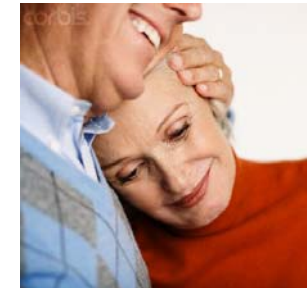




# De belevingswereld van de oudere consument: Kansen voor Kunst en Cultuur ??





 Vrienden die <b>aanbellen</b>	 Vrolijke <b>muziek</b>
 <b>Spetterend plezier</b>	<b>U geniet op uw eigen manier van geluid</b> Daarom luisteren onze hoorspecialisten naar u en krijgt u de beste hooroplossing, op maat. <b>GRATIS</b> hooradvies bij u in de buurt, bel 0900-40 40 500* of ga naar <a href="http://www.beterhoren.nl">www.beterhoren.nl</a> <b>BeterHoren</b> We brengen geluid tot leven



te oud voor een anti-age advertentie.

maar dit is geen anti-age, dit is pro-age, een nieuwe verzorgingslijn voor je huid, van dove, omdat een mooie huid geen leeftijd kent.

[www.doveproage.nl](http://www.doveproage.nl)



nieuwe dove pro-age



**VERTROUWD**  
Gevoel

**NIVEA**  
Creme



**De wil**  
van Michiel van Fastenhouet

Genieten van het water. De seizoenen vanaf mijn bootje voorbij zien trekken, van het tere groen van de lente tot het heldere zwart-wit van de winter." Het kan.

**Loopt u lijfrente af?**  
Eenvoudig naar een uitkering die past bij uw toekomstplannen.

Ieder mens heeft wel een droom. Een wens. Een ambitie. Ieder mens maakt plannen. Michiel wil kunnen blijven genieten van het water. Voor u kan het iets anders zijn.

Met werk doet u ook, jaren getraind sloot u een lijfrenteverzekering af. Dat kapitaal komt nu vrij en het is van belang om een aantal goede keuzes te maken. Want om te kunnen doen wat u wilt graag wilt, moet u zich geen zorgen hoeven te maken over de dingen die gewoon goed geregeld moeten zijn. Zoals de hoogte van uw inkomen. Nu en later.

AEGON helpt bij dit en helpt u bij het maken van die keuzes met het AEGON Lijfrente Stoppenglan. U gaat hiermee in vier overzichtelijke stappen, van het vrijkomende bedrag uit uw lijfrente-verzekering naar de aanvulling op uw inkomen die het best past bij uw situatie. Bij uw toekomstplannen.

U vindt het AEGON Lijfrente Stoppenglan in onze gratis brochures. Ga hiervoor naar [www.aegon.nl](http://www.aegon.nl) of vraag ernaar bij uw adviseur. Wil u vooral al een indicatie van de hoogte van uw lijfrente-uitkering? Bereken deze dan met de AEGON LijfrenteCalculator op onze website.

Het AEGON Lijfrente Stoppenglan vindt u op [www.aegon.nl](http://www.aegon.nl) of vraag ernaar bij uw adviseur.




**Zorgeloos jezelf zijn**

Depeñid omdat je durft te leven!

Booming Experience



De belevingswereld van de oudere consument:  
een speurtocht

1. Consumer insights:  
De belevingswereld van oudere consumenten
2. Marketing consequenties

# \* De belevingswereld van de oudere consument: een speurtocht

Nooit te oud  
om te leren ??



NU: Leeftijdskorting.

Deze bon maakt u 10 jaar ouder.

Zo nu en dan is het leuk om ouder te worden. Zeker nu Pearle Opticiens Leeftijdskorting geeft op ieder montuur. Bent u bijvoorbeeld zestig jaar, dan krijgt u zestig procent korting op uw montuur. En als u deze bon inlevert, mag u nog eens tien jaar bij uw leeftijd optellen. Krijgt u nog meer korting. Goeie actie van Pearle.

- Deze actie is niet geldig in combinatie met andere acties.
- Maximaal drie complete brillen met montuurkorting p.p.
- Bel 0800-0125 of kijk op [www.pearle.nl](http://www.pearle.nl) voor de Pearle Opticien bij u in de buurt.

- Deze actie is geldig tot en met 16 oktober 2005.
- Montuurkorting is geldig bij aanschaf van een complete bril.

