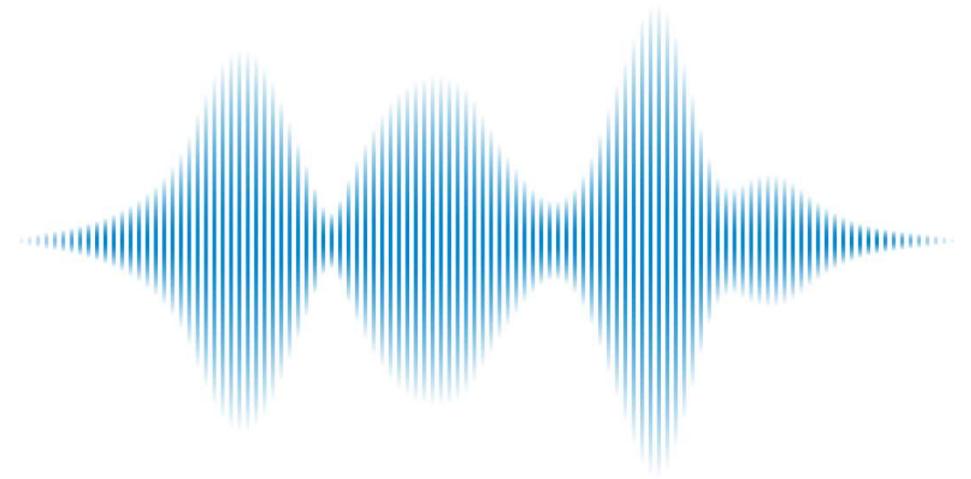
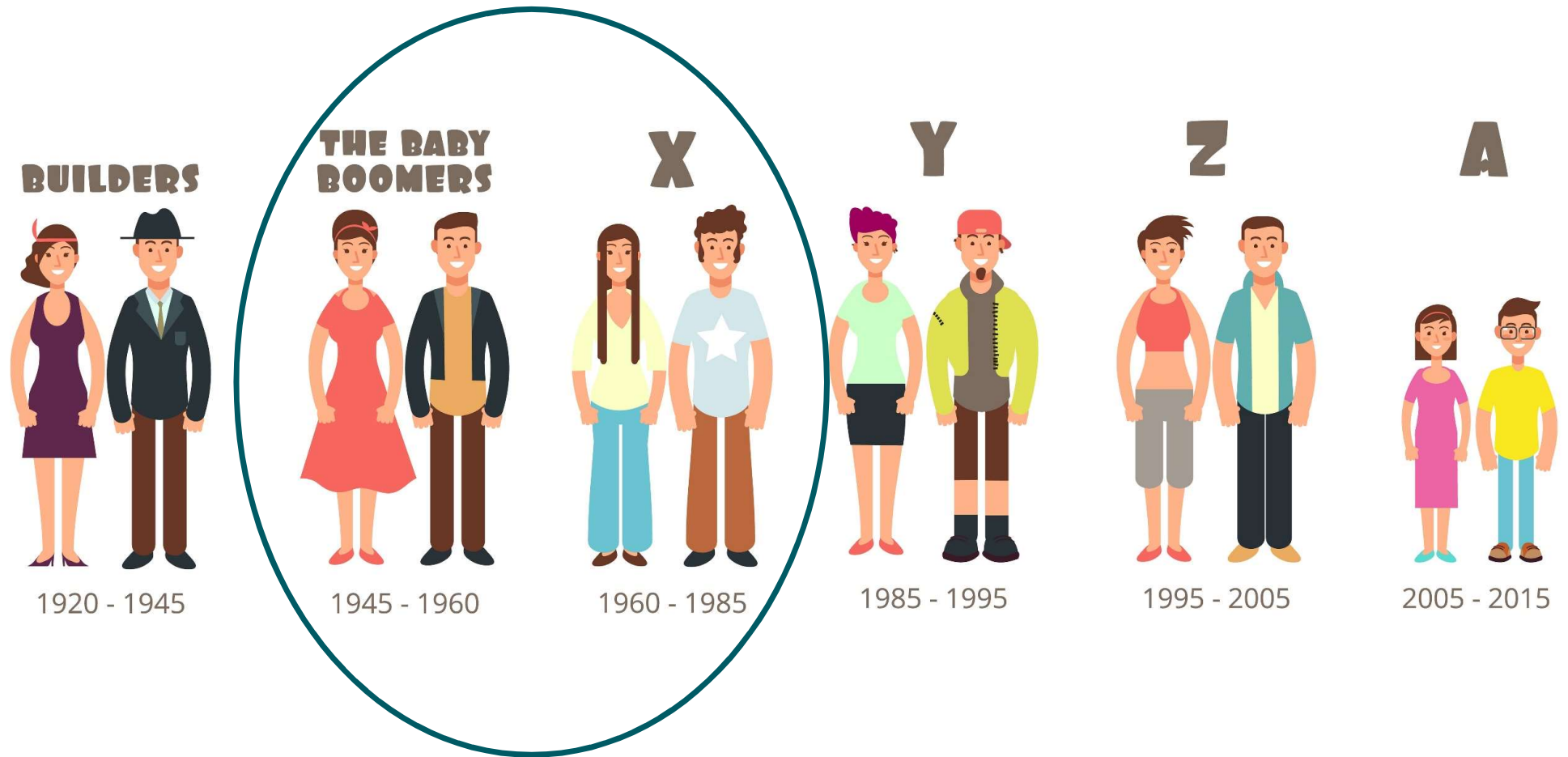


