



Eine neue Studie zu den PEGGIs \* belegt:

### **Männer fühlen sich reif – Frauen fühlen sich alt**

**Filderstadt / Hannover, 13. Februar 2007.** Frauen stehen ihrem Alter viel kritischer gegenüber als Männer. Während bei nur 29% der Männer die negative Sicht dominiert, ist der Anteil der Pessimistinnen mit 43% bei den Frauen deutlich größer.

Diese Aussage ist Teil der Ergebnisse einer neuen Studie zum Thema ‚Altern‘ aus der Sicht der PEGGIs – der Generation 50plus genannten Männer und Frauen zwischen 50 und 75 Jahren. Durchgeführt wurde die Studie vom Marktforschungsinstitut EYE research mit Sitz in Filderstadt bei Stuttgart zusammen mit dem Reifennetzwerk in Hannover..

In persönlichen Interviews gaben 200 Männer und Frauen darüber Auskunft, wie sie mit dem Thema Altern umgehen, welche Hoffnungen und Ängste sie mit dem eigenen Älterwerden verbinden. Überraschendes Ergebnis dabei ist, dass die positive Sichtweise ausgeprägter scheint als Pessimismus und Ängste: die Mehrheit der Menschen sieht das ‚dritte Lebensalter‘ eher als Chance und Gewinn. Die negativ geprägte Sicht des Älterwerdens hingegen findet sich nur bei einem Drittel der Studienteilnehmer. Dabei fiel den Forschern von EYE research auf, dass dieser optimistische Blick auf das Leben nach 50 „weniger eine Frage des Alters selbst ist, sondern eher eine Frage des Geschlechts“, wie EYE research Geschäftsführer Christoph Blum erklärt. Männer fühlen sich reif – Frauen fühlen sich alt.

„Das Älterwerden wird selbst aus Sicht der Menschen über 50 Jahren immer noch mit zweierlei Maß gemessen“, erklärt Projektleiter Christoph Blum, „und weil gerade Klischees auch als selbsterfüllende Prophezeiung wirken, beeinflussen sie nicht nur das Erleben, sondern auch das Verhalten von Männern und Frauen ganz unterschiedlich“.

Unternehmen, die PEGGIs ansprechen, sollten die verschiedenartigen Sichtweisen berücksichtigen.

\*) PEGGI bedeutet P=Persönlichkeit, E=Erfahrung, G=Geschmack, G=Geld, I=Interessen. Dieses Kunstwort ist eine Bezeichnung, die sowohl von den Unternehmen als positiv empfunden, als auch von der Zielgruppe selbst akzeptiert werden kann.

Die komplette Studie können Sie anfordern.

EYE research, Christoph Blum 0711/ 70709561  
Raiffeisenstr. 13, 70794 Filderstadt  
[c.blum@eye-research.de](mailto:c.blum@eye-research.de), <http://www.eye-research.de>

oder

Das ReifeNetzwerk, Friedlies Reschke, 0511 /953 943  
c/o PRÖTT & PARTNER GbR, Sertürnerstr. 18, 30559 Hannover  
[reschke@reifenetzwerk.de](mailto:reschke@reifenetzwerk.de), <http://www.reifenetzwerk.de>