**PEARLE**  
OPTICIENS

PEARLE

\* De belevingswereld van de oudere consument:  
een speurtocht

Het aantal 50-plussers in Nederland is

1. 3,5 miljoen
2. 4,5 miljoen
3. 5,5 miljoen

Bron: CBS: 1 nov 2006



\* De belevingswereld van de oudere consument:  
een speurtocht

Het aantal mensen in Nederland tussen  
de 60 en 70 jaar is in 2025

1. toegenomen met 900.000
2. toegenomen met 655.000
3. afgenomen met 150.000



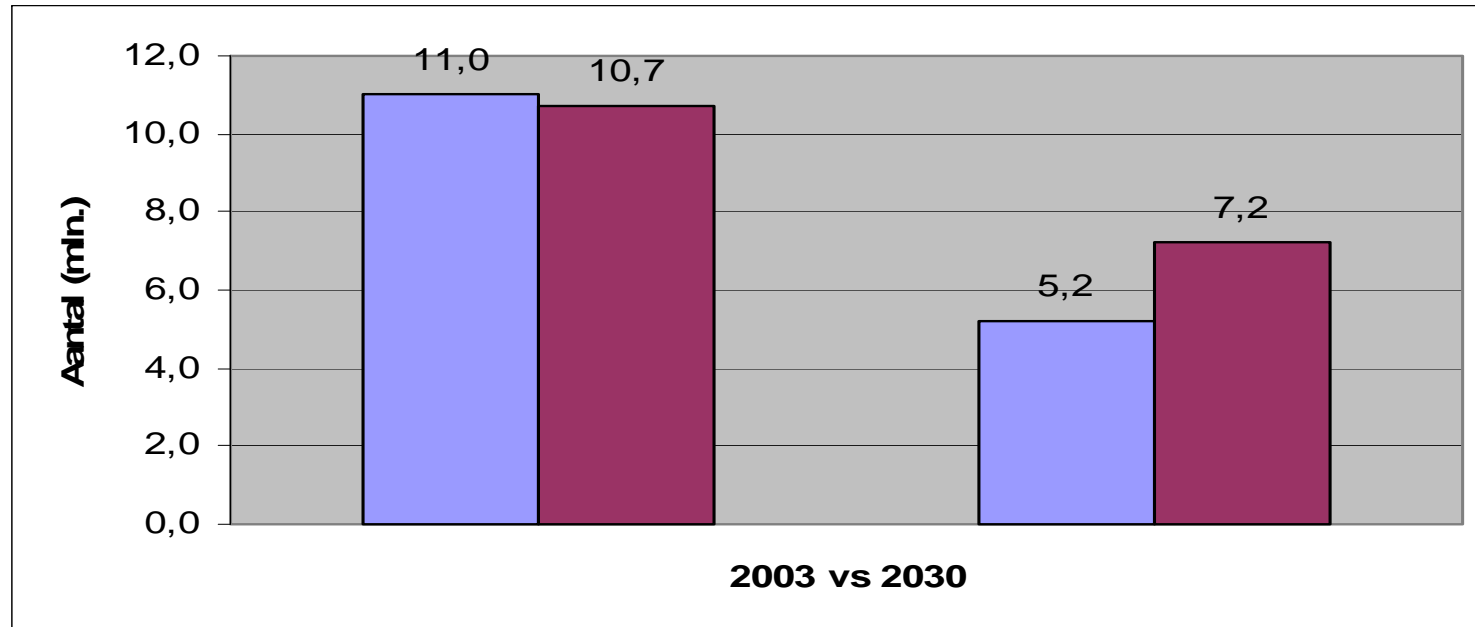
\* De belevingswereld van de oudere consument:  
een speurtocht

Het aantal uren dat een 55-plusser in Europa gemiddeld per week achter internet zit, is

1. 4,4 uur per week
2. 8,8 uur per week
3. 12,2 uur per week



## \* De demografische aardverschuiving tot 2030



- Aantal 50-plussers neemt toe met 40 %  
van 5,5 miljoen naar 7,2 miljoen
- Aantal 50-minners neemt af met 3 %  
van 11,0 miljoen naar 10,7 miljoen

