

Bijlagen

Bijlage 1

Financiële spankracht ouderen

In deze bijlage sluit ik aan bij een driedeling van het CPB van ouderen in jongere, meest vitale en maatschappelijk actieve senioren van 55-64 (ca. 1,8 miljoen mensen; ruim een miljoen zelfstandig wonende huishoudens); de groep van 65-74 jaar (ongeveer 1,2 miljoen mensen; 787 zelfstandige huishoudens) merendeels gepensioneerd maar in de meeste gevallen nog wel gezond; en ouderen van 75 jaar en ouder (ongeveer een miljoen mensen; 687000 zelfstandig wonende huishoudens): gepensioneerd en vanaf deze leeftijd begint zorg voor een grote groep aandachtspunt te worden. Degene in de leeftijdsgroep van 55-64 jaar kunnen als de ouderen van de nabije toekomst worden gezien en worden om die reden ook in deze beschouwing betrokken.

Opleidingsniveau

Zowel onder mannen als oudere vrouwen zijn lager opgeleid dan volwassenen van 35 tot 54 jaar. Binnen de groep ouderen neemt het opleidingsniveau af met het stijgen van de leeftijd. Vooral oudere vrouwen hebben over het algemeen een relatief laag opleidingsniveau. De komende jaren is er een spectaculaire groei van het opleidingsniveau. Hoger opgeleide geboortecohorten nemen de plaats in van oudere laag opgeleide cohorten. In 2000 had meer dan een op de vijf oudere mannen een HBO of WO-opleiding. Een betere gezondheid hangt behalve met leeftijd, vrij sterk samen met een hoger opleidingsniveau. Beter onderwijs heeft bijgedragen aan een korter en minder belastend arbeidsverleden en aan een gezondere levensstijl (De Klerk et al 2004.).

Beter opgeleide ouderen zijn daardoor in het algemeen gezonder dan ouderen met een lage opleiding. Het opleidingsniveau van de bevolking is sterk gestegen en zodoende nieuwe cohorten ouderen beter opgeleid en gezonder dan de oudste generatie. Bij de gezondheidsverschillen tussen jongeren en ouderen speelt dus enerzijds een leeftijdseffect (ouderdom komt met gebreken) en anderzijds een cohort effect: jongere cohorten zijn beter opgeleid en hebben gezonder kunnen leven. Een goede opleiding is niet alleen een hulpbron die bijdraagt een gezondere levensstijl, maar helpt ook bij het vinden en benaderen van instanties, zoals zorgverleners en verstrekkers van hulpmiddelen. Een goede opleiding opent deuren naar beter betaald werk tijdens het arbeidzame leven. Dankzij betere banen zijn ouderen in de afgelopen decennia steeds meer gaan delen in de welvaartsontwikkeling (Timmerman et al.2004). Dat uit zich ondermeer in grofweg een halvering van het aantal 65-plushuishoudens met een inkomen rond het AOW-niveau in tien jaar tijd (Vrooman et al. 2003) en in toenemend eigenwoningbezit onder ouderen.

Inkomen

De vaste lasten zijn in de jaren negentig voor iedereen gestegen, maar voor ouderen zijn deze het meest omhoog gegaan. Dit is vooral het gevolg van gestegen woonlasten en lokale heffingen. Als de omvang van het huishouden wordt meegerekend, blijkt echter dat veel 55- tot 64-jarigen het financieel beter hebben dan de 35-tot 55-jarigen. Zij hebben minder inkomen, maar van dat geld hoeven minder mensen rond te komen. Dat neemt niet weg dat ongeveer 11% van de huishoudens van 55-plussers langdurig van een laag inkomen moet leven. Deze groep bestaat voor een groot deel uit alleenstaande vrouwen, allochtonen ouderen en ouderen in instellingen. Verwacht wordt dat de toekomstige ouderen meer inkomsten uit pensioenen zullen krijgen en dat de koopkracht toeneemt. Tabel 2 maakt inzichtelijk dat de inkomenspositie van jongere ouderen beter is dan die van oudere ouderen. Er is onderscheiden naar huishoudens op of onder het sociaal minimum (inkomen op AOW-niveau) en de 'aandachtsgroep'. Dit zijn de huishoudens die op grond van hun inkomen rechten kunnen doen gelden op huursubsidie. De 'aandachtsgroep' (inclusief minima) maakt ruim de helft uit van de 75-plussers, bijna 40% onder de groep van 65-74 jaar en nog maar 30% van de groep van 55-65 jaar. De inkomensverschillen tussen oudere en jongere leeftijdsgroepen zijn in de afgelopen jaren steeds kleiner geworden. Dit komt onder andere door de verhoging van de ouderenaftrek, waar met name alleenstaande ouderen en ouderen met een laag inkomen hebben geprofiteerd. Ook heeft het nieuwe belastingstelsel waarschijnlijk een verdere koopkrachtverbetering gebracht voor ouderen. De welvaartspositie van ouderen is de afgelopen jaren duidelijk gunstiger geworden (Ruitenberg et al., 2001)

Tabel 1 Aantal oudere huishoudens naar besteedbaar inkomensgroep

	55-65		Totaal Procentueel	Gemiddeld inkomen
	jaar	>65 jaar		
	x 1.000,-			
Laagste 10%	77	102	7,50%	7,2
2e 10% groep	79	316	16,50%	14,7
3e 10% groep	76	227	12,60%	19,1
4e 10% groep	84	223	12,80%	24,2
5e 10% groep	111	164	11,50%	30,1
6e 10% groep	102	121	9,30%	36,3
7e 10% groep	91	104	8,10%	43,2
8e 10% groep	90	85	7,30%	52,3
9e 10% groep	96	72	7,00%	62,5
Hoogste 10% groep	122	54	7,30%	98,1

