

55

De *sociale omgeving* heeft *veel invloed* op het koopgedrag van de 50'er. Vrienden, kennissen en vooral kinderen zijn een betrouwbare bron van informatie. Zij brengen ze in contact met nieuwe producten en merken. Gemiddeld besteden ze *22 uur per week aan mediaconsumptie*. Zo kijken ze veel televisie en lezen ze veel kranten en tijdschriften.

De groeiende groep 50'ers wordt *steeds gelukkiger*. Ze genieten meer van hun leven dan tien jaar geleden. En als de kinderen het huis uitgaan, kan het geluk nog groter worden. De groep '*mokka's*' (modern, ondernemende kapitaalkrachtige actieven) wordt verreweg *het gelukkigst*.



I'm every
WOMAN