Bron: CBS midden scenario  
Booming Experience

	0 - 9	10-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80-89	90<
2006	1.994	1.992	1.954	2.433	2.531	2.267	1.532	1.043	502	80
2010	- 3 %	1 %	2 %	- 11 %	2 %	- 1 %	20 %	5 %	6 %	5 %
2015	- 8 %	1 %	6 %	- 18 %	- 4 %	6 %	33 %	17 %	12 %	26%
2020	- 9 %	- 2%	8 %	- 16 %	- 16 %	8 %	35 %	44 %	20 %	35%
2025	- 7 %	- 7 %	9 %	- 12 %	- 22 %	3 %	34 %	60 %	36 %	46%
2025	1.859	1.854	2.131	2.133	1.962	2.330	2.196	1.668	684	117

Bron: CBS midden scenario



“Wie de ouderen heeft,  
die heeft de toekomst”

Guido van Woerkom,  
Hoofddirecteur ANWB



Booming Experience

## \* Consumer Insights:

De beleveniswereld van de oudere consument

De knorrige knarren top 10:

De ergenissen

1. Moeilijk leesbare tekst op **verpakkingen**.
2. Slechte **service** in winkels en bij instanties.
3. Rommelige **schappen** in de warenhuizen.
4. **Advertenties** waarin vijftigplussers worden afgebeeld als fossielen.
5. Er zijn geen leuke **films**!



## \* Consumer Insights:

De beleveniswereld van de oudere consument

### De knorrige knarren top 10: De ergenissen

6. Onbegrijpelijke **gebruiksaanwijzingen**.
7. Keiharde **rotmuziek** in publieke ruimtes, winkelcentra en restaurants.
8. Onkundig en te jong bedienend **personeel**.
9. Onmogelijk los te krijgen **winkelkarretjes**.
10. Smalle **gangpaden** in veel winkels.



\* Ouder worden:  
Traditioneel kijken naar drie factoren

Biologische  
leeftijd

COGNITIE  
fysiek



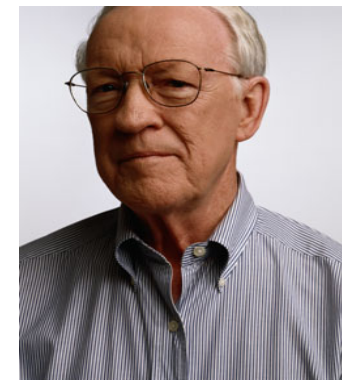
Levensgebeurtenissen  
Afnemende gezondheid  
Pensionering  
Opa / Oma worden  
Kinderen het huis uit

Psychologische  
leeftijd

EMOTIE  
welvaart



Chronologische  
leeftijd



Booming Experience

WAARDEN  
smaak

\* Ouder worden:  
Traditioneel kijken naar drie factoren

Biologische  
leeftijd →

COGNITIE  
fysiek



# \* Cognitie

## Inhibitie

Onderdrukken van niet terzake doende impulsen kost meer moeite als men ouder wordt.

## Gevolgen

Interne stimuli (impulsen): ouderen vertonen onaangepast gedrag

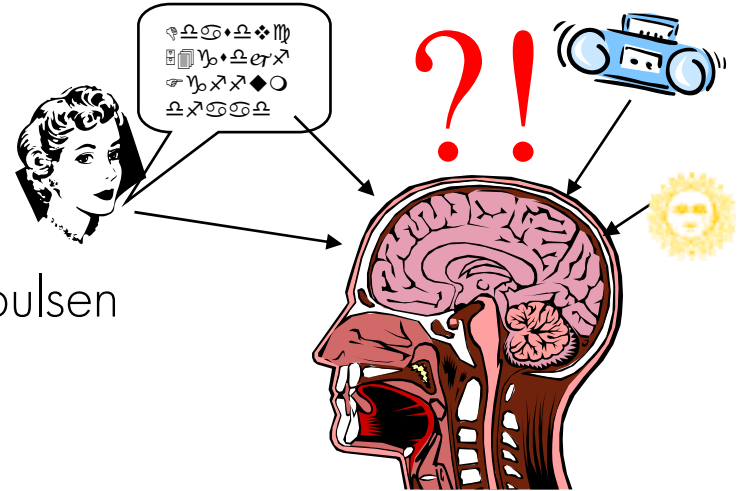
- \* snel boos
- \* voordringen

Externe stimuli: ouderen kunnen deze slecht blokkeren

- \* geen hoofd- van bijzaken kunnen onderscheiden
- \* snel last van lawaai
- \* moeite met concentreren