Bron: CBS statline 2002

Behalve ten opzichte van andere bevolkingsgroepen, zijn ook de inkomensverschillen binnen de groep senioren en ouderen van belang. Er blijken grote verschillen te bestaan tussen ouderen. In tabel 2 is te zien dat in 1999 ca. 176 duizend (7,3%) van de 55-plus huishoudens behoort tot de nationale hoogste 10%-groep voor het besteedbaar inkomen (met een

gemiddeld besteedbaar inkomen van bijna 1 ton euros per huishouden per jaar. Daar tegenover staat een groep van bijna 1,5 miljoen huishoudens (ca.60%) die rond moet komen van een jaarlijks besteedbaar inkomen tot maximaal een derde daarvan. 33 duizend euro per jaar per huishouden. Bestedingen aan sport spel en vakantie bedroegen overigens 11,8% van de bestedingen van personen tussen 55-64 jaar en 9,0% van die van 65-plussers. Ter vergelijking volwassenen tussen 35 en 54 jaar geven hieraan jaarlijks 13,1% van hun bestedingen uit. Binnen de groep ouderen bestaan ook grote verschillen in vermogenspositie. In tabel 3 staan de vermogensposities van huishoudens naar leeftijdsklasse. Het blijkt dat het gemiddelde en mediaan vermogen voor 65-plussers veel verder uit elkaar liggen dan dat van jongere leeftijdsgroepen (behalve de jongste categorie). Dit betekent dat een groot deel van de 180 miljard euro van de vermogens van 65-plussers in handen is van een klein deel van de bevolkingsgroep, terwijl 50% van de 65-plushoudens maximaal 21.000 bezit. Het vermogen zit waarschijnlijk bij een grote groep vast in het eigen woningbezit (van Middelkoop & Abma 2003).

Tabel 3 Gemiddeld en mediaan vermogen per huishouden naar leeftijd van de hoofdkostwinnaar

	<i>Gemiddeld</i>		<i>Mediaan</i>
	<i>Vermogenssom</i>	<i>vermogen</i>	<i>vermogen</i>
	<i>x mln euro</i>	<i>x 1.000 euro</i>	<i>x 1.000 euro</i>
< 25 jaar	7	19	1
25-24 jaar	50	34	6
35-44 jaar	113	79	41
45-54 jaar	157	124	66
55-64 jaar	126	144	65
65 jaar en ouder	180	131	21
Waarvan 65-74	101	135	30
>75	79	126	15

Bron: CBS statline 2002

Bestedingsruimte

Kijkend naar de netto besteedbare inkomens van de huishoudens, de netto woonlast (huur of hypotheek+erfpacht) en de bijkomende woonlasten dan is bij elk van de inkomensklassen een scherpe toename van het gemiddelde inkomen en van de resterende bestedingsruimte te opzichte van de 'lagere' inkomensklasse. Woonlasten verschillen minder sterk. Naarmate het inkomen hoger is en de bestedingsruimte groter wordt meer uitgegeven aan grote bestedingen zoals vakanties, autos en recreatieverblijven. Tabel 6 geeft het aandeel huishoudens weer dat minstens een auto heeft en minstens een maal per jaar op vakantie gaat. Daarbij is zowel naar de leeftijd als naar het inkomen onderscheiden. Een meerderheid van de 55-plussers beschikt over een auto (69%) en gaat jaarlijks tenminste een keer met vakantie (69%). Beide genoegens nemen af wanneer het inkomen daalt. Autobezit en vakantiegang nemen ook af

naarmate de leeftijd stijgt. Enerzijds gaat dit samen met het feit dat de inkomens onder de oudsten het laagst zijn, maar ook binnen de afzonderlijke inkomensgroepen is dit patroon waarneembaar. Voor mensen die hogere leeftijd last krijgen van beperkingen, wordt het reizen lastiger of onmogelijk. Nu komen lichamelijke beperkingen veel meer onder mensen met lage inkomens voor en is dan ook te zien dat het verschil in autobezit en vakantiegang tussen de leeftijdsgroepen bij de beneden-modalen inkomens veel groter is dan bij de bovenmodale groepen. Met andere woorden: de rijke 75-plussers zijn nog vitaal: meer dan driekwart heeft nog een auto en meer dan de helft gaat nog op vakantie. Bij de armere 75-plussers is dat nog geen derde respectievelijk ruim een kwart. Overigens heeft een vijfde van de groep van 55-64 jaar twee of meer auto's, terwijl 42% van hen meer dan eens per jaar op vakantie gaat. Ongeveer hetzelfde patroon is te zien bij het *bezit* van recreatieverblijven.

Tabel 6: percentage dat een of meer auto's bezit en percentage, dat een of meer keer per jaar op vakantie gaat, naar inkomens- en leeftijdsklasse, 2002

	55-64 jaar Auto('s)	65-74 jaar Auto('s)	75+ jaar Auto('s)	Totaal	55-64 jaar Vakantie('s)	65-74 jaar Vakantie('s)	75+ jaar Vakantie('s)	Totaal
Tot en met sociaal minimum	71	66	32	58	58	53	26	46
Aandachtsgroep boven soc. Minimum	65	51	31	48	52	48	29	42
Geen aandachtsgroep > modaal	76	68	41	61	67	57	43	55
tot 2x modaal	93	88	72	88	82	78	56	76
2 x modaal	96	96	89	95	90	84	72	87
Totaal	83	71	41	69	73	62	40	60

Bron WBO 2002, SCP bewerking

Vrij vermogen

Enerzijds kan geredeneerd worden dat hoe ouder men is, des te meer gelegenheid er geweest is te sparen, vooral als eventuele kinderen financieel zelfstandig geworden zijn. Maar het is ook goed mogelijk dat onder jongere ouderen een minder spaarzame mentaliteit heerst, mede omdat ook hun kinderen in welvaart hebben gedeeld en minder afhankelijk zijn van reserves van ouderen (Haffner 2005). Vooral onder eigenaren bewoners met bovenmodale inkomens is het contrast tussen de groep 65 jaar en de 65-plussers groot. De laatste hebben zeker drie keer zoveel vrij vermogen bij elkaar gespaard. Er is een grote samenhang tussen een hoger inkomen, een eigen woning bezitten en een groot vrij vermogen. Toch zijn er ook huurders met flinke vermogens. Ongeveer 1 op de 10 huurders heeft minstens €50.000, tegen ruim een kwart van de eigenaren. Ongeveer 1 op 3 eigenaren-bewoners heeft minder dan €10.000; onder huurders is dat bijna twee keer zoveel. De omvang van het vrije vermogen hangt sterk samen met de hoogte van het inkomen. Wel beschikken eigenaren in bijna elk van de inkomensklassen over meer vermogens dan huurders. Dit kan in elk geval voor een deel

verklaard worden door het feit dat eigenaren-bewoners na het gedeeltelijk aflossen van de hypotheek makkelijker kunnen sparen, terwijl huurders over de loop der jaren juist eerder hogere woonlasten krijgen. Het grote verschil tussen het vrije vermogen van huurders en eigenaren (2,5x zo veel vermogen onder eigenaren) zit echte vooral in het feit dat onder eigenaren-bewoners de inkomens hoger zijn. Bij leeftijdsgroepen wijkt het vermogensbeeld af van dat van het inkomen. Ouderen tot 65 jaar hebben niet de grootste, maar de kleinste vermogens.

