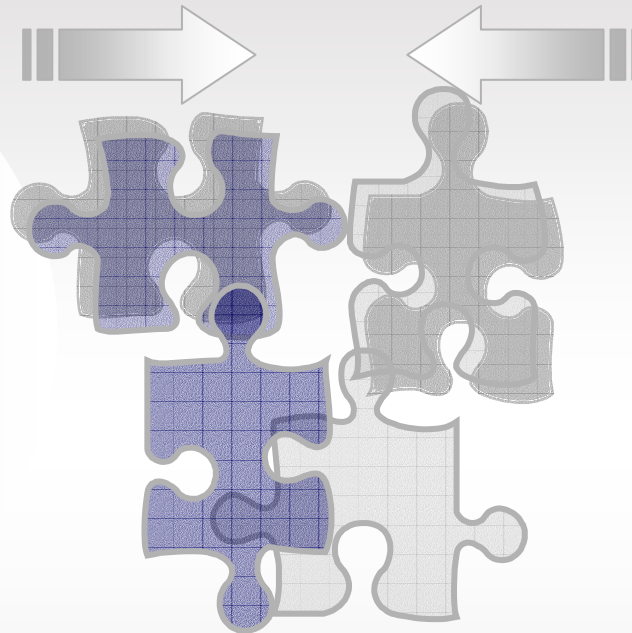
- Stellenwert der Best Agers
- Wer sind die Best Agers?
- Welche Typen von Best Agers gibt es?
- Wie lassen sich die Best Agers erreichen?

# Verbindung von Marktforschungs- und Potenzialdaten: Haushaltsdaten von Acxiom Corporation

## Zusammenführung der Datenquellen

### Marktforschung:

- Typenzuordnung und Aktualisierung im Seniorenpanel
- Abfrage nach Verbrauchergewohnheiten und Interessen
- Abfrage nach Neuproduktinteresse, Konzepttests, Nachfrageverhalten



### Mikrogeografische Datenbank:

- Haushaltsdaten
  - Alter, Geschlecht
  - sozialer Status, Bonität
  - Ausländeranteil, Familienstrukturen
  - Regionaltypen
  - Straßentypen
  - Bebauungstypen
- Selektion von Adressen mit hohem Käuferpotenzial

KONZEPT & MARKT

Support  
Research & Marketing Service GmbH

ACXIOM®

**Ziel:** Für ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung wird ermittelt

- Welcher Typ kauft mit einer hohen Wahrscheinlichkeit?
- Wie viele Personen umfasst dieser Typ bundesweit?
- Mit welchen Argumenten spreche ich diesen Typ am besten an?
- Welche Adressen bieten das größte Vermarktungspotenzial?

KONZEPT & MARKT

## Ihr Ansprechpartner

Konzept & Markt GmbH  
Herr Dr. Ottmar Franzen  
Tel: 0611 / 69017-11  
Rheingaustraße 88  
65203 Wiesbaden

E-Mail: [Franzen@Konzept-und-Markt.com](mailto:Franzen@Konzept-und-Markt.com)  
<http://www.konzept-und-markt.com>