## Consequenties:

- \* sterke, herkenbare prikkels en vermijden andere prikkels



## \* Cognitie

### Aandacht (en de vertaling naar de supermarkt)

- \* Selectieve aandacht - zoek een product uit een schap met producten: **ouderen zijn in het nadeel**
- \* Geconcentreerde aandacht – bekijk de verpakking van een product om te zien of het het gewenste product is: **ouderen zijn niet in het nadeel**
- \* Volgehouden aandacht – houd een kind in de gaten: **ouderen zijn niet in het nadeel**
- \* Verdeelde aandacht – verdeel de aandacht tussen zoeken naar product en een kind: **ouderen zijn in het nadeel**



## \* Cognitie

Aandacht (en de vertaling naar de supermarkt)

- \* Selectieve aandacht - zoek een product uit een schap met producten: **ouderen zijn in het nadeel**



Dit kan dus niet!

Booming Experience

\* Ouder worden:  
Traditioneel kijken naar drie factoren

Psychologische  
leeftijd

EMOTIE  
welvaart



# \* Psychologische leeftijd: Het zelfbeeld als ervaren consument



- grey?
- gorgeous?

Why can't more women feel glad to be grey? Join the beauty debate.

[campaignforrealbeauty.co.uk](http://campaignforrealbeauty.co.uk)  | *Dove*



- wrinkled?
- wonderful?

Will society ever accept 'old' can be beautiful? Join the beauty debate.

[campaignforrealbeauty.co.uk](http://campaignforrealbeauty.co.uk)  | *Dove*

Booming Experience

# \* Psychologische leeftijd: het zelfbeeld als ervaren consument

## ✓ Wat is zelfbeeld?

Het geheel van psychologische processen, gedragingen, gedachten en gevoelens die bepalen hoe mensen hun eigen persoon ervaren \*

\* Vrij naar Baumeister, The self in Handbook of social psychology, 1998



\* Psychologische leeftijd:  
Het zelfbeeld als ervaren consument

✓ Wat is zelfbeeld? – een keuze?

De meer keuze maatschappij:  
Toen er nog weinig te kiezen was,  
stond iemand's identiteit vast.

In de meer keuze maatschappij is identiteit  
een keuze: **je bent wat je verkiest te zijn**



\* Psychologische leeftijd:  
Zo oud als je je voelt, toch ??

Leven in het nu !



Naarmate de resterende levensduur korter wordt kiezen mensen meer voor doelen die direct emotioneel bevredigend zijn.

*Socio Emotionele selectie theorie*  
*Laura Carstensen*

Booming Experience

\* Psychologische leeftijd:  
Zo oud als je je voelt, toch ??

Onbewust proces, met vele consequenties

- ✓ Sociale relaties
- ✓ Beleving gaat vaak om het kleine
- ✓ Negatieve stemmingen van ouderen zijn sneller voorbij.
- ✓ Ouderen onthouden positieve beelden beter dan negatieve.



\* Psychologische leeftijd:  
Zo oud als je je voelt, toch ??

Zijns ervaringen (being experiences)

- een prachtige zonsondergang zien, zeker wanneer deze ervaring wordt gedeeld met een dierbare
- een kind helpen een probleem te overwinnen
- een mooi schilderij maken
- blij zijn over het geluk van een ander
- bijzondere momenten met een partner, een kind of een vriend

Voor dit soort ervaringen geldt:

- juist ouderen hebben een gevoelige antenne t.a.v. echt en vals



\* Psychologische leeftijd:  
Zo oud als je je voelt, toch ??



\* Ouder worden:  
Traditioneel kijken naar drie factoren

Biologische  
leeftijd

COGNITIE  
fysiek



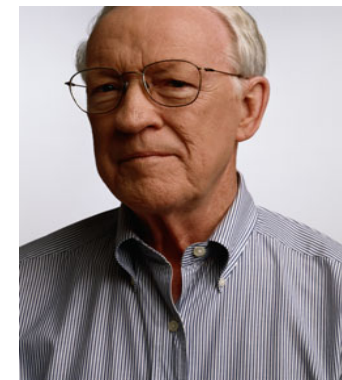
Levensgebeurtenissen  
Afnemende gezondheid  
Pensionering  
Opa / Oma worden  
Kinderen het huis uit

