



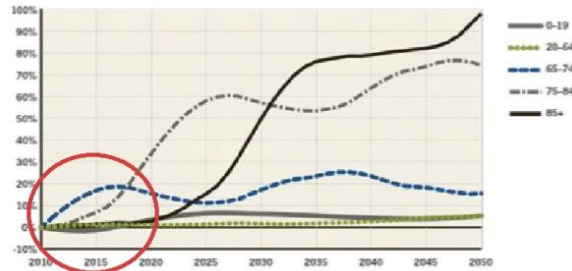
VINTAGE PEOPLE



Wednesday Relations
2019-05-28

Varför vintage?

Befolkningsökningen är 50++

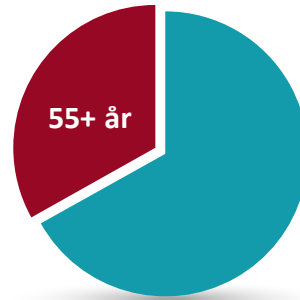


Den nya ålderstrappan

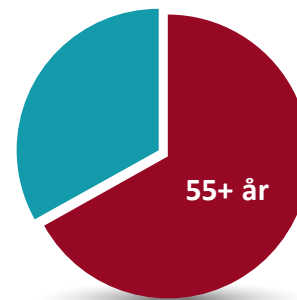


Stor andel välbeställda och konsumtionsinriktade

Andel av befolkningen



Andel av tillgångarna

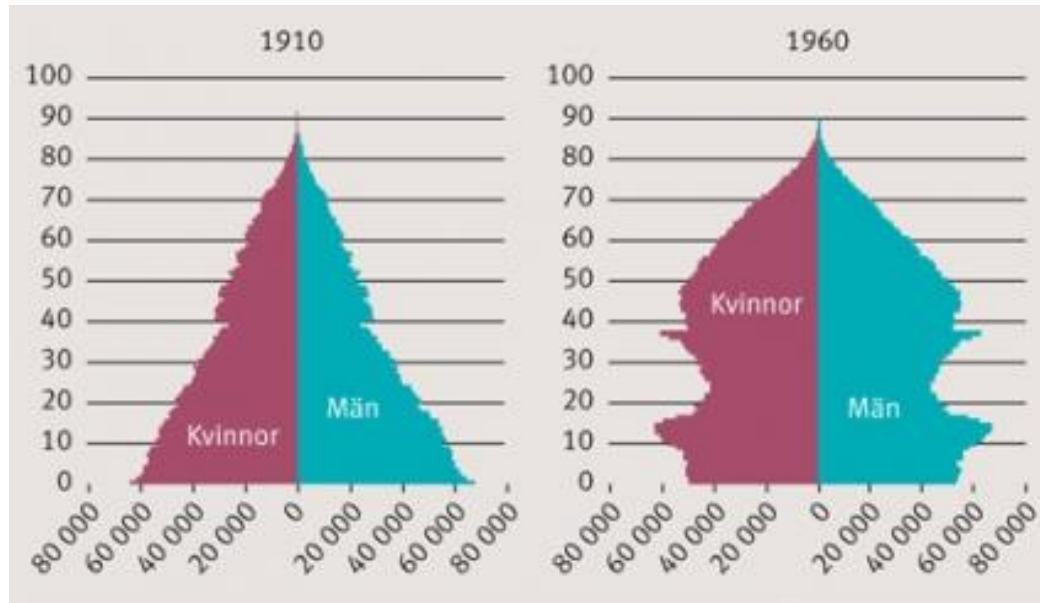


- 50plussare är enda marknaden som växer under närmaste 10 åren
- 55plus är idag 1/3 av befolkningen men har ca 70% av tillgångarna
- Uppskattningsvis 80% av köpkraften finns hos 55plussare
- 55plussare är den grupp som nu växer snabbast vad gäller användning av ny teknik
- 55plussare är en ofta negligerad grupp bland såväl privata som offentliga aktörer i det svenska samhället. Främst verkar det gälla gruppen mellan 60-75 år.....

Age 60+ share of income By country (% 2005 - 2020)		
Country	2005	2020e
Sweden	30,20%	34,30%
Finland	23,90%	34,10%
Belgium	26,60%	32,30%
France	24,80%	31,60%
Japan	26,20%	31,40%
Germany	27,10%	29,70%
United Kingdom	23,40%	29,20%
Norway	22,20%	28,80%
Netherlands	20,90%	27,80%
Russia	18,40%	26,70%
Spain	21,60%	24,40%
Italy	24,00%	24,10%
United States	15,70%	23,60%
Denmark	18,90%	23,50%
Romania	14,40%	20,80%
Bulgaria	14,80%	19,20%
China	11,20%	17,40%
South Africa	11,70%	16,50%
Turkey	11,60%	15,70%
Brazil	9,70%	15,40%
Mexico	9,00%	13,10%
Indonesia	8,60%	12,00%
India	8,40%	10,30%

Sources: Euromonitor, U.S. Census Bureau, A.T Kearney analysis

Ålderspyramiden



Befolkningspyramiden i Sverige 1910–1960

Matematiskt växer och
växer och växer marknaden!



Befolkningspyramiden i Sverige 2010–2060.

Varför värderingsbaserade segment?



- Samma stad
- Samma inkomst
- Giftna - tre vuxna barn - barnbarn
- God hälsa,
- Bil som prioriterat forskaffnings medel,
- Besöker vårdcentralen då och då,
- Frekventa på internet



