# PRESSEMITTEILUNG

## Fortsetzung der großen Witt-Studie: „So liebt und lebt die Generation 50+ in den Niederlanden“

### Mehr Sex und glücklichere Liebesbeziehungen: Die Generation 50+ in den Niederlanden liebt die Liebe

**Maastricht/Weiden, Mai 2025 – Mit der großen Witt-Studie „So liebt und lebt die Generation 50+ in Deutschland“ hat die Witt-Gruppe im vergangenen Jahr tiefgehende Einblicke in die Lebensrealität der 50- bis 70-Jährigen in Deutschland ermöglicht. Die durchweg positive Resonanz aus der Öffentlichkeit untermauerte die Bedeutung und den Wert der gewonnenen Erkenntnisse und inspirierte die Witt-Gruppe dazu, die Studie international auszuweiten. Die Niederlande wurden als erster Schritt dieser Expansion gewählt, ein strategisch bedeutender Markt, in dem das Unternehmen mit drei Marken präsent ist. Diese Initiative verspricht nicht nur zusätzliche wertvolle Einblicke in die Lebens- und Liebesgewohnheiten der Generation 50+, sondern verstärkt auch die Relevanz des Themas auf internationaler Ebene.**

**Selbstbewusste „Jetzt Ich“-Generation, die sich jung fühlt**
Die neueste Witt-Studie „So lebt und liebt die Generation 50+ in den Niederlanden“, durchgeführt vom Rheingold Institut, zeigt deutliche Parallelen zwischen den 50- bis 70-Jährigen in Deutschland und den Niederlanden. Auch in den Niederlanden fühlt sich die Generation 50+ im Durchschnitt jünger als ihr tatsächliches Alter und kann als die „Jetzt Ich“-Generation bezeichnet werden. Sie ist selbstbewusster, legt weniger Wert auf die Meinung anderer und trifft freier eigene Entscheidungen. So sagte eine Teilnehmerin: „Früher war ich schüchtern. Jetzt ist mir egal, was andere denken, ich gehe einfach gegen die Dinge an.“

**Beziehung und Unabhängigkeit? Kein Widerspruch für die Generation 50+!**
Die Einstellung „Jetzt ich“ wird auch beim Blick auf Beziehungen spürbar. Drei Viertel dieser Altersgruppe sind in Partnerschaften, viele alleinstehende Frauen suchen allerdings keine neue Beziehung. Eine Teilnehmerin fasst ihre aktuelle Beziehung unter der Bezeichnung „Living apart together“ zusammen – ein Lebensstil, der Unabhängigkeit und Freiheit betont, während emotionale Nähe erhalten bleibt. Diese Aussage steht stellvertretend für den Trend, dass viele Menschen über 50 ihre Beziehungsmodelle neu definieren. Sexualität bleibt für viele ein bedeutender Lebensaspekt, mit über einem Viertel der Befragten, die mehrmals im Monat intim werden.

**Liebe und Sex in den Niederlanden: Unterschiede zu Deutschland**
Beim Blick auf das Thema Beziehung und Sexualität zeigen sich zwischen Deutschland und den Niederlanden allerdings auch Unterschiede. In den Niederlanden bezeichnen 73% der Befragten ihre Beziehung als Liebesbeziehung, im Vergleich zu 63% in Deutschland. Zudem sind mehr Menschen (38%) äußerst zufrieden mit ihrer Beziehung als in Deutschland (26%). Sex ist in den Niederlanden innerhalb und außerhalb der Beziehung wichtiger als in Deutschland: 37% der Niederländer haben mehrmals im Monat oder sogar mehrmals pro Woche Sex, in Deutschland sind es nur 30%. 63% der Niederländer suchen bei einer neuen Beziehung nach gutem Sex, während in Deutschland nur 53% diesen Aspekt priorisieren. 21%

der Niederländer würden eine rein sexuelle Beziehung genügen, im Gegensatz zu 13% in Deutschland.

**Geselliger und online aktiver als in Deutschland**
In den Niederlanden sind die Menschen zudem geselliger als in Deutschland: 46 % der Niederländerinnen und Niederländer der Generation 50+ treffen sich mindestens einmal pro Woche mit Familie und Kindern, während dies in Deutschland nur 36 % tun. Die Nutzung von Messengern wie WhatsApp und Facebook ist in den Niederlanden sehr stark ausgeprägt, was auf eine größere Online-Affinität hinweist. Die Befragten in den Niederlanden scheinen persönliche Begegnungen dem Online-Dating vorzuziehen – nur 6% nutzen Online-Dating-Portale im Vergleich zu 10% in Deutschland. Die größere Online-Affinität zeigt sich auch beim Online-Shopping: Der Online-Anteil bei der Witt-Gruppe beträgt in den Niederlanden 51%, während es in Deutschland nur 38% sind.

**Quantifizierung der Beziehungstypen**
Ein zentraler Bestandteil der Studie war auch die Quantifizierung der sechs Beziehungstypen, die sich in der qualitativen Befragung in Deutschland herausgebildet haben. Wie bereits angenommen, zählt der Großteil der Generation 50+ zu den „Bewahrern“ (25 %) oder „Minimierern“ (33 %). 16 % gelten als „die Unverbindlichen“, 11 % als „die Halt-Suchenden“, 9 % als „die ewig Jungen“ und 6 % als „die Neustarter“. Rund zwei Drittel der Befragten lassen sich damit eher tradierten Beziehungsformen zuordnen. Etwa ein Drittel steht dagegen für die sich wandelnde Generation 50+, die sich zunehmend aus alten Mustern und Modellen befreit.

**Wie denkt, liebt und lebt die Generation 50+?**
Marloes Van Kooten, Geschäftsführerin Einkauf bei der Witt-Gruppe, kommentiert: „Die demografischen Veränderungen rücken ältere Bevölkerungsgruppen zunehmend in den Fokus. Während häufig die Generation Z im Mittelpunkt steht, widmen wir uns der Generation 50+. Mit der Erweiterung unserer Studie auf die Niederlande möchten wir ein tieferes Verständnis dafür gewinnen, wie diese Generation denkt, liebt und lebt. Der Sinn der Witt-Gruppe ist es, allen Kunden die beste Zeit ihres Lebens zu ermöglichen.“

**Über die Witt-Gruppe**
Mit 21,1 Millionen Kund*innen weltweit, einem Umsatz von 1,257 Mrd. Euro (IFRS) im Geschäftsjahr 2024/25 und einem Onlineanteil von rund 40 Prozent zählt die Witt-Gruppe zu den führenden textilen Omnichannel-Unternehmen für die Zielgruppe 50plus. Die Unternehmensgruppe ist derzeit mit fünf Markenkonzepten in zehn Ländern, darunter die 1907 gegründete Marke Witt, sowie mit 20 Online-Shops aktiv. Daneben ist das Weidener Unternehmen auch mit rund 110 Filialen im stationären Handel vertreten. Seit Ende 2019 gehört die Marke heine zur Witt-Gruppe.
Die Witt-Gruppe ist mit rund 3.700 Mitarbeitenden nicht nur einer der größten Arbeitgeber der Oberpfalz, sondern auch einer der beliebtesten Deutschlands und gehört zu den rund fünf Prozent der beliebtesten Unternehmen auf kununu. Seit 1987 ist die Witt-Gruppe Teil der Otto Group. Weitere Informationen finden Sie unter www.witt-gruppe.eu.

**Kontakt:**
Rainer Hagner
Corporate Communication
0961/400-1618
Rainer.Hagner@witt-gruppe.eu