



Babyboomer im Netz: Wer erreicht die neue Online-Generation 65+?

Michael Fiedler

44 Prozent der über 65-Jährigen nutzen soziale Netzwerke – vor fünf Jahren waren es erst 15 Prozent. Für Versicherer und Vermittler entsteht damit eine neue digitale Kontaktzone zur Generation 65+. Doch mit der wachsenden Präsenz steigen auch Haftungsfragen, etwa bei digitaler Kommunikation, Persönlichkeitsrechtsverletzungen oder Social-Media-Nutzung im privaten Bereich.

Soziale Netzwerke sind längst kein Jugendphänomen mehr

Neues aus der Welt erfahren, Kontakt zu alten Freunden halten oder selbst Beiträge veröffentlichen: Immer mehr Seniorinnen und Senioren entdecken soziale Netzwerke für sich. Das zeigt eine repräsentative Befragung unter 1.004 Personen ab 65 Jahren in Deutschland im Auftrag des Bitkom.

Demnach nutzen inzwischen 44 Prozent der Menschen ab 65 Jahren Plattformen wie Facebook, Instagram oder X. Vor fünf Jahren waren es erst 15 Prozent. Besonders aktiv ist die Altersgruppe zwischen 65 und 69 Jahren: Zwei Drittel (66 Prozent) sind hier in sozialen Netzwerken unterwegs. Zwischen 70 und 74 Jahren sind es noch 56 Prozent. Ab 75 Jahren sinkt der Anteil deutlich – auf 30 Prozent bei den 75- bis 79-Jährigen und 24 Prozent bei den über 80-Jährigen. „Soziale Netzwerke sind in allen Generationen angekommen. Sie bieten gerade auch älteren Menschen

die Chance, informiert und gesellschaftlich verbunden zu bleiben“, sagt Bitkom-Präsident Dr. Ralf Wintergerst.

Facebook klar vorn – TikTok bleibt Randerscheinung

Unter den aktiven Social-Media-Nutzerinnen und -Nutzern ab 65 Jahren liegt Facebook mit 60 Prozent klar vorne. Es folgen StayFriends (31 Prozent), X (20 Prozent) sowie Instagram (19 Prozent). Business-Plattformen spielen bislang eine untergeordnete Rolle: LinkedIn nutzen 4 Prozent, Xing 15 Prozent. TikTok bleibt mit 5 Prozent ein Nischenthema in dieser Altersgruppe. Nur 53 Prozent der älteren Social-Media-Nutzer sind täglich aktiv. Wer täglich online ist, verbringt im Durchschnitt 26 Minuten pro Tag auf den Plattformen.

Digitale Präsenz trifft auf Versicherungsrealität

Für Versicherer und Vermittler ist diese Entwicklung strategisch relevant. Die Altersgruppe 65+ ist nicht nur demografisch stark, sondern verfügt häufig über Immobilienbesitz, Kapitalanlagen und laufende Altersvorsorgeverträge. Gleichzeitig verändert sich das Informationsverhalten. Digitale Sichtbarkeit ersetzt zwar keine persönliche Beratung – erweitert aber die Kontaktpunkte. Gerade bei Themen wie Altersvorsorge, Pflegeabsicherung oder Vermögensübertragung entstehen neue Berührungspunkte im digitalen Raum.

Doch mit der zunehmenden Social-Media-Nutzung wachsen auch versicherungsrelevante Fragestellungen:

- Decken private Haftpflichtversicherungen Persönlichkeitsrechtsverletzungen im Netz ausreichend ab?
- Sind Cyber-Bausteine in Seniorentarifen vorgesehen oder sinnvoll?
- Wie gehen Versicherer mit digitalen Risiken einer Generation um, die zwar online ist, aber nicht digital sozialisiert wurde?

Während jüngere Zielgruppen oft selbstverständlich mit Datenschutz, Fake-Profilen oder Identitätsdiebstahl umgehen, fehlt älteren Nutzerinnen und Nutzern teilweise die Routine im Umgang mit digitalen Risiken.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4948363/Babyboomer-im-Netz-Wer-erreicht-die-neue-Online-Generation-65/>