Beteende

Attityder

Värderingar

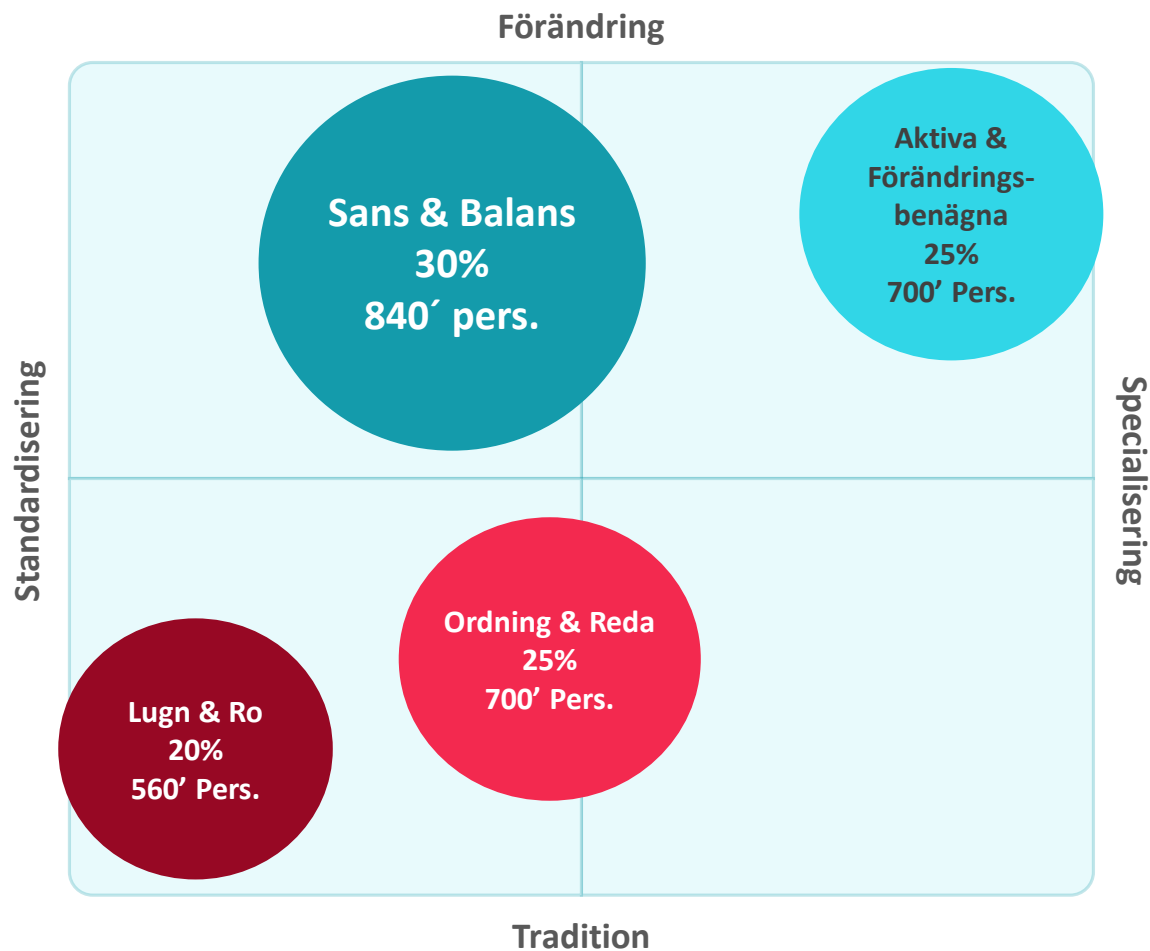
Möjligheter

Incitament

Drivkrafter

Tror du det skiljer i
intressen, behov och
efterfrågan?

Segmentering av vintagemarknaden (55-85 år) (2,8 milj personer)



Segmenten:

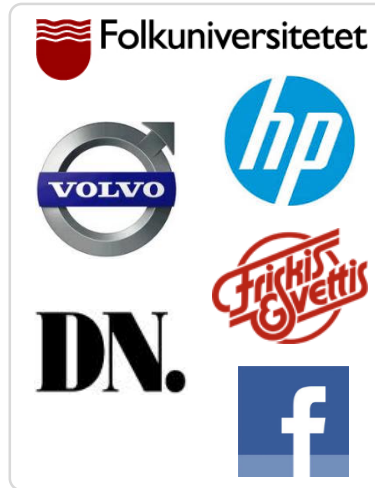
- **Aktiva & förändringsbenägna**
Karaktäriseras av öppensinnade och aktiva seniorer
- **Sans & Balans**
Eftersträvar "värde för pengarna"
- **Ordning & Reda**
Karaktäriseras av att vara traditionsbunden och en mer bokstavlig tolkning av olika regler
- **Lugn & Ro**
Konsumerar mindre och lever ett mer tillbakadraget och lugnare liv

Varje år med start 2010 undersöks 55-85-åringar via den nationella undersökningen VintageBarometern. Ett 25-tal återkommande värderingsfrågor ligger till grund för de fyra värderingssegmenten. Dessutom samlas in ytterligare ett 75-tal olika frågeställningar, vilket sedan analyseras i samarbete med UC (UpplysningsCentralen).

Sans & Balans

Lite om Gustav och Lisa:

- › Pension från akademikeryrken
- › Ekonomisk buffert
- › Alltid morgontidning
- › Söker information och planerar
- › Köper framförallt bra kvalitet
- › Familj och stor vänkrets
- › Sommarhus vid kusten
- › Snart dags för ny bil
- › Intresse för kultur & natur
- › Matintresse - provar gärna nytt
- › Godast mat lagar man själv! Gärna resor till storstad eller värme
- › 47% kvinnor, 53% män



Aktiv & Förändringsbenägen

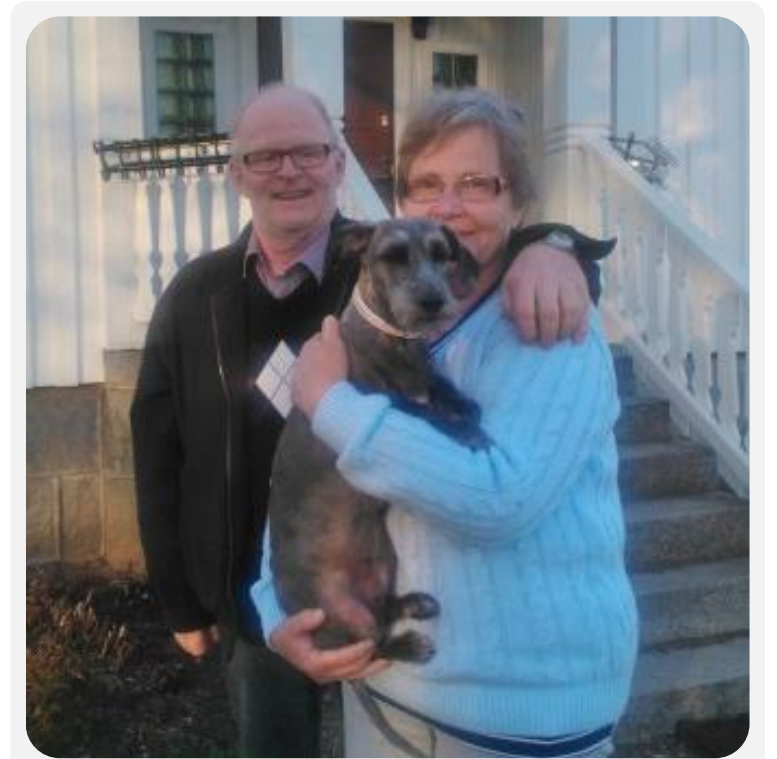
Lite om Lars och Astrid:

- › Spännande yrkesliv bakom sig
- › Rejäl pensionsförsäkring
- › Förändringar är positivt
- › Finns massor kvar att göra
- › Flyttar från villan in till stan
- › Tar för sig av livets goda
- › Väljer "premium brands"
- › Nyfikna på ny teknik och att testa nya produkter
- › Gärna en bra restaurang
- › Stort umgänge
- › Golf- och skidresor
- › Gärna exotiska resmål
- › 45% kvinnor, 55% män



Lite om Britta o Börje

- › Pensionen är (för) låg
- › En del krämpor efter ett liv med hårt arbete
- › Trivs bäst hemmavid
- › Promenader med hunden
- › Duktiga på att fixa och meka
- › Lite bilturer till nära & kära
- › Dator finns – barnbarnen visar
- › Tippar och spelar lite bingo –
- › numera över nätet ibland
- › Det blir mycket TV – mest underhållningsprogram, sport och deckare
- › 60% kvinnor, 40% män



Ordning & Reda

Lite om Ulla och Gunnar

- › Trevligt och ombonat hem
- › Liten sommarstuga
- › Händig och fixar själva
- › Sparsamma, men ej snåla
- › Vill alltid koll på ekonomin
- › Planerar sina inköp väl
- › Just upptäckt Pricerunner
- › Alltid generösa mot barnbarnen
- › Lokalt föreningsliv
- › Släktforskar - möjligt via nätet
- › Bilsemester i Sverige
- › Charterresa någon gång
- › 57% kvinnor, 43% män



"W - Wealthy"

WHOP

Månadsinkomst 30.000 kr eller mer (brutto från pension och/eller inkomst av tjänst)

Ordning & Reda 11%

Lugn & Ro 10%

Aktiv & Förändr.benägen 38%

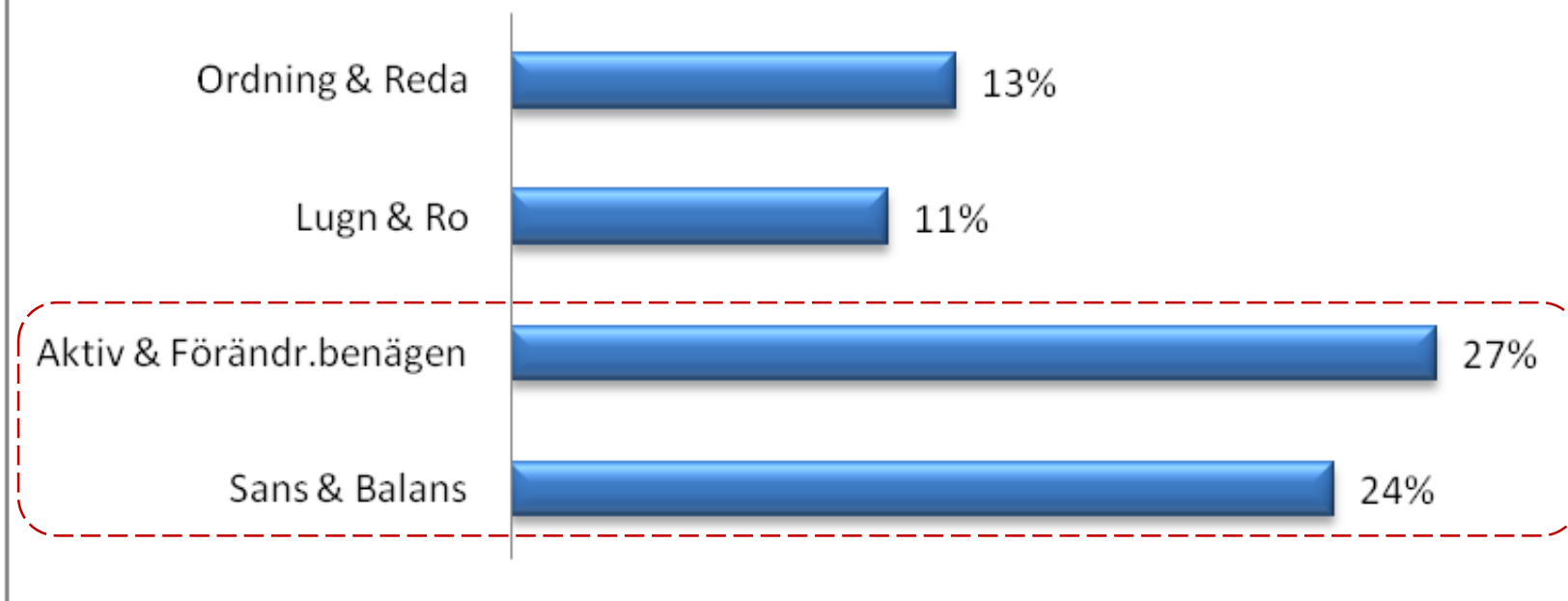
Sans & Balans 26%

"W - Wealthy"