Babyboomer und Generation X

ihre Lebenswünsche und digitale Möglichkeiten



Die Generationen



BABY BOOMER, 1945 - 1960



Einflüsse

geburtenstarke Jahrgänge
späte Nachkriegszeit sowie das Wirtschaftswunder
starke Verbesserung des Lebensstandards

Arbeit

Hoher Stellenwert - in dieser Gruppe galt **leben um zu arbeiten** und definieren sich über Ihren Beruf

Kommunikation / Mediennutzung

Hauptsächlich das Telefon
Smartphone-Durchdringung nimmt stetig zu

Digitale Affinität

„Digitale Immigranten“ durch Beruf und Familie

Social Media Nutzung

Facebook wächst bei den über 60-jährigen
ca. 55% nutzen Facebook

GENERATION X, 1960 - 1985



Wirtschaftskrise & ansteigende Scheidungsraten
Umweltkatastrophen wie Tschernobyl und Ozonloch

Ambitioniert, besetzen die meisten Management & Führungspositionen
Work-Life-Balance wichtig → Arbeit um zu Leben
auch „Generation Burn-Out“

Hauptsächlich E-Mail und Mobiltelefon
Nutzung sowohl alter als auch neuer Medien

„Sandwich-Generation“ zwischen den entschieden online Affinen und zum Teil noch offline Auffindbaren,
Einzug der Digitalisierung miterlebt und mitgestaltet.

Facebook zwischen 55% und 63% Nutzung
Instagram wächst, liegt zwischen 32% und 50% Nutzung

BABY BOOMER, 1945 - 1960



Werte

Sicherheit
Gesundheit
„Gönn dir“ als neues Lebensmotto für den Ruhestand

Merkmale

Haben viel bewegt im Arbeitsleben und auch für die Gesellschaft z.B. Gleichberechtigung

Motivation

Arbeitsleistung anerkennen
Wertschätzung für ihre Erfahrung
Das Gefühl, gebraucht zu werden

Konsum

Qualität und Luxus wichtig
Statussymbole sehr relevant

GENERATION X, 1960 - 1985



Unabhängigkeit
Individualismus
Zeit

Pragmatismus und Konsum
Streben nach hoher Lebensqualität

Selbstbestimmung und hoher Freiheitsgrad
Wachstumsmöglichkeiten
Work-Life-Balance

Hohe Kaufkraft
starkes Konsumverhalten und Markenbewusstsein
„state of the art“-Technik

Bemerken Sie den Unterschied der Generationen?

Was bedeutet das für Sie?

Wie können Sie darauf reagieren?

Vielen Dank

