

PRESSE

mitteilung

Zürich / Berlingen, 4. Juli 2007

Lifestyle-Studie 50plus

Wie die ältere Generation lebt, wohnt und fühlt.

Die Schweizer Lifestyle-Studie 50plus wird es zeigen.

Berlingen/ Zürich/ Basel – Mit der ersten Schweizer Lifestyle-Studie 50plus liefert die terzKom AG in Zusammenarbeit mit dem Seniorenverband Nordwestschweiz erstmalig Einblicke in die Lebenssituation der Generation 50plus.

Über die Generation der 50-Jährigen und Älteren wird viel geschrieben und geredet. Wir kennen sie alle aus dem persönlichen Umfeld, als Eltern oder Oma und Opa, als Tanten und Onkeln. Für unternehmensrelevante Erkenntnisse mögen diese Kenntnisse einen Eindruck vermitteln, für bare Münze sind sie jedoch nicht zu gebrauchen. Wir kennen die Älteren auch aus Marktforschungsstudien. Durchaus auch sehr guten Studien, aber dort wird uns diese Altersgruppe sehr leblos in Form von Grafiken und Texten näher gebracht.

Mit der ersten Schweizer Lifestyle-Studie 50plus gehen die Initiatoren terzKom AG und Seniorenverband Nordwestschweiz (SVNW) einen neuen Weg. Sie dokumentieren die Lebenssituation der Schweizer Bürgerinnen und Bürger im Alter 50plus mittels Kamera und persönlichem Gespräch. Dabei geht es um die Wohnsituation ebenso wie um das Lieblingskleidungsstück, die Marken im Kühlschrank oder das bevorzugte Auto, den Stil der Wohnungseinrichtung, den Generationenzusammenhalt und um den persönlichen Lebensstil und das eigene Lebensmotto.

Die erste Schweizer Lifestyle-Studie 50plus will nicht nur Lebenssituationen dokumentieren, sondern auch unterschiedliche Altersbilder auf-

zeigen. Die Befragten repräsentieren die verschiedensten Typen der Schweizer Bevölkerung im Alter von 50 Jahren und älter.

Die terzKom AG und der Seniorenverband Nordwestschweiz treten für die Wertschätzung der älteren Generation ein. Denn die heutige Generation 50plus hat die Schweiz auf- und ausgebaut, hat den Wohlstand geschaffen von dem die jüngere Generation noch lange profitieren wird. Die Älteren haben noch drei Kinder gezeugt, Immobilieneigentum geschaffen und die Unternehmen reich gemacht. Heute ist es genau wieder diese Generation, die viel dazu beitragen wird, dass wir den demografischen Wandel bewältigen werden. In dieser Generation manifestieren sich die Chancen für sichere Arbeitsplätze, für mehr Konsum und für Wachstum.

Mit der ersten Schweizer Lifestyle-Studie 50plus wollen die Initiatoren auch etwas dazu beitragen, dass Vorurteile gegenüber den Älteren abgebaut werden und den Wert dieser Generation darstellen.

Interessenten die bei der ersten Schweizer Lifestyle Studie 50plus mitmachen wollen, wenden sich an Frau Sabine Kaiser bei der terzKom AG.

Zeichen: 2.604

Kontakt:

terzKom AG SCHWEIZ • Seestrasse 112 • Postfach • CH-8267 Berlingen
Tel. +41 (0) 52 770 27 37 • Fax +41 (0) 52 770 27 40 • terzkom@terzkom.ch • www.terzkom.ch