WHOP

Eget sparande 500.000 kr eller mer

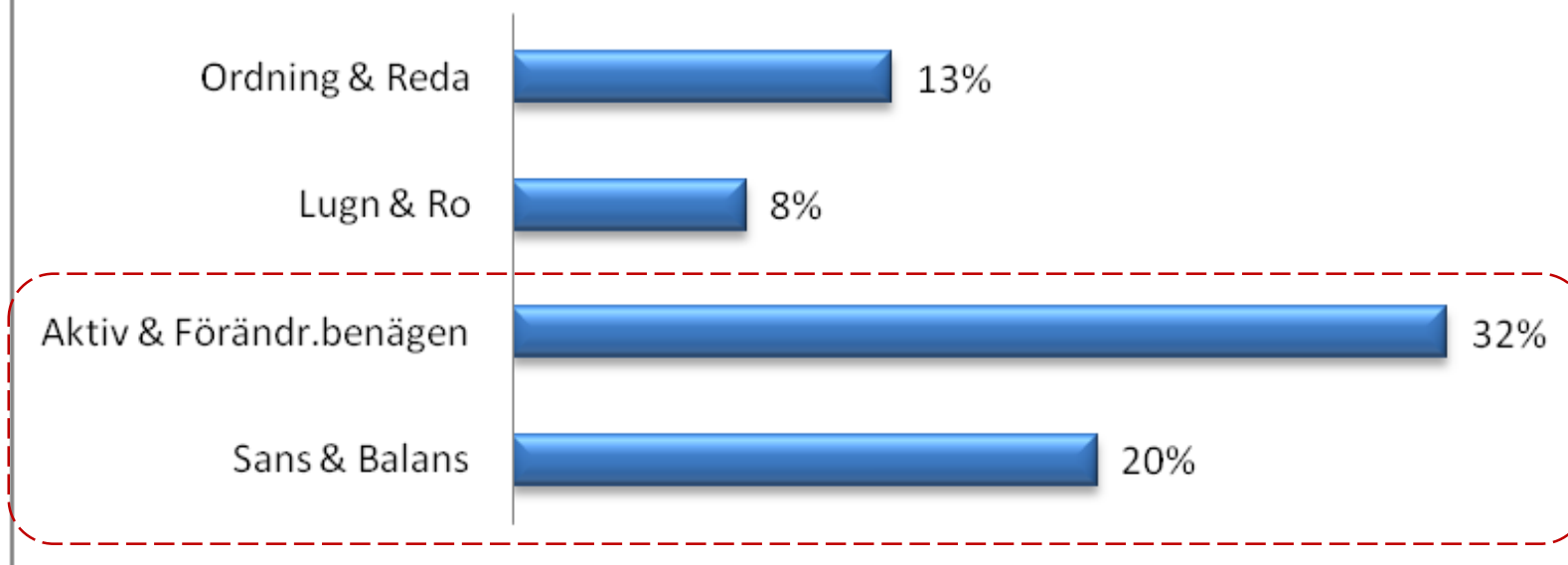
(konto, fonder, aktier, oblig)



"W - Wealthy"

WHOP

Boendets marknadsvärde 3 miljoner eller mer



Totalt, drygt 7/8 av 10
äger sitt boende (villa,
radhus, brf)

"W - Wealthy"

WHOP

Hur många procent av 55+ (som äger sitt boende) har inga bolån?

22%

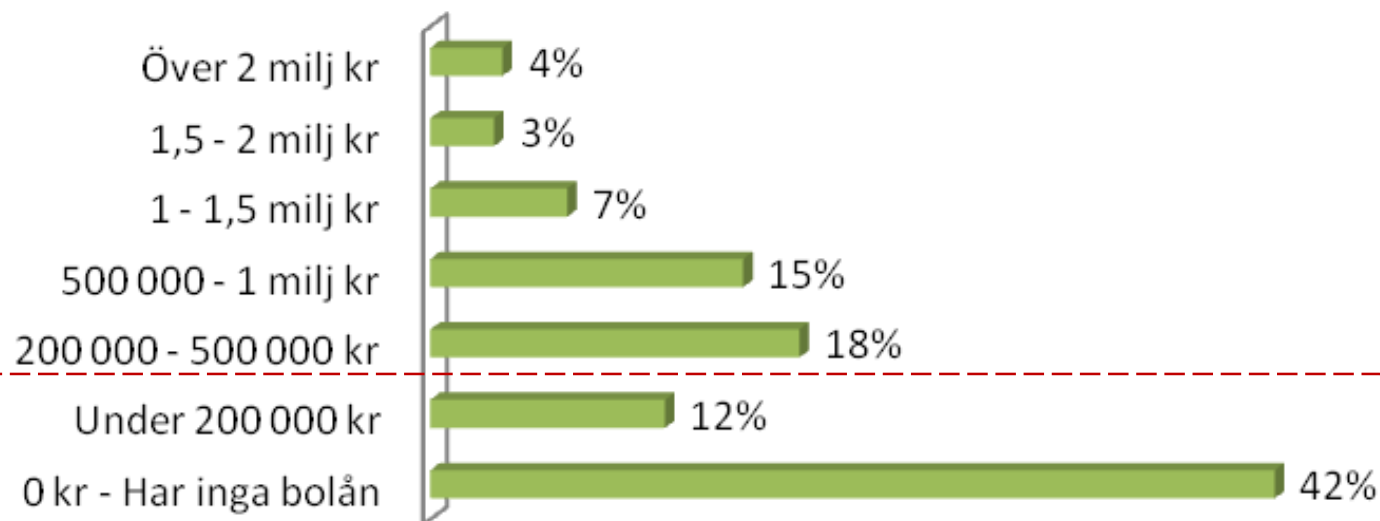
32%

42%

"W - Wealthy"

WHOP

Om äger villa/brf/fritidshus - storleken på bolån 55-85 år

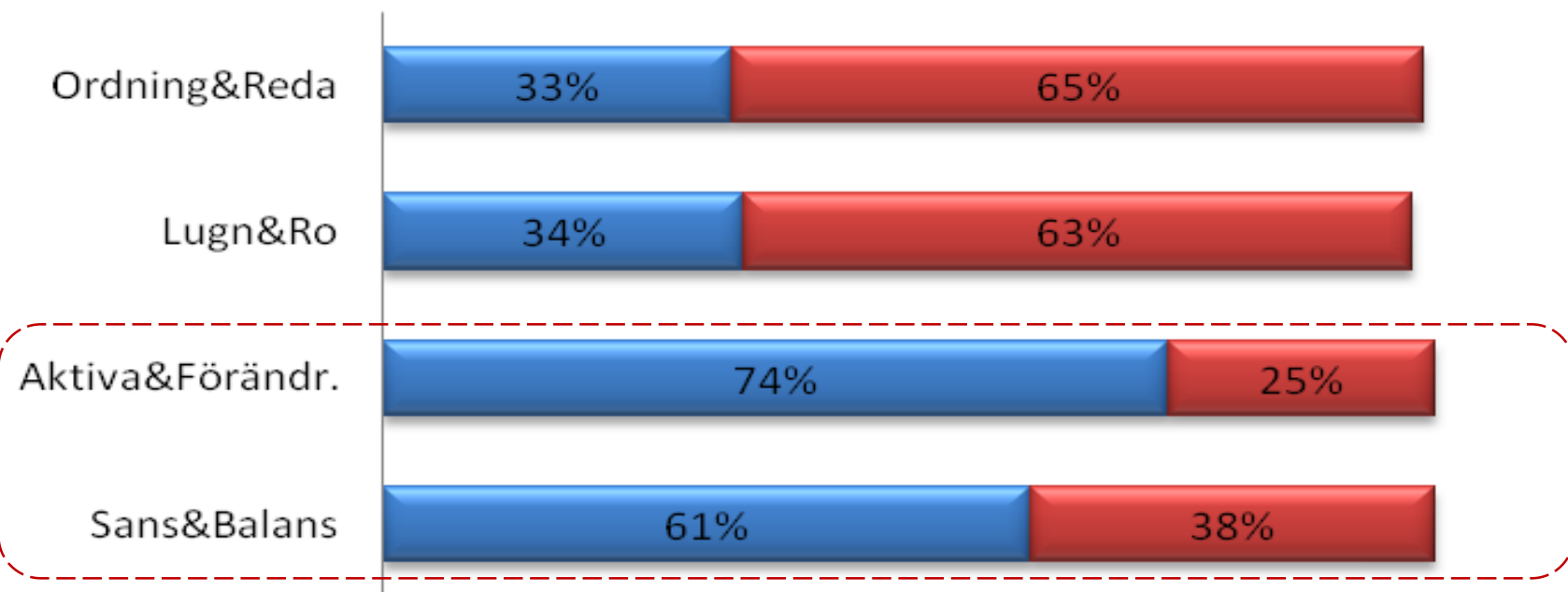


“H - Healthy”