Bijlage 2

Benaderingswijze ouderen

“We moeten senioren aanspreken op wat ze ambiëren niet op wat ze hebben.”

(‘John Serborck, directeur marketing & sales Bilderberg Groep)

“We merken dat onze oudere gasten het waarderen om door oudere medewerkers geholpen te worden. Jonge medewerkers moeten zich realiseren dat ze senioren niet met ‘hallo’ aanspreken maar met ‘goedemiddag’. Zo zijn er kleine zelfstandige vakantieparken die al jarenlang senioren als trouwe bezoekers hebben; ondanks de zeer eenvoudige huisjes maar dankzij de beheerder die een ware gastheer of gastvrouw is.”.

(Commercieel directeur Bas Hoogland van Landal GreenParks)

Ouderen zijn niet alleen een bijzondere groep vanwege hun fysieke gesteldheid en sociaal economische situatie, maar ook omdat zij een speciale benaderingswijze vragen. Met het stijgen van de leeftijd gaan mensen nadrukkelijk steeds meer af op hun eigen ervaringen en laten zich niet meer zo snel dingen aanpraten. Een van de belangrijkste punten is dat er geen nadruk gelegd mag worden op de leeftijd. Ouderen voelen zich gemiddeld 10 jaar jonger dan hun kalenderjaar aangeeft (M. van Middelkoop, 2003).

Nadruk op de leeftijd heeft als gevolg dat de beoogde oudere zich niet in de boodschap herkent. Een goede benaderingswijze is het centraal stellen van het product en niet de doelgroep. Dit maakt het product ook geschikt voor andere doelgroepen. Bij het stimuleren van gezond gedrag zoals voldoende beweging en aandacht voor voedsel moet een interne motivatie ontstaan. Het betrekken van ouderen bij het opzetten van programma's, voorzieningen en beleid is in ieder geval onmiskenbaar. Bij het onder de aandacht brengen van producten of diensten is het belangrijk dat men positief benaderd wordt. Een zeer persoonlijke benadering is nog beter. Dit sluit namelijk goed aan bij de behoefte van ouderen aan dienstbetoon, persoonlijke aandacht en service, veiligheid en vertrouwdheid. Ouderen kunnen persoonlijk benaderd worden, maar ook via de naaste omgeving, via medische intermediairen of via verenigingen waarbij veel ouderen zijn aangesloten. De behoefte aan persoonlijk contact zal blijven zolang de mens geconfronteerd wordt met gebreken en/ of gevoelens van angst, onzekerheid en onveiligheid. Bij toeristische voorzieningen is blijvende aandacht voor de ouder klant belangrijk. Praten met ouder bezoekers, bijhouden van bijzonderheden op een klantenkaart en gast in eigen bedrijf zijn hiervoor benaderingswijzen.

Praktische uitvoering van communicatie

De 50-plusser bestaat niet en er is niet slechts een juiste manier om met hen te communiceren. Het boek 'Senioren & Toerisme van Knook, Sikkels en Keehnen geeft een aantal 'do's' en 'dont's' die gelden bij de uitvoering van de communicatie. 'Ouderen zijn nu eenmaal anders dan jongeren.'

1. *Gebruik bij reclame op TV middellange spots.*

Ouderen hebben meer tijd nodig om informatie op te nemen en te verwerken. Bij een te korte commercial komt de boodschap moeilijk over.

2. *Bouw bij een TV-commercial de boodschap lineair.*

De boodschap moet een logische opbouw van het verhaal hebben aangezien ouderen moeilijker hoofd- van bijzaken kunnen onderscheiden. Een lineaire boodschap doet een minder beroep op het werkgeheugen.

3. *Gebruik geen felle kleuren of plotselinge wisselingen in licht.*

Ouderen kunnen moeilijker verschillende stimuli tegelijkertijd verwerken en doordat ouderen zich langzamer aan lichtwisselingen kunnen effecten met kleur en licht storend werken.

4. *Gebruik bij commercials geen hoge stemmen.*

Vanwege teruggang van het gehoor op oudere leeftijd komen lage stemmen beter over dan hoge stemmen.

5. *Gebruik in brochures en advertenties nooit diapositief (witte letters op zwarte achtergrond).*

Diapositief is voor iedereen moeilijker leesbaar, dus hoe mooi het er creatief ook kan uitzien; niet doen.

6. *de informatie die gegeven wordt in een brochure moet relevant zijn maar mag zeer uitgebreid zijn.*

Ouderen beschikken over veel tijd. Tijd die ze besteden aan het aandachtig bestuderen van de brochures, in tegenstelling tot mensen die werken is het moment op de dag dat de post komt belangrijk. Gouden kansen voor direct-marketing.

7. *Gebruik een positieve toonzetting en belicht de positieve kanten van het ouder worden.*

Ouderen vermijden zoveel mogelijk de negatieve kanten van het leven (zoals geweld op TV). Ze zoeken de positieve kanten hetgeen verklaart dat humor een belangrijk aspect is in hun leven.

8. *Speel in op de sterke punten van ouderen zoals ervaring.*

Hier voelen zij zich aangesproken aangezien dit ze onderscheidt van jongeren. Ook leunen ze in hun functioneren meer op ervaring dan jongeren.

9. *Leg nadruk op prijs/ kwaliteit verhouding in plaats van alleen prijs.*

Senioren zijn geen prijskopers. Ze zijn in hun leven al vaak geconfronteerd met aanbiedingen dat zij weten wat er te koop is. Ze zoeken eerder de zekerheid van een goed aanbod. Ook dit is mede ingegeven door hun neiging negatieve verrassingen te mijden.

10. *Gebruik als modellen geen clichébeelden maar realiteit.*

Ook senioren hebben ambities. In de communicatie is die ambitie te vertalen in het gebruik van modellen die ongeveer tien jaar jonger zijn dan de doelgroep.

