

Wettbewerb im Best-Ager Segment

wise.life

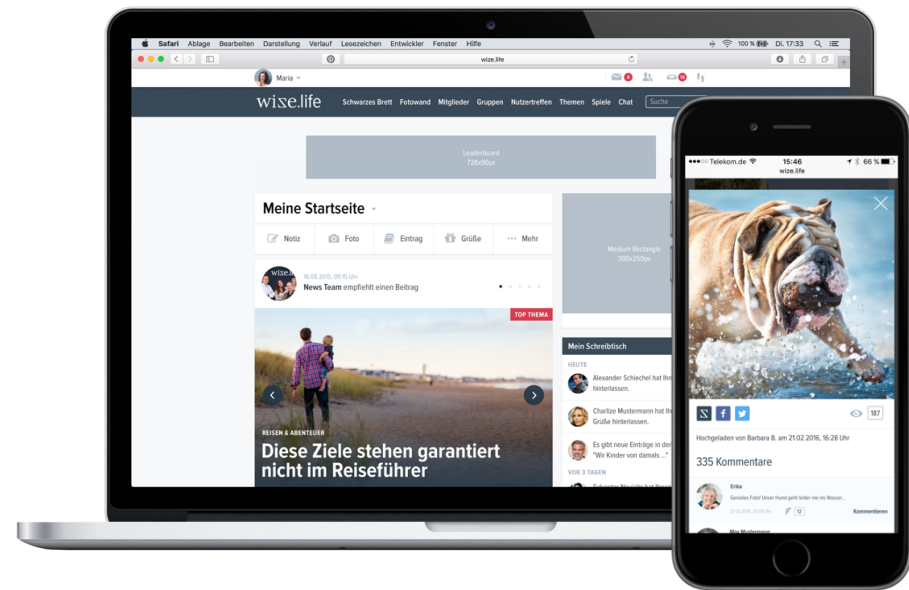
Demographischer und digitaler Wandel

Lange Zeit umgarnte die Werbewirtschaft junge Segmente und ernannte sie kurzerhand zur werberelevanten Zielgruppe.

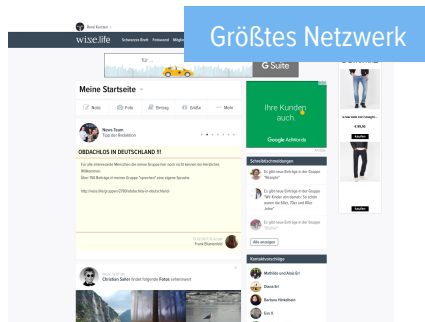
Der demografische Wandel stürzt dieses Denkmodell in die Krise. Jeden Tag wird deutlicher, dass die Musik in älteren Zielgruppen spielt. Die stärksten und kaufkräftigsten Jahrgänge sind 50+.

Parallel sorgt der digitale Wandel für eine Neuausrichtung der Medienlandschaft. Vorbei sind die Zeiten, als man sich bei der Bewerbung älterer Zielgruppen auf TV und Tageszeitung verlassen konnte. Smarte Endgeräte machen die Nutzung digitaler Angebote heute altersunabhängig.

So ist es kein Wunder, dass immer mehr digitale Plattformen, Communities und Netzwerke entstehen für die Zukunfts-Zielgruppe Best-Ager. Die wichtigsten haben wir auf der folgenden Seite ausgewiesen.



Der Wettbewerb in DACH, UK, USA



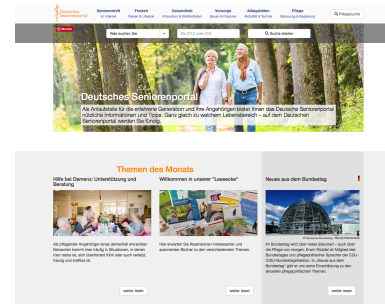
wize.life

„Für Leute, die das Leben kennen“
seit 2012



feierabend.de

„Das Portal für Junggebliebene“
seit 1998



deutsches-seniorenportal.de

Ratgeber-Website



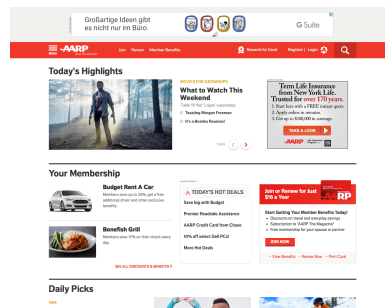
50plus-Treff.de

„Gemeinsam das Leben genießen“
Partnervermittlung



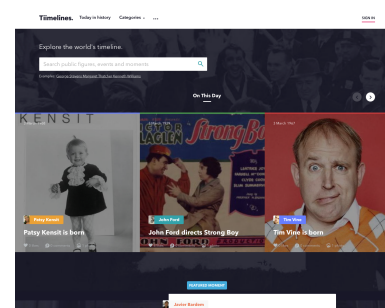
senior.com

„It's your Internet Company“



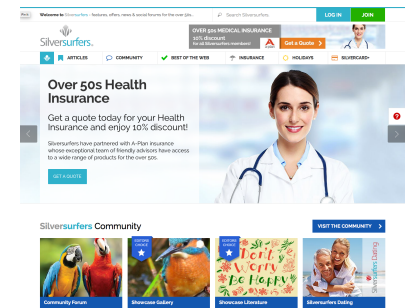
aarp.com

„Real possibilities“



tiimelines.com

„Explore the world's timeline“
seit 2016



silversurfers.co.uk

„Features, offers, news & social
forums for the over 50s“



Weitere Auskunft und Details zu weiteren Websites
auf Anfrage. Kontakt: Thomas Bily, t.bily@wize.life

wize.life