Psychologische  
leeftijd

EMOTIE  
welvaart



Chronologische  
leeftijd



Booming Experience

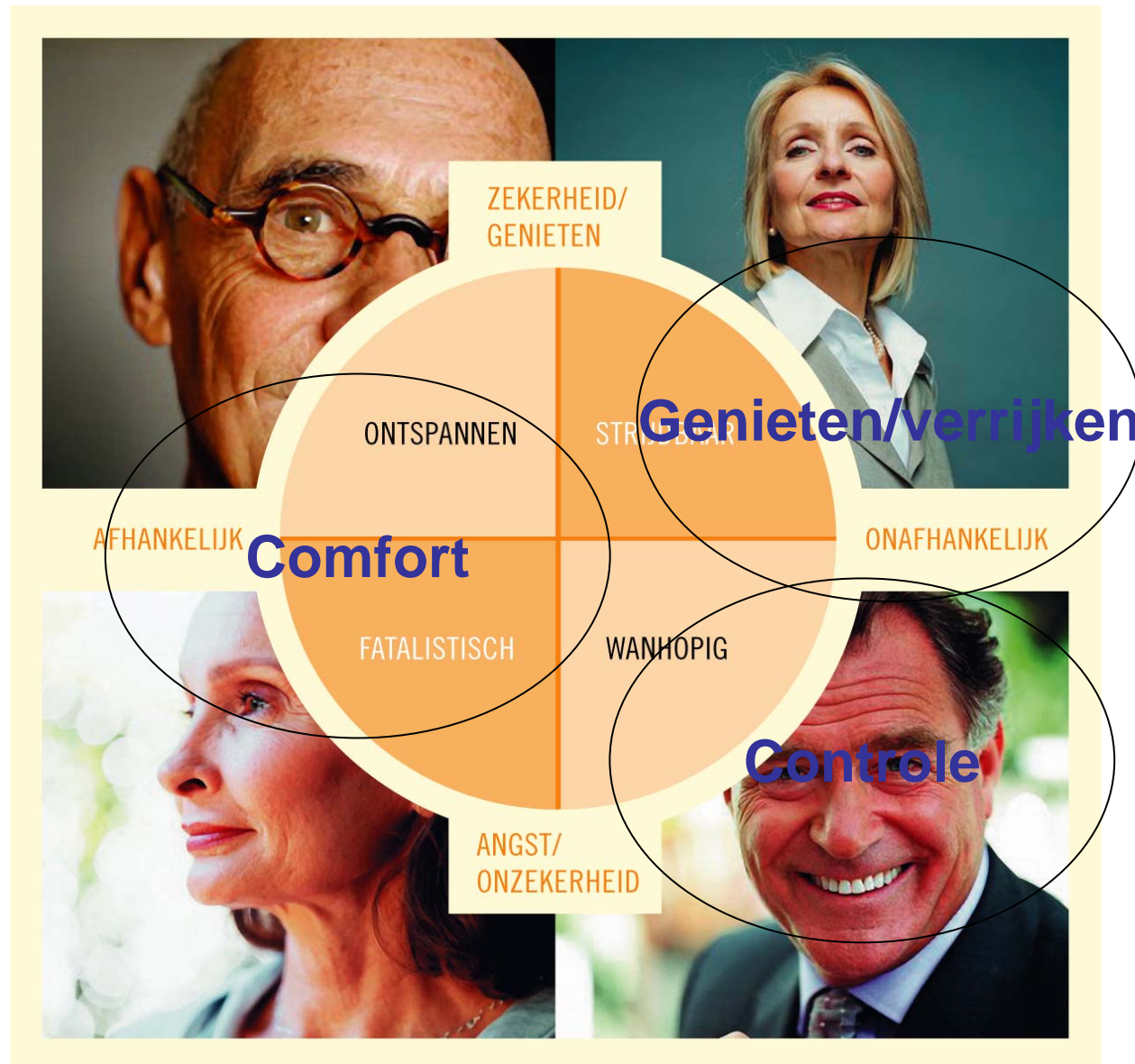
WAARDEN  
smaak

## \* Consumer Insights:

De belevingswereld van de oudere consument

- ✓ Authentiek - eerlijk
- ✓ Simplify my life
- ✓ Ont – moeten èn Ontmoeten
- ✓ Nostalgie
- ✓ Leven in het nu: pluk de dag





Booming Experience



De belevingswereld van de oudere consument:  
een speurtocht

1. Consumer insights:  
De belevingswereld van oudere consumenten
2. Marketing consequenties



# De belevingswereld van de oudere consument: Kansen voor Kunst en Cultuur ??