WHOP

Känner sig fullt frisk

■ Ja ■ Nej, inte helt/inte alls



Använder regelbundet någon form av receptbelagd medicin

7 av 10



Sans & Balans

6 av 10



Aktiv & Förändringsbenägen

8 av 10



Lugn & Ro

8 av 10



Ordning & Reda

”OP - Older People”

WHOP

		Aktiv & Förändrb.	Sans & Balans	Ordning & Reda	Lugn & Ro
	20-talister	0%	1%	4%	3%
76-85 år	30-talister	15%	19%	30%	30%
66-75 år	40-talister	48%	50%	47%	41%
55-65 år	50-talister	38%	30%	19%	26%

Media & digitalt



Hur anser du att de alltmer förekommande digitala verktygen påverkat din vardag?

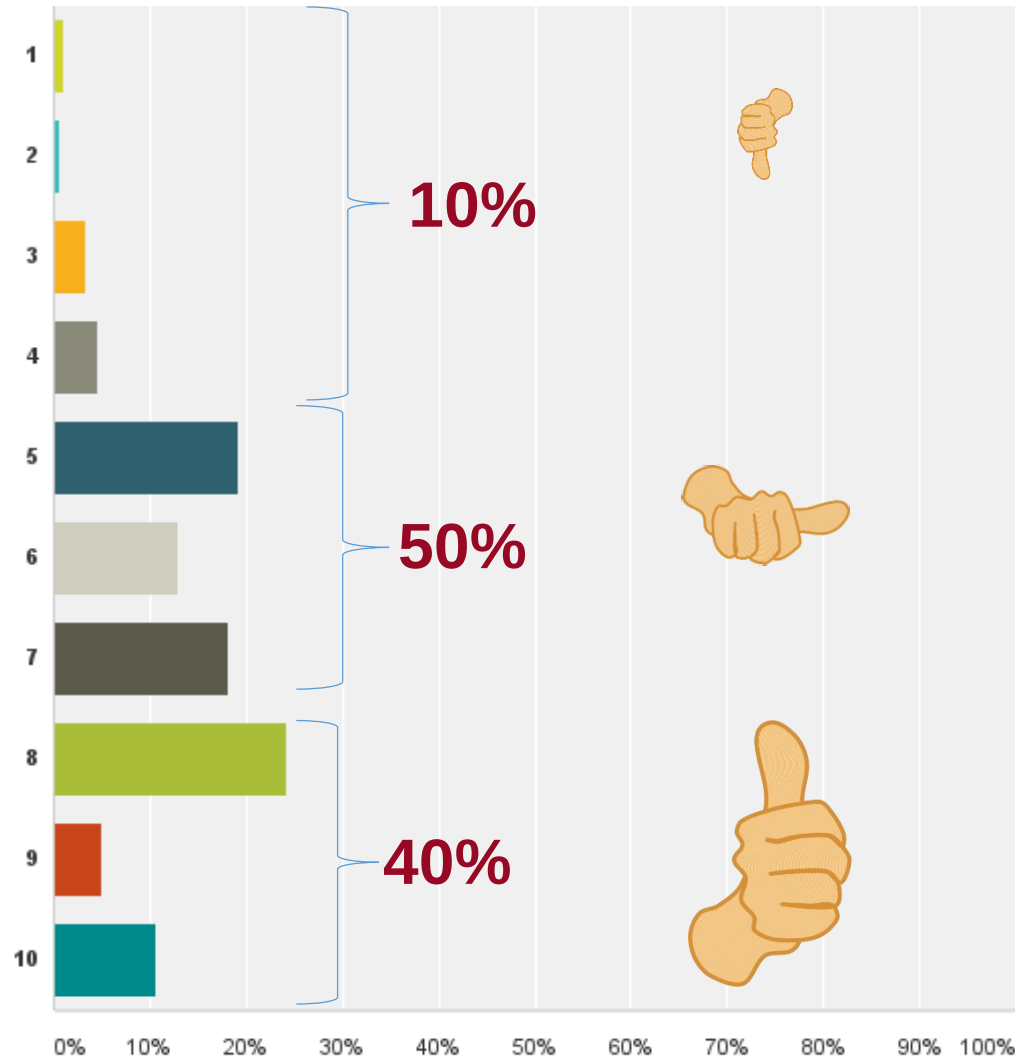
Markera på skala 1-10 där 1=mycket sämre och 10=mycket bättre

Vintagepanelen 2017

Negativt

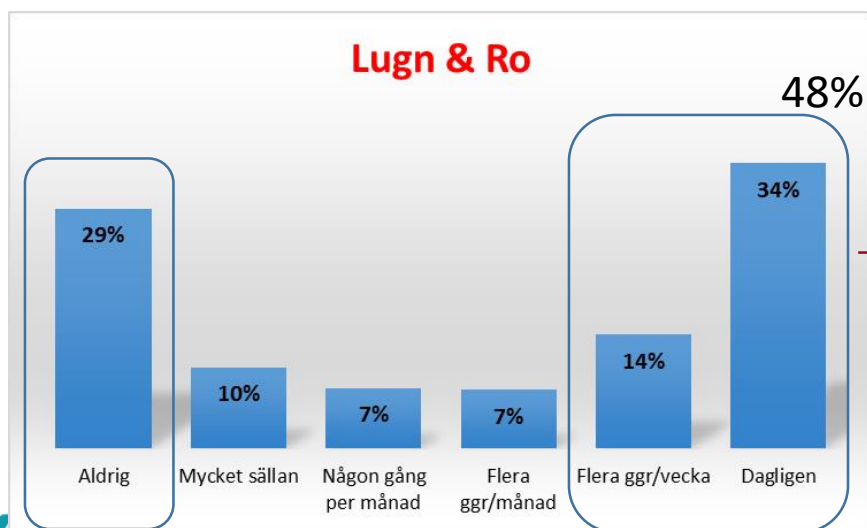
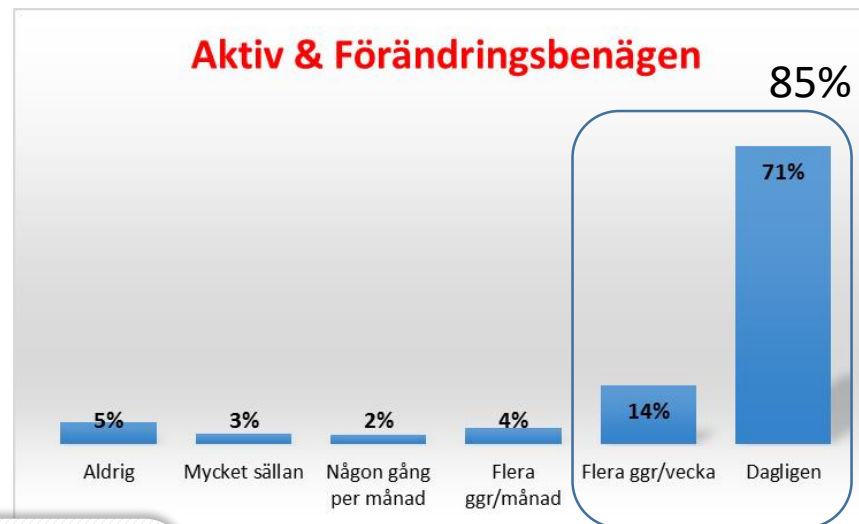
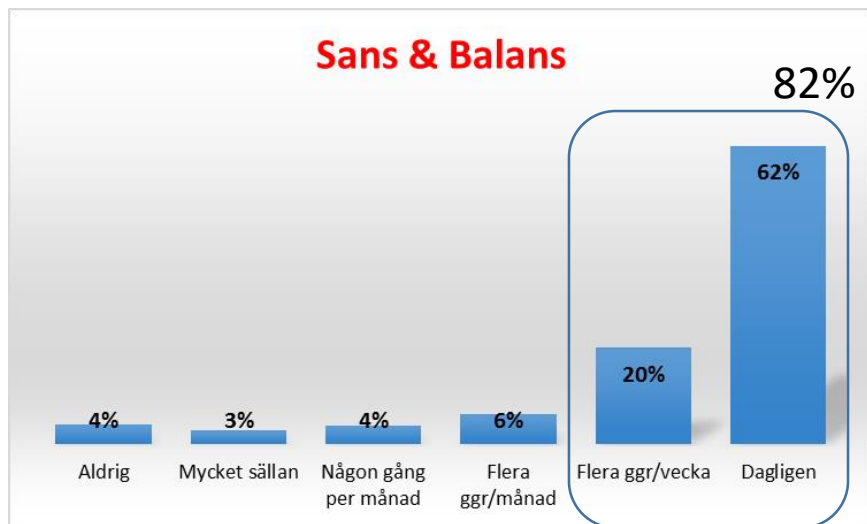
Neutralt

Positivt

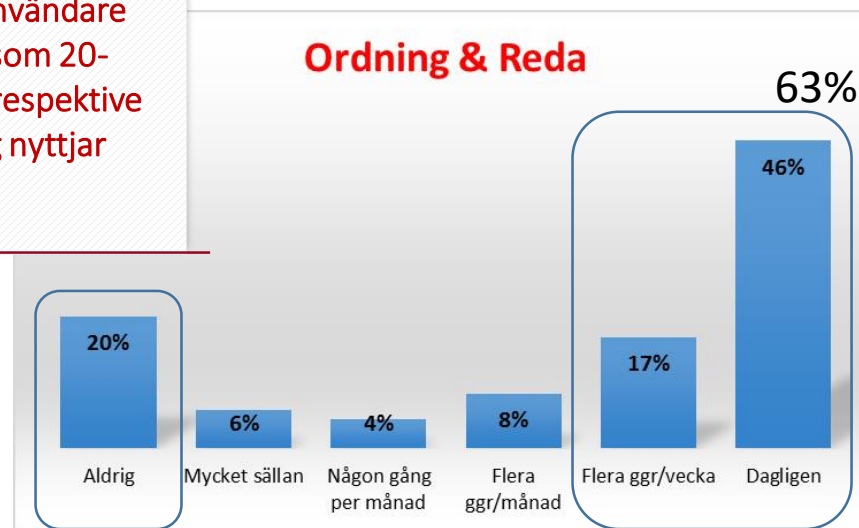


Internetanvändning

Värdering



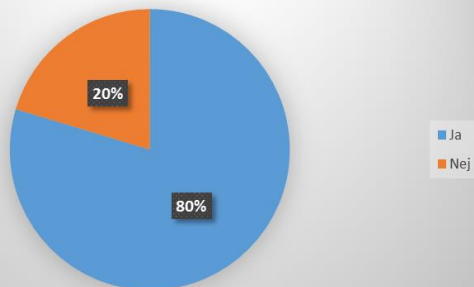
Många är frekventa användare av internet samtidigt som 20-30% inom Lugn & Ro respektive Ordning & Reda aldrig nyttjar nätet.



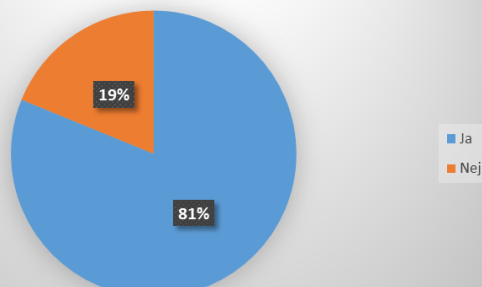
Har smartphone

Värdering resp. Ålder

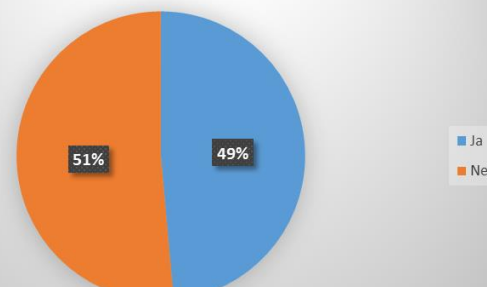
Sans & Balans



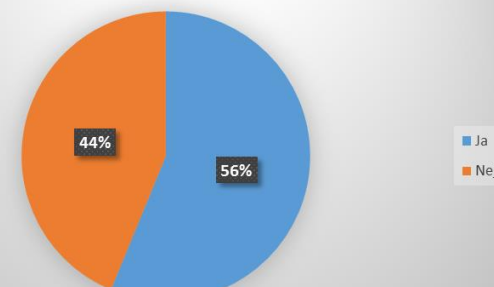
Aktiv & Förändringsbenägen



Lugn & Ro



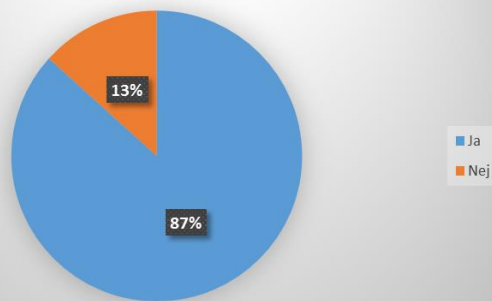
Ordning & Reda



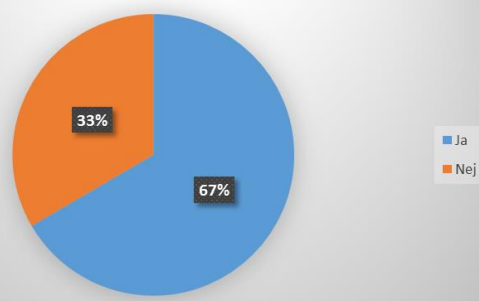
De "digitala invandrarna" 55plus är relativt "på" för modern teknik, speciellt upp till 64 år och inom Sans & Balans respektive Aktiv & Förändringsbenägen.

Men närmare hälften bland 75 plussare och Lugn & Ro har idag en smartphone.....

