

# 'Ouderen verdienen voorrang boven millennials'

14-04-2015 00:00

Misplaatste bezorgdheid over jonge consumenten leiden retailers af in hun poging hun verkopen te stimuleren. De ouderen vormen namelijk een veel belangrijkere doelgroep voor de sector dan de veelbesproken millennials. Dat stelt Forrester-analist Sucharita Mulpuru in het rapport 'The Future Of Shopping'.

Veel onderzoek naar millennials richt zich op de veranderingen die technologische ontwikkelingen als de smartphone en social media specifiek voor deze groep met zich meebrengen. Uit eerdere innovaties van de kleurentelevisie en cd's tot e-books en tablets blijkt echter dat deze veranderingen gevolgen heeft voor alle leeftijdsgroepen, stelt Mulpuru.

Bovendien zorgen economische ontwikkelingen er volgens de analist voor dat jongeren tot 25 jaar nu juist minder aantrekkelijke consumenten zijn. Langere leeftijdsverwachtingen, een hogere 'churn rate', dure retentieprogramma's en de steeds actief wordende ouderen weerleggen volgens Mulpuru de stelling dat jonge consumenten de meeste waarde vertegenwoordigen.

Mulpuru voelt zich gesteund door demografische gegevens uit de Verenigde Staten. Oudere consumenten hebben altijd al meer om uit te geven, maar hebben hun koopkracht de laatste decennia bovendien het hardst zien stijgen. De koopkracht van 65-plussers is sinds 1973 met dertig procent gestegen, gevolgd door 55- tot 64-jarigen met elf procent. Waar deze twee groepen in 1973 nog goed waren voor een kwart van alle aankopen, is dat in veertig jaar gestegen naar 35 procent.

De groep jongeren tot 25 jaar had in 2013 juist nog maar 82 procent van de koopkracht van veertig jaar eerder. Daarnaast is deze groep nog slechts goed voor zeven procent van de totale bevolking, tegenover negen procent in 1973. Jongeren worden volgens Mulpuru pas aantrekkelijke consumenten als ze ouder worden, aangezien ze hun inkomen na het 25e levensjaar significant zien toenemen.

Op RetailWatching beantwoordt doelgroepspecialist Martijn de Haas van Active Development [vier vragen](#) over consumenten van vijftig jaar en ouder. Zo legt hij uit hoe retailers deze consumentengroep het beste kunnen benaderen.