11. *Gebruik in de communicatie de helden van een generatie.*

Elke generatie kent zijn eigen helden. Deze hebben los van leeftijd de functie van identificatie. Bij ouderen hebben zij echter ook de functie van zekerheid.

12. Toon de senior met mensen van andere generaties.

Hierdoor geeft men aan dat de senior midden in het leven staat. Hij heeft nog een functie met betrekking op kinderen en kleinkinderen.

13. Communiceer rationeel in plaats van emotioneel.

Effectief communiceren met senioren vereist duidelijkheid. Door in de reisaanbieding alleen te vermelden dat het zeer uitgebreid is en laat niets te wensen over mist het verkoop. Geef aan wat wel en niet inclusief is. Zo wordt het makkelijker hoofd- en bijzaken te onderscheiden

14. Spreek hen niet op leeftijd.

Ouderen beleven dit als stigmatiserend. Ze willen aangesproken worden op wat ze belangrijk vinden in het leven. In communicatie met senioren betekent dat niet praten over hun leeftijd maar over hun leefwaarde.

Generaties

Volgens de generatiesocioloog Henk Becker hebben zich in de twintigste eeuw vijf generaties gevormd, elk met verschillende kenmerken en voorkeuren, die bepalend zijn geweest voor succes in hun leven (Becker 1992). Hij noemt deze generaties de vooroorlogse generatie, de stille generatie, de protestgeneratie, de verloren generatie en de pragmatische generatie. De vooroorlogse generatie is geboren tussen 1910 en 1930. Deze generatie ondervindt de economische crisis van de jaren dertig en de tweede wereldoorlog aan den lijve. Opgegroeid in een periode van massale werkloosheid en oorlog, kent deze generatie zeer beperkte levenskansen. De stille generatie is geboren tussen 1930 en 1940. Deze generatie groeit op in een periode van wederopbouw na de oorlog gevolgd door een periode van economische hoogconjunctuur in de tweede helft van de jaren vijftig. De leden van deze generatie hebben kunnen profiteren van de inmiddels verbeterde onderwijskansen. Zij betreden de arbeidsmarkt in een periode waarin vraag naar arbeid zeer hoog is. De protestgeneratie is geboren tussen 1940 en 1955. Deze generatie heeft de grootste omvang van alle generaties. Opgegroeid in een periode van ongekende welvaart, beschikt deze generatie over relatief gunstige levenskansen. Secularisering en ontzuiling leiden tot een radicaal ander waardepatroon, waarmee de protestgeneratie zich onderscheidt van de stille en vooroorlogse generatie. De verloren generatie is geboren tussen 1955 en 1970. De periode waarin de verloren generatie is opgegroeid valt samen met de economische crisis in de jaren zeventig en de massale werkloosheid, in de eerste helft van de jaren tachtig. Dit leidt tot relatief ongunstige levensperspectieven, die ook de rest van hun levensloop nadelig zou beïnvloeden. De pragmatische generatie is geboren na 1970. Zij hebben door economisch herstel en groei weer betere levenskansen. Prof. Dr. Sikkels en drs. E.A. Keehnen hebben in het boek 'Senioren en toerisme' de indeling van Becker enigszins aangepast aan marketingdoelstellingen:

- *De crisisgeneratie (geboren tussen 1915 en 1929). Zij zijn gevormd in crisistijd en de oorlogsjaren. Ze weten wat ellende is en hoe belangrijk het is om verzekerd te zijn van een bescheiden vorm van welvaart. Ook kennen ze goed de waarde van sociale relaties en solidariteit. Ze zijn bescheiden, gezagsgetrouw, lossen eigen problemen op en hebben hoge waardering voor familie en gezin. Wanneer ze in hun formatieve periode al met vakantie gingen was dat goedkoop en in eigen land.*

- *De opbouwgeneratie (1930-1945). Dit zijn de mensen waarvan de formatieve periode na de Tweede wereldoorlog ligt en die de huidige welvaart- en verzorgingstaat hebben opgebouwd. Na de tweede wereldoorlog was Nederland naar huidige maatstaven straatarm. De mentaliteit van de stille generatie was dan ook “niet praten maar werken”. De stille generatie is zeer succesvol, want ze heeft de doelstellingen uit haar formatieve periode volledig gerealiseerd. Het zijn de mensen die nu met pensioen gaan met het motto “wilverdiend genieten”. Het is een groep die gaandeweg de vakantie in het buitenland heeft ontdekt.*
- *De welvaarts generatie (1946-1955). Deze generatie is in toenemende welvaart opgegroeid; voor hen was welvaart dan ook vanzelfsprekend, zij gingen nieuwe waarden zoeken om voor te leven. Hun formatieve periode waren de jaren zestig, met voor het eerst een duidelijke jeugdcultuur. De wereld is hun referentiekader; een reis naar Texel is net zo gewoon als een reis naar Australië.*

Generaties en waarden

Motivication heeft onderzocht of de kenmerken van de verschillende aardegroepen teruggevonden kunnen worden bij de verschillende generaties van Becker. Tot op zekere hoogte blijkt dit het geval te zijn. De analyse van waarde oriëntaties van Motivication leidt tot het volgende beeld van de drie generaties ouderen (vanaf ongeveer vijftig jaar). De protestgeneratie, de stille generatie en de vooroorlogse generatie hebben een aantal kenmerken met elkaar gemeen. Ze zijn huiselijk georiënteerd. Ze trekken zich graag terug in de beslotenheid van het eigen huis. Senioren gaan bewust met hun gezondheid om. Ze streven naar een gezonde, vitale levensstijl. Ze zijn maatschappelijk betrokken en milieubewust. Ze voelen zich verantwoordelijk voor hun directe leefomgeving en zetten zich actief in om op een duurzame manier met het milieu om te gaan. Aan massaproducten hebben ze geen behoefte; ze geven de voorkeur aan authentieke en traditioneel vervaardigde producten. Senioren zijn weinig hedonistisch ingesteld. Aanspanning, sensatie en geweld bestaat bij deze groep geen behoefte. Allen hebben moeite om op een structurele manier met grote hoeveelheden informatie om te gaan.

Toekomst

De huidige senioren horen vooral tot de traditionele burgerij. Voor een toekomstverkenning richt ik mij op de babyboomers en de protestgeneratie. De protestgeneratie in 2020 zijn dit de 65-tot 78 jarigen. Bij deze generatie bevinden zich relatief meer ‘ postmaterialisten’ . De senioren van 2020 vormen wat waarden betreft een meer gedifferentieerde groep dan de huidige senioren. Sociale contacten met vrienden en kennissen zullen voor ouderen in de toekomst een belangrijkere rol spelen dan voor de huidige senioren, die zich meer op de eigen buurt en de kinderen oriënteren. Terwijl de huidige senioren relatief vaak aangeven te willen wonen inde buurt van de kinderen en in de buurt te willen blijven van waar men nu woont, zullen toekomstige ouderen vaker samen willen wonen met mensen met een gelijksoortige leefstijl en gelijke interesse.

De babyboomers groeiden op in een tijd van economische groei, welvaart, individuele ontplooiing en de opkomst van het grote commerciële vrijetijdsaanbod. Ook zijn zij in veel

gevallen koopkrachtiger dan voorgaande generaties ouderen. Zij hebben veel reis- en sportervaring en hebben er veel voor over om gezond te blijven. Dat de achtergrond van het cohort babyboomers invloed zal hebben op het toekomstige gedrag van babyboomers staat vast. Maar de soep wordt niet zo heet gegeten als hij wordt opgediend. Volgens Becker (1996) overschatten toekomstverkenningen vaak het veranderingspotentieel van burgers en samenleving. De continuïteit van bepaalde processen maakt dat de toekomst waarschijnlijk minder van het heden zal verschillen dan we nu misschien denken of vrezen. Er zijn bijvoorbeeld relatief vaste levensloophases in de recreatiecarrière van ouderen (Krolis et al. 1999):

- de eerste fase is als de kinderen niet meer mee gaan en de invloed van kinderen op het keuzegedrag nagenoeg wegvallen
- de tweede fase begint als men stopt met werken. Er is geen beperking meer in het aantal vrije dagen, mogelijk gaat een lager inkomen een rol spelen
- in de derde fase gaan ziektes het recreatiegedrag beïnvloeden, dit betekent dat mensen in veel gevallen niet meer op pad gaan
- de vierde fase, het wegvallen van de partner, leidt er soms toe dat ouderen (tijdelijk) geen activiteiten meer ondernemen. Als zij hun activiteiten hernemen doen ze dit vaak als 'vrijgezel'.

Door de toename van sociale, fysieke en financiële beperkingen en onzekerheden in de verschillende fasen kiezen ouderen vaker voor activiteiten die rustiger en vertrouwd zijn en trekken mensen zich de laatste fasen langzaam terug uit een actieve invulling van de vrije tijd.

Bijlage 3

Senioren spreken hun toeristische wensen uit

De literatuur over de gezondheidseffecten van recreatie gebruikt vaak een tweedeling. Ten eerste heeft recreatie gezondheidseffecten omdat het ouderen in beweging zet. Het tweede verband tussen recreatie en gezondheid ligt in de gunstige effecten van het verblijven in een groene of natuurlijke omgeving. Deze effecten zijn meer: meer energie en tevredenheid voelen, minder snel of lang ziek zijn, sneller herstel na stress, lagere bloeddruk etc. behalve om gezondheidseffecten is recreatie ook waardevol omdat het een afwisseling vormt op min of meer verplichte activiteiten. Voor ouderen is dit extra belangrijk omdat werk en zorg voor kinderen weggefallen zijn en tijd in overvloed is. Op zo'n moment plaatst recreatie mensen even buiten de context van het bestaan (in: Raad voor de Openluchtrecreatie 1996). Het gaat om waarden zoals dagvulling, structurering, inspiratie, identiteit en profilering, socialisatie en zekerheid. Maar ook 'gewoon' om recreatie als bron van vermaak en plezier.

'Als er maar niet dit of dat gebeurt'

65-plussers blijken uit onderzoek van het *Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen* vaak gefocust op 'als er maar niet dit of dat gebeurt', bijvoorbeeld de vrees om ziek te worden tijdens de vakantie. De vakantieparticipatie van 50-64 jarigen is vergelijkbaar met jongere leeftijdsgroepen. De vakantieparticipatie van 65+érs aan buitenlandse vakanties liep en loopt beduidend achter bij die van jongere mensen. Naarmate mensen ouder worden blijken zekerheid (vertrouwdheid en bekendheid) en comfort van steeds groter belang in het vakantiegedrag. Wel is de afgelopen jaren de participatie van 65+érs aan binnenlandse vakanties belangrijk gestegen. Naarmate mensen ouder worden stijgt de duur van vakanties, alsmede de frequentie. Ouderen geven gemiddeld per vakantie meer uit dan jongeren, vooral omdat men duurdere vormen van logies en vervoer prefereert. Ze boeken nog aanzienlijk minder vaak vakanties via Internet, en vertrouwen meer op mond op mond reclame.

Ouderen langer op vakantie

De huidige 65-plussers zijn over het algemeen minder gewend aan het op vakantie gaan dan de jongere leeftijdsgroepen. Dit uit zich in een lagere vakantieparticipatie. In de loop der jaren is de participatie van 65-plussers wel gestegen; een flinke stijging wat binnenlandse vakantie betreft, een lichte voor de buitenlandse. De vakantieparticipatie van de 50- tot en met 64 jarigen houdt gelijke tred met het gemiddelde van alle Nederlanders. Voor de buitenlandse vakanties ligt de participatie van de jonge senioren zelfs iets hoger dan het gemiddelde. De verwachting is dat wanneer de huidige groep van 50 tot en met 64 jaar ouder wordt en de 65 passeert, zij hun huidige vakantiegedrag zoveel mogelijk willen voortzetten. Hierdoor zal de vakantieparticipatie onder 65-plussers in de toekomst waarschijnlijk stijgen (Van de Kamp 2002). In 2002 werd eenderde van alle vakanties ondernomen door 50-plussers. Hiervan nemen jonge senioren (65 jaar) bijna een kwart van het totaal aantal vakanties voor hun

rekening, 65-plussers eentiende. Deze percentages gelden zowel voor binnenlandse als buitenlandse vakanties. De CVO-cijfers tonen aan dat 55-plussers langer vakantie vieren dan Nederlanders jonger dan 55 jaar. De gemiddelde verblijfsduur tijdens vakanties in Nederland is bij de 50-tot en met 54-jarigen met 5,7 nachten ongeveer gelijk aan de Nederlanders onder de 50 jaar. Naarmate men ouder wordt, loopt de gemiddelde vakantie duur op naar 6,6 nachten bij de 65-plussers. Bij de vakanties in het buitenland blijken de 65-plussers langer weg te blijven dan de Nederlanders jonger dan 50 jaar, namelijk gemiddeld 1,5 nacht langer. Een gemiddelde vakantie in het buitenland duurt bij 65-plussers ongeveer 11 dagen. 65-plussers ondernemen relatief minder korte vakanties en relatief meer middellange en lange vakanties.

Ouderen vaker op vakantie

Mensen in de leeftijd van 60-64 jaar gaan maar liefst 3,5 keer in Nederland op vakantie. Uit cijfers van het Continu Vakantie Onderzoek blijkt dat 50-64 jarige vakantiegangers naarmate ze ouder worden, vaker op vakantie gaan. Dit geldt zowel voor de binnenlandse als de buitenlandse vakanties. Na de 65^e daalt de frequentie iets maar blijft toch boven de frequentie van Nederlanders onder de 50 jaar. Deze daling kan te maken hebben met lichamelijke beperkingen die vakanties moeilijker maakt. Het hoge aantal binnenlandse vakanties van ouderen heeft deels te maken met een hoog percentage vaste standplaatsvakanties. Dit zijn vakanties in een eigen stacaravan, bungalow of boot. Dit percentage neemt toe naarmate de 65 jaar nadert. Dan is bijna de helft van de vakanties op een vaste standplaats. Vanaf het vijftenzestigste nemen de toeristische vakanties weer toe in populariteit.

Ouderen besteden bijna 5 miljard euro aan vakanties

“Omdat de kinderen nu de deur uit zijn en voor ons geen grote studiekosten meer zijn is het voor ons makkelijker om wat vaker met vakantie te gaan.”

(man 55 jaar in ‘Senioren en Toerisme’)

In totaal is door Nederlanders in 2002 ruim 12,6 miljard euro uitgegeven aan vakanties in Nederland en het buitenland. Hiervan is bijna 4,7 miljard euro door 55-plussers uitgegeven. Voor een aantal dagen in een rustige omgeving, kwalitatief goed onderdak en een niet al te druk reisprogramma hebben ze veel geld over (Van de Kamp 2002).

Tabel 4.3 Totale uitgaven aan vakanties in miljoenen euro's

	Totaal	50- 54 jaar	55- 59 jaar	60- 64 jaar	65+
Alle vakanties	12.634	1.123	967	818	1.774
Binnenlandse vakanties	2.901	256	218	175	503
Buitenlandse vakanties	9.733	867	749	643	1.272

Bron: Continu Vakantie Onderzoek

Gemiddeld geven 65-plussers per vakantie meer uit dan de gemiddelde Nederlander. Dit komt doordat senioren vaak gebruik maken van duurdere vormen van logies en vervoer. Bovendien is de gemiddelde verblijfsduur van 65-plussers langer. Tijdens binnenlandse vakanties vakanties geven 65-plussers per persoon gemiddeld 200 euro uit, waar Nederlanders jonger dan 50 jaar gemiddeld 146 euro uitgeven. Aan buitenlandse vakanties geven 65 plussers per persoon gemiddeld 687 euro uit. Nederlanders jonger dan 50 jaar geven gemiddeld 546 euro uit. Het bedrag dat 60- tot en met 64 jarigen uitgeven is relatief laag dit komt doordat zij vaker gebruik maken van en vaste standplaats.

Bestemmingen

“Rol grootouders steeds belangrijker in beslissingen binnen een huishouden”

(Stefanie Jansen, projectleider KidWise)

In deze subparagraaf worden de belangrijkste kenmerken van binnen- en buitenlandse vakanties van ouderen beschreven. Uit tabel 11 valt op te maken dat Nederlanders 55,5% van alle vakanties in eigen land doorbrengen. Vanaf 40 jaar kiezen Nederlanders gemiddeld vaker voor een binnenlandse vakantie. Bij ouderen loopt dat op tot 60,7%. Het absolute aantal binnenlandse vakanties van senioren is zeer groot, 4,5 miljoen vakanties per jaar. Naast het bovengemiddelde aandeel binnenlandse vakanties wordt dit mede veroorzaakt doordat senioren relatief veel op vakantie gaan (gemiddeld 2,82 keer per persoon per jaar) en een relatief groot bevolkingssegment vormen. Ook hun absolute aantal buitenlandse vakanties is hoog (3,3 miljoen vakanties per jaar). In vergelijking met senioren valt op dat ouderen:

- vaker kiezen voor een binnenlandse vakantie
- per vakantie een langere verblijfsduur prefereren, zowel in binnen- als buitenland
- in het binnenland gemiddeld per dag meer uitgeven

Voor de binnenlandse markt biedt de groep ouderen in ieder geval belangrijke groeikansen doordat de omvang van dit bevolkingssegment de komende jaren flink zal toenemen.

Vakanties door buitenlandse ouderen in Nederland

Nederland krijgt niet alleen te maken met de vergrijzing in eigen land, maar ook met de toename van het aantal ouderen in andere landen. TNO-Inro heeft in opdracht van het toenmalig Nederlands bureau voor Toerisme in het project ‘Senioren op vakantie in Nederland’ een studie gemaakt van zowel binnenlands als inkomend toerisme van ouderen. Hierbij is aandacht besteed aan de ontwikkeling van het aantal ouderen in de belangrijkste herkomstlanden tussen 1996 en 2020 (Op’t Veld et al, 1999), de vakantievoorkeuren van ouderen (Krolis en Op’t Veld 1999) en de kansen die de ouderenmarkt biedt voor de toeristische sector (Krolis et al.,1999).

Voor Nederland zijn de Verenigde Staten, Japan, Duitsland, België, Groot-Brittannië en Nederland zelf de belangrijkste herkomstlanden. Naar verwachting zorgen deze herkomstlanden in 2005 naar verwachting voor ruim 8,25 miljoen senioren en

ouderenvakanties in Nederland. Dit is een toename van 36% ten opzichte van 1996, waarbij de groei grotendeel plaatsvond tussen 2000 en 2005. Het aantal ouderen in deze periode is slechts 15% gestegen, wat inhoudt dat de groei niet voortkomt uit een groei van een aantal ouderen maar uit een toename van de vakantieparticipatie en – frequentie. Het groeipotentieel voor seniorenvakanties in Nederland is groot. Volgens Krolis et al (1999), trekt Nederland slechts een zeer gering marktaandeel uit andere landen. Hier liggen belangrijke kansen voor de toeristisch-recreatieve sector in Nederland.

Inkomend toerisme

Omdat de stijging van het aantal ouderen in Nederland goed vergelijkbaar is met de stijging in Europa, is het redelijk om te voorspellen dat het toerisme door oudere Nederlanders op dezelfde manier toeneemt als het inkomende toerisme naar Nederland door oudere buitenlanders. Bij het anticiperen op de vergrijzing maakt het dus niet veel uit of men zich op de Nederlandse, dan wel op de buitenlandse markt richt (Sikkel en Keehnen, 2004).

Door de stichting Vrijetijdskunde is voor de publicatie *ouderen spreken voor zich* in 2004 een aantal gesprekken gevoerd met ouderen¹. Uit deze interviews blijkt dat het vakantiegedrag van ouderen verandert naarmate zij ouder worden. Dit kan verschillende oorzaken hebben. Het stoppen met werken, kinderen uit huis of herzien van vakantiegewoontes. Ook al is men gezond, toch speelt de gezondheid en medische zorg een iets grotere rol tijdens de vakanties naarmate de leeftijd vordert. De kans om in het buitenland met een serieus medisch probleem te worden geconfronteerd is groter. Ook de directe omgeving van deze groep is ouder, en dus wordt de kans dat je iets overkomt tijdens de vakantie groter. De belangrijkste verschuiving in het vakantiepatroon lijkt de toegenomen behoefte aan comfort te zijn. En daarnaast de toegenomen behoefte aan zekerheid en rust. Doordat men iets sneller moe kan worden, willen de oudere senioren tijdens de vakantie de gelegenheid hebben om meer tijd in de accommodatie door te brengen dan vroeger. Hierdoor worden hogere eisen aan de accommodatie gesteld. Overigens stellen veel 50-plussers hoge eisen aan de accommodatie. Er is meer behoefte aan luxe omdat er per persoon meer geld is dan vroeger. Ook leeft het gevoel dat meer comfort nu ‘mag’, dat het wel verdiend is. Het gevoel van comfort wordt voor het grootste deel bepaald door de kwaliteit en servicegerichtheid van de accommodatie. Een luxe uitstraling, goede bedden en sanitair, een goede bereikbaarheid en goede service staan voor een accommodatie met veel comfort.

¹ In totaal zijn vier groepsgesprekken met per groepsgesprek 8 50-plussers gehouden. Binnen de groepen is zorggedragen voor een spreiding naar leeftijd, geslacht, werkend of gepensioneerd, woonplaats, inkomen en vakantiegedrag.

De behoefte aan een goed voorbereide vakantie is sterk toegenomen. Er wordt minder aan het toeval overgelaten. Vakanties worden minder spontaan gepland, vaste gewoontes worden minder losgelaten, tegenvallers minder flexibel opgevangen en risico's vermeden. Er is meer behoefte van tevoren te weten wat men krijgt en minder behoefte aan verassingen. De vertrouwdheid en bekendheid met het eigen land en de voorzieningen spelen ook een belangrijke rol bij de keuze om een vakantie in eigen land te vieren. Als er iets met je gezondheid gebeurt, weet je de weg in de Nederlandse ziekenhuizen. In het buitenland vertrouwen de mensen de gezondheidszorg vaak niet. Bekendheid met Nederlands eten wordt ook vaak genoemd. Ook het spreken van de eigen taal is handig. De variatie in cultuur en landschap binnen een klein oppervlak ervaren 50-plussers als een aangename ontdekking en er blijken meer plekjes te zijn waar het anders is dan thuis, waar je je in het buitenland waant. Onverwachte authentieke evenementen zoals volksfeesten, braderieën of andere activiteiten 'van de streek' geven een vakantie vaak iets extra's. Minder positief zijn senioren over de kosten. Met name de horeca is volgens hen met de komst van de euro veel te duur geworden. Ook is de concurrentie met het buitenland groot. Veel 50-plussers zijn van mening dat een vakantie in Nederland niet helemaal het gevoel geeft weg te zijn doordat je toch min of meer bekende omgeving verblijft met dezelfde winkels, kranten en televisiezenders als thuis.

Wat vinden ouderen belangrijk?

“Het belangrijkste verschil is de communicatie en reclame. Het gaat vaak om details zoals de lay-out van de gids. Deze moet rust uitstralen niet door niet allerlei toeters en bellen erin op te nemen. Oad reizen biedt haar reizen voor senioren ook niet aan via advertenties met last-minute aanbiedingen omdat senioren eerder geneigd zijn hun vakantie ver van tevoren te plannen.”

(J.G. te Haar, commercieel directeur Oad reizen)

Tijdens de vakantie straalt het activiteitenpatroon van ouderen vooral rust uit. Een wandelingetje in de omgeving, een toertochtje met de fiets of auto, een excursie naar een bezienswaardigheid, ouder stad, kerk of kasteel en gezellig winkelen of uit eten gaan zijn de belangrijkste bezigheden. Ouderen brengen zowel in binnen- als buitenland vaker dan anderen een bezoek aan een museum, bloemenpark of botanische tuin. Dit alles neemt niet weg dat veel 65-plussers tijdens de vakantie minder actief zijn dan de jongere generaties. Vooral bezigheden die een lichamelijke inspanning vergen of gevaarlijk kunnen zijn, worden vermeden. Zo wordt er ook door ouderen veel minder dan door anderen getennist, gekanood of paardgereden. Ook kenmerkende activiteiten die de jeugd onderneemt, zoals het bezoek aan pretparken en dierentuinen of deelname aan het uitgaansleven in cafés en discotheken, kan de oudere generatie weinig bekoren (van Miltenburg, 2004).

De paragraaf geeft een samenvatting van de literatuur over de voorkeuren van ouderen voor drie thema's: (1) type activiteiten; (2) voorzieningen en omgeving; en (3) benaderingswijze (en praktische uitvoering van de communicatie).

Activiteiten

Ouderen zijn met name over onzekerheden over de gezondheid, het sociale netwerk en de financiën, minder geïnteresseerd in competitieve activiteiten. Veiligheid en zekerheid zijn voor hen belangrijker. De leeftijd waarop deze verschuiving van interessen zal plaats vinden zal wel stijgen doordat ouderen steeds vitaler worden. Adequate begeleiding voorziet voor een belangrijk deel in de behoefte aan zekerheid en veiligheid. Ouderen willen weten of ze zonder veel risico's op blessures activiteiten kunnen ondernemen. De activiteiten moeten aansluiten bij hun fysieke capaciteiten. Ook momenten voor gezelligheid en sociale contacten zijn voor ouderen belangrijk. Deze voorkeur voor groepsactiviteiten staat haaks op de toekomstige wens voor meer privacy en individuele activiteiten. Groepsactiviteiten moeten daarom minder verplichtend en tijdrovend zijn. Doordat toekomstige ouderen hoger opgeleid zijn zal de behoefte aan cursussen en educatie stijgen. Zij willen hun kennisniveau voor het beoefenen van bestaande of nieuwe activiteiten op peilhouden en verdiepen (Ziegler, 2002). Ook zullen activiteiten gericht op gezondheidsbevordering en conditie meer in belangstelling van ouderen komen te staan (van Middelkoop 2004).

Uit diverse bronnen blijkt dat ouderen veel waarde hechten aan activiteiten in de buitenlucht. Het gaat om activiteiten zoals wandelen en fietsen in groene gebieden of landelijk gebied. Wandelen, fietsen, struinen, en de hond uitlaten zijn de belangrijkste activiteiten. Andere populaire sportieve activiteiten zijn gymnastiek, zwemmen, fitness, tennis en golf. Als ouderen meer tijd besteden aan vrijetijdsactiviteiten, kiezen zij vaak voor het intensiveren van bestaande activiteiten. Ook voor het opnieuw oppakken van reeds eerder beoefende activiteiten. Ouderen zijn echter niet ongevoelig voor trends en hypes op het gebied van vrijetijdsactiviteiten. Voorwaarde is wel dat deze nieuwe activiteiten aansluiten bij de algemene eisen die ouderen aan activiteiten stellen. Deze omvatten:

- Minder competitieve activiteiten
- Zekerheid en veiligheid
- Adequate begeleiding
- Meer cursussen en andere vormen van educatie
- Gezelligheid en sociale contacten
- Gezondheidsbevordering en conditie
- zowel gemengde activiteiten als activiteiten speciaal voor ouderen

Voorzieningen en omgeving

Ouderen zijn niet zoals vaak wordt beweerd, uit op veel luxe. Comfortabele basisvoorzieningen met oog voor de ongemakken van het ouder worden zijn voldoende (Hilderink 1996). Bij recreatieve voorzieningen is daarom behoefte aan ruim sanitair, antislip op trappen, goede verlichting, fietsverhuur of een winkeltje voor vers brood en een krantje. In de horeca willen ouderen kunnen kiezen voor kleinere porties en menu's voor speciale diëten (diabetes, zoutarm). Wandel en fietsroutes moeten veilig en overzichtelijk zijn en voldoende rustplaatsen bieden voor sociale contacten of sanitaire stop. Bankjes langs de route of horeca is hiervoor ideaal. Ook stellen ouderen volledige informatie over de routes en voorzieningen op prijs (van Middelkoop, 2004). Een mogelijke verklaring voor deze voorkeur voor eenvoudige maar comfortabele basisvoorzieningen is dat ouderen zijn prijsgevoelig zijn. Er

bestaat een kleine groep waarvoor geld geen beperkende factor is, maar daar staat een zee grote groep minder draagkrachtige tegenover.

Senioren en bungalowparken

Het aandeel van de senioren (50-plussers ondernemen eenderde van alle vakanties in Nederland) op de vakantiebungalowmarkt groeit. Van hen zoekt 89 procent een 'rustig park', aldus het Continu Vakantie Onderzoek. Het aantal parken en de faciliteiten op het park zijn de laatste jaren sterk uitgebreid. Het gevolg hiervan is dat er inmiddels een generatie is ontstaan waarvoor het bungalowpark een gangbare soort verblijf voor vakantie is geworden. Dit effect zal versterkt worden door de huidige belangrijke klantengroep van bungalowparken in de leeftijd van 30 tot 39 jaar. Dit in tegenstelling tot de crisisgeneratie (geboren tussen 1915 en 1929) die niet is opgegroeid in een tijd waarin het bungalowpark een gangbare plek voor de vakantie was. Uit tabel 2 blijkt dat ze procentueel wel relatief veel vakanties in Nederland doorbrengen in een bungalow of zomerhuisje maar deze groep is in absolute zin klein (Knoop Sikkel en Keehnen 2005).

Van de toeristische accommodaties zijn bungalows en hotels zeer populair bij ouderen. Ook bij senioren zijn dit de meest gekozen accommodaties, maar de verschillen tussen de diverse accommodatietypen zijn bij deze leeftijdscategorie gering.

Tabel 4.4 Binnenlandse vakanties naar type, accommodatie en leeftijd (in 5 van alle vakanties van een bepaalde leeftijdscategorie; referentiejaar 2001)

	Vaste standplaats vakanties	Totaal toeristische vakanties					Totaal (x1000)
		Hotel	Bungalow	Kamperen	Overig		
0-5 jaar	15,7	84,3	5,7	44,3	21,9	12,4	1.508
6-14 jaar	41,1	60,1	3,8	23,9	19,9	12,5	2.441
15-18 jaar	12,9	87,1	8,9	25	29	23,4	505
19-24 jaar	4	96	15,9	38,4	23,8	17,9	615
25-29 jaar	5,9	94,1	22,6	43	15,6	12,9	758
30-39 jaar	22,9	77,3	12,3	38,5	16,5	10	2.490
40-49 jaar	44,8	55,2	12,3	20,1	13,6	9,2	2.877
50-64 jaar	57,5	42,5	12	12,4	10,9	7,2	4.483
65+	43,3	56,7	19	21	8,3	8,3	2.054
Totaal	37,6	62,4	11,7	25,2	15,1	10,3	17.733

Bron: Continu Vakantie Onderzoek (CVO) 2001.