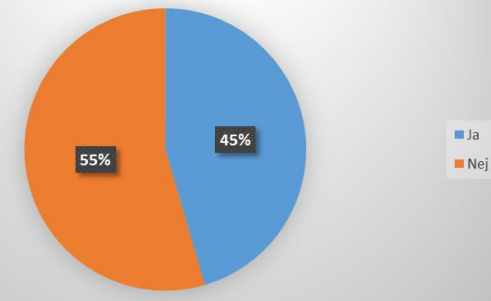
55-64 år



65-74 år

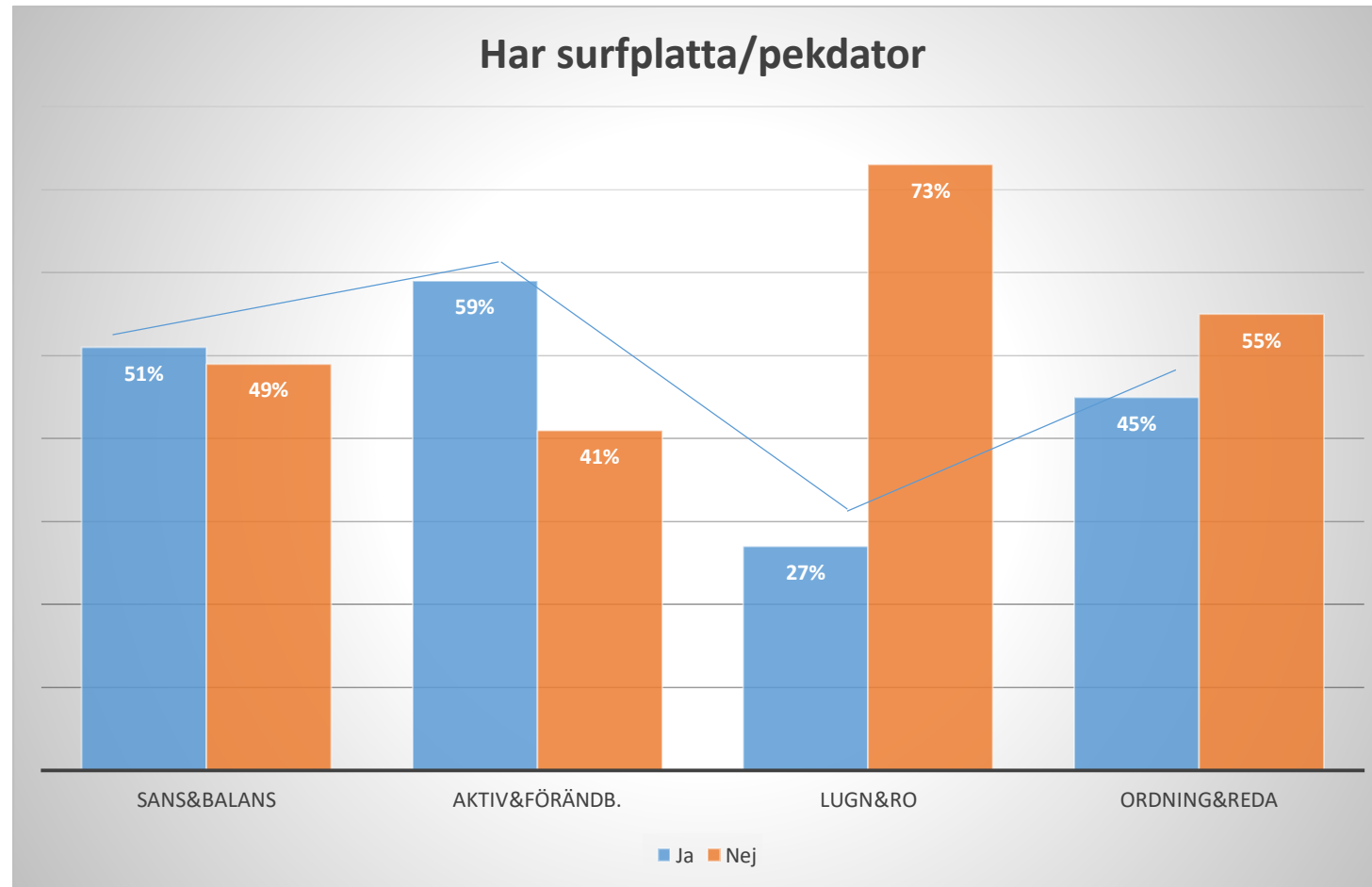


75+ år



Surfplatta/pektdator

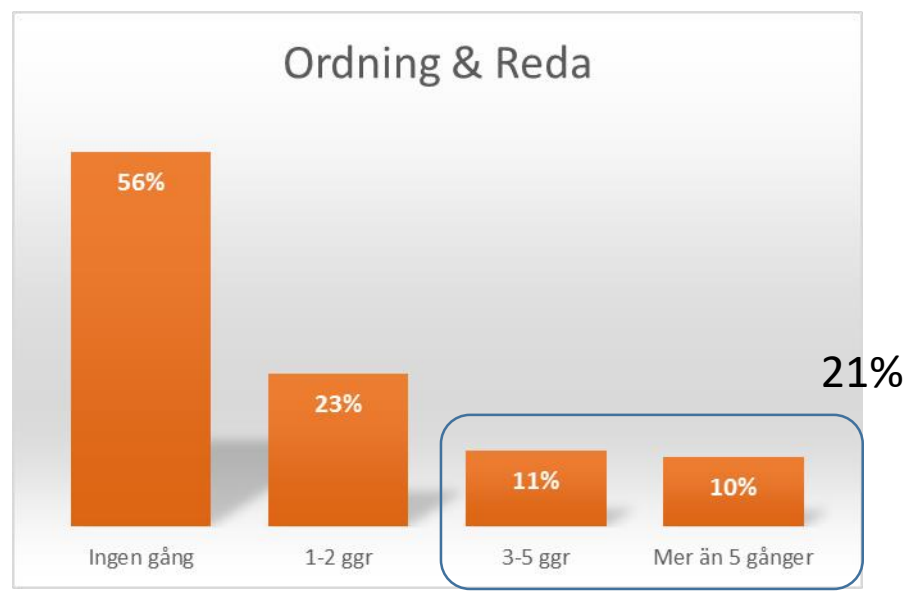
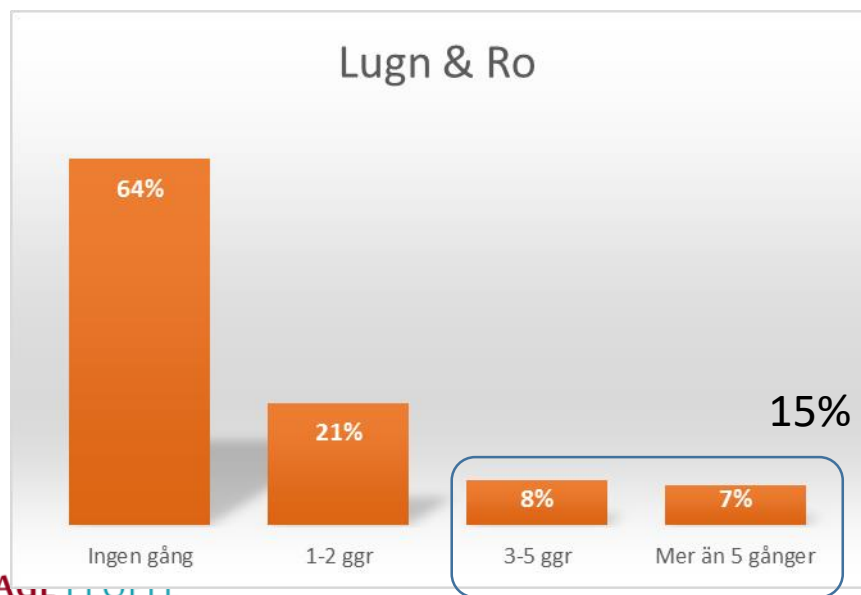
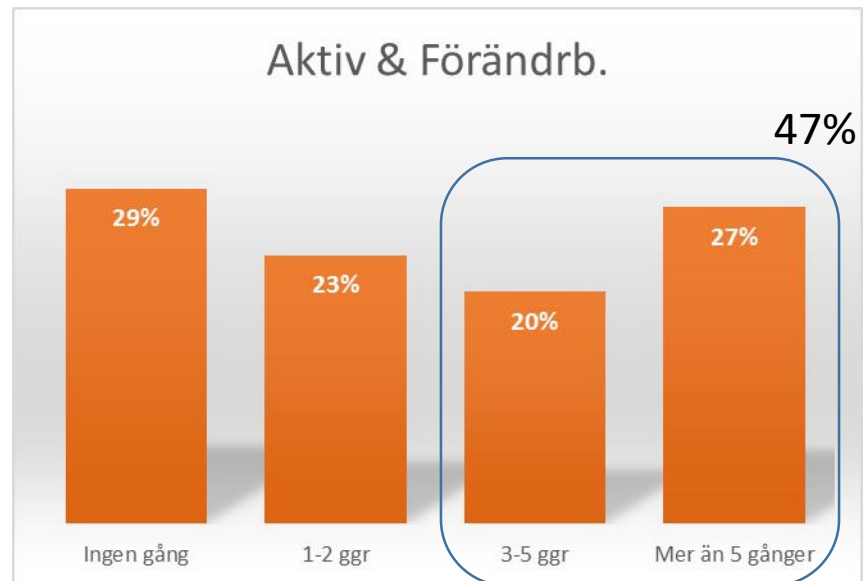
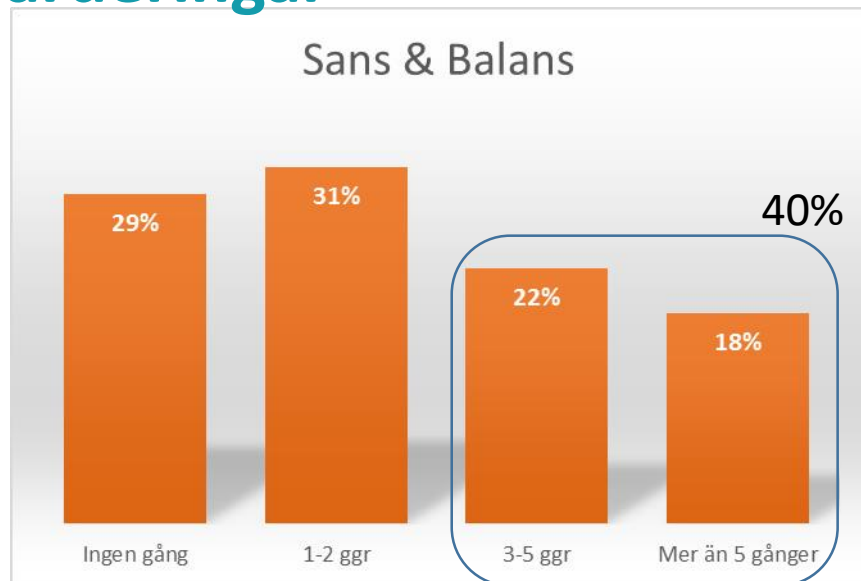
Värdering



