



Babyboomers | leeftijdscategorie 50 - 64

Bereik met Wegener NieuwsMedia

Dagbladen 697.000

Nieuwssites 302.000

Print & online 893.000



WEGENER NieuwsMedia

Babyboomers | Doelgroep algemeen

Profiel

De doelgroep babyboomers wordt gedefinieerd als consumenten in de leeftijdsklasse van 50 tot 64 jaar. Ruim 22% van de inwoners in Nederland (13+) behoort tot deze doelgroep. Onder de Nederlandse babyboomers zijn vrijwel net zoveel mannen als vrouwen. De gemiddelde babyboomer is lager opgeleid lbo/mavo (46%), het opleidingsniveau ligt hiermee lager dan dat van de gemiddelde Nederlander. Onevenredig aan het opleidingsniveau ligt het inkomensniveau hoger dan dat van de gemiddelde Nederlander, ruim 42% heeft een persoonlijk netto maandinkomen boven de € 1.500 per maand. Het modaal inkomen is ca. € 1.500. Ruim 32% van de babyboomers heeft nog inwonende kinderen thuis en 44% heeft huisdieren.

Media

Om op de hoogte te blijven van het dagelijks nieuws leest de babyboomer een regionaal of landelijk dagblad. Voor het regionaal nieuws gebruikt 56% een regionaal dagblad, 45% TV, 21% radio en 14% internet. Gemiddeld besteden babyboomers 2-3 uur aan tv kijken per dag. Nederland 1 (61%), RTL 4 (50%) en Nederland 2 (48%) worden het meest bekeken. Ruim 84% van de babyboomers heeft toegang tot internet. Hoewel minder frequent dan de gemiddelde Nederlander is 64% van de babyboomer minimaal eens per week online, waarvan 24% dagelijks. Babyboomers besteden online het meeste aandacht aan: bankieren (63%), zoeken naar specifieke informatie (60%), zoeken naar nieuws/actuele informatie (47%), producten/ diensten (ver)kopen (35%) en reizen boeken (34%). Babyboomers zijn veelal opgevoed om zuinig te zijn, zij hebben dan ook aandacht voor diverse reclameaanbiedingen. Ruim 76% van de babyboomers gebruikt reclame om prijzen te vergelijken. 71% let op aanbiedingen in dagbladen, 61% heeft aandacht voor tv reclame en 21% heeft oog voor online aanbiedingen.

Tijdsbesteding

Babyboomers hebben een brede persoonlijk interesse, zij hebben in belangrijke mate interesse voor: regionaal nieuws (72%), reizen (63%), planten/bloemen (60%), op gewicht letten (54%) en medische wetenschap/ cabaret/ vreemde landen (allen 49%). Ruim 76% van de babyboomers is het afgelopen jaar op vakantie geweest. Tijdens de zomervakantie heeft 26% van de babyboomers 2 of meer landen bezocht, 60% houdt vakantie in Europa, 26% blijft in Nederland. Ruim 26% van de babyboomers is afgelopen jaar ook tijdens de winter op vakantie geweest. Auto (32%) en vliegen (31%) zijn het meest gebruikte vervoer voor de vakantie. Favoriete vrijetijdsbesteding babyboomers o.b.v. frequentie is: bezoek familie/vrienden (97%), winkelen (91%), wandelen (88%), restaurant bezoek (83%), fietstochtje (80%), autotochtje (77%) en theater/ schouwburg bezoek (65%). Daarnaast maakt ca. 40% van de babyboomers tijd vrij voor vrijwilligerswerk.

Consumptie

Babyboomers doen hun dagelijkse boodschappen bij gemiddeld 2 tot 4 supermarkten, slechts 6% koopt de boodschappen bij 1 supermarkt. Hoewel Albert Heijn favoriet is (59%), doen veel babyboomers ook de boodschappen bij Aldi (49%), C1000 (40%) en Lidl (38%). 36% van de babyboomers rijdt privé een nieuwe auto, 52% een tweedehands auto. Opel wordt het meest gereden, op de tweede plaats staat Renault, de derde plaats wordt gedeeld door Peugeot, Toyota, Volkswagen, Ford en Citroen. Qua bestedingsgedrag t.o.v. de gemiddelde Nederlander denkt de babyboomer meer uit te geven aan: warme maaltijd (42%), vakanties (30%), uit eten gaan (26%), computer(apparatuur) (21%) en boeken/dvd's/video's (21%).

| Leest regionaal dagblad van Wegener NieuwsMedia

Profiel & bereik

25% van de lezers in ons verspreidingsgebied is babyboomer

doelgroep x 1000	populatie	bereik #	bereik %	profiel %
Leest regionaal dagblad	1040	833	80	25
Geslacht man	540	435	81	52
Geslacht vrouw	500	399	80	48
Lager opgeleid	413	328	79	39
Middelbaar opgeleid	408	338	83	41
Hoger opgeleid	167	132	79	16
Netto maandinkomen < 2000	444	341	77	41
Netto maandinkomen 2000 -3850	380	326	86	39
Netto maandinkomen overig	50	40	80	5

Leeswijzer | In ons verspreidingsgebied wonen 540.000 babyboomers die man zijn. Onze dagbladen worden gelezen door 435.000 babyboomers die man zijn, het procentuele bereik is daarmee 81%. Van de babyboomers die onze dagbladen lezen is 52% man, 48% is vrouw.

Media & bereik

doelgroep x 1000	populatie	bereik #	bereik %	profiel %
Gebruikt reclame om prijzen te vergelijken	774	625	81	75
Let op aanbiedingen in dagbladen	775	650	84	78
Heeft internettoegang	896	720	80	86
Is dagelijks online	257	206	80	25
(Ver)koopt producten /diensten online	481	400	83	48

Leeswijzer | In ons verspreidingsgebied wonen 774.000 babyboomers die reclame gebruiken om prijzen te vergelijken. Onze dagbladen worden gelezen door 625.000 babyboomers die reclame gebruiken om prijzen te vergelijken, het procentuele bereik is daarmee 81%. Van de babyboomers in ons verspreidingsgebied die een regionaal dagblad van ons lezen gebruikt 75% reclame om prijzen te vergelijken.

Tijdsbesteding & bereik

Babyboomers hebben t.o.v. de gemiddelde inwoner een bovengemiddelde interesse voor:

doelgroep x 1000	index	bereik%
Operette/ klassieke muziek	142	84
Klassieke woonideeën & antiek	132	80
Regionaal nieuws	128	84
Milieu-bescherming & -vriendelijke producten	126	84
Belastingzaken	125	84

Leeswijzer | Babyboomers hebben 142% meer interesse voor klassieke muziek dan de gemiddelde inwoner in ons verspreidingsgebied. De regionale dagbladen van Wegener NieuwsMedia bereiken 84% van de babyboomers met interesse in klassieke muziek.

Consumptie & bereik

doelgroep x 1000	populatie	bereik #	bereik %	profiel %
Supermarktbezoek	911	723	80	88

Leeswijzer | In ons verspreidingsgebied wonen 911.000 babyboomers die de (dagelijkse) boodschappen doen. Onze dagbladen worden gelezen door 723.000 babyboomers die de (dagelijkse) boodschappen doen, het procentuele bereik in de doelgroep is daarmee 80%. Van de babyboomers in ons verspreidingsgebied die een regionaal dagblad van ons leest doet 88% de (dagelijkse) boodschappen.

WEGENER NieuwsMedia