

Belona-onderzoek 50-plussers kopen vooral nieuwe wagens Belangrijke doelgroep voor automerken

Schilde 18 januari 2008. Als 50-plussers een wagen aanschaffen, dan kopen ze in 75,9% van de gevallen een nieuwe wagen. Bij de gepensioneerden stijgt het percentage van aankoop van nieuwe auto's naar 81,9%. Dat blijkt uit onderzoek dat Belona, gespecialiseerd in marketing naar 50-plussers, heeft uitgevoerd in samenwerking met professor Patrick De Pelsmacker (Universiteit Antwerpen).

Belona vond verder dat voor 50-plussers de prijs, de veiligheid, het milieu-aspect en de ergonomie belangrijke criteria zijn bij de aankoop van een wagen. Merk en model zijn minder doorslaggevend. 60% van de seniorenkoppels kopen een wagen in overleg met elkaar aan. Opvallend is wel dat bij mannen het merk belangrijker is dan voor vrouwen. Vrouwen daarentegen kijken veel meer naar de prijs en de veiligheid.

In het onderzoek peilde Belona ook naar de houding van de senioren tegenover hun verzekeringen. 50% van hen staat open voor een beter aanbod voor een nieuwe verzekering, waaronder de autoverzekering.

Belangrijke groep consumenten

De conclusie van Belona is dat 50-plussers voor autofabrikanten een zeer belangrijke groep vormen. Het belang van die groep zal in de naaste toekomst alleen maar toenemen afgaande op de demografische ontwikkeling: het aantal 50-plussers neemt sterk toe nu de babyboomers stilaan de kaap van vijftig en zestig ronden. Deze doelgroep heeft nu ook het geld om nieuwe wagens te kopen: er is meer besteedbaar inkomen beschikbaar nu de kinderen het huis uit zijn, de lening voor het huis afbetaald is en erfenissen hun kant uitkomen.

Over Belona

Belona is in 2006 opgericht door Chris Eeckhout, Xavier Renaux en Filip Helssen. Hun visie is om de referentie en de bron van inspiratie te zijn op het gebied van 50 + marketing. De medioren vormen immers een ruime en kapitaalcrachtige doelgroep, die door veel marketeers nog niet ontdekt is.

Belona is Zweeds voor 'belonen' en duidt de kernactiviteit van het bedrijf aan. Belona wil zijn doelgroep, net-gepensioneerden, bedanken voor hun professionele inzet en de overgang naar het pensioen vergemakkelijken.

Chris Eeckhout (39 jaar) heeft 17 jaar een eigen onderneming geleid in de voedingssector en ging daarna als zelfstandig consultant aan de slag voor een Antwerps havenbedrijf.

Filip Helssen (39 jaar) heeft 15 jaar ervaring in de multi-national Sara Lee Douwe Egberts Coffee Systems waar hij tot **september 2006** als Operations director werkte.

Xavier Renaux (35 jaar) deed marketingervaring op als commercieel directeur bij de multinational Sara Lee voor de divisie House hold and bodycare.

Belona is gevestigd in Kamp C, green offices te Westerlo. Een unieke locatie in het voormalige Engelse militaire kamp: ondernemingen op deze site engageren zich immers om een bijdrage te leveren aan duurzame ontwikkeling.

Websites :

www.mediobox.be

www.belona.be

Voor meer informatie kan u terecht bij

Filip Helssen, Belona,

E-Mail : filip.helssen@belona.be

Telefoonnummer : 0475/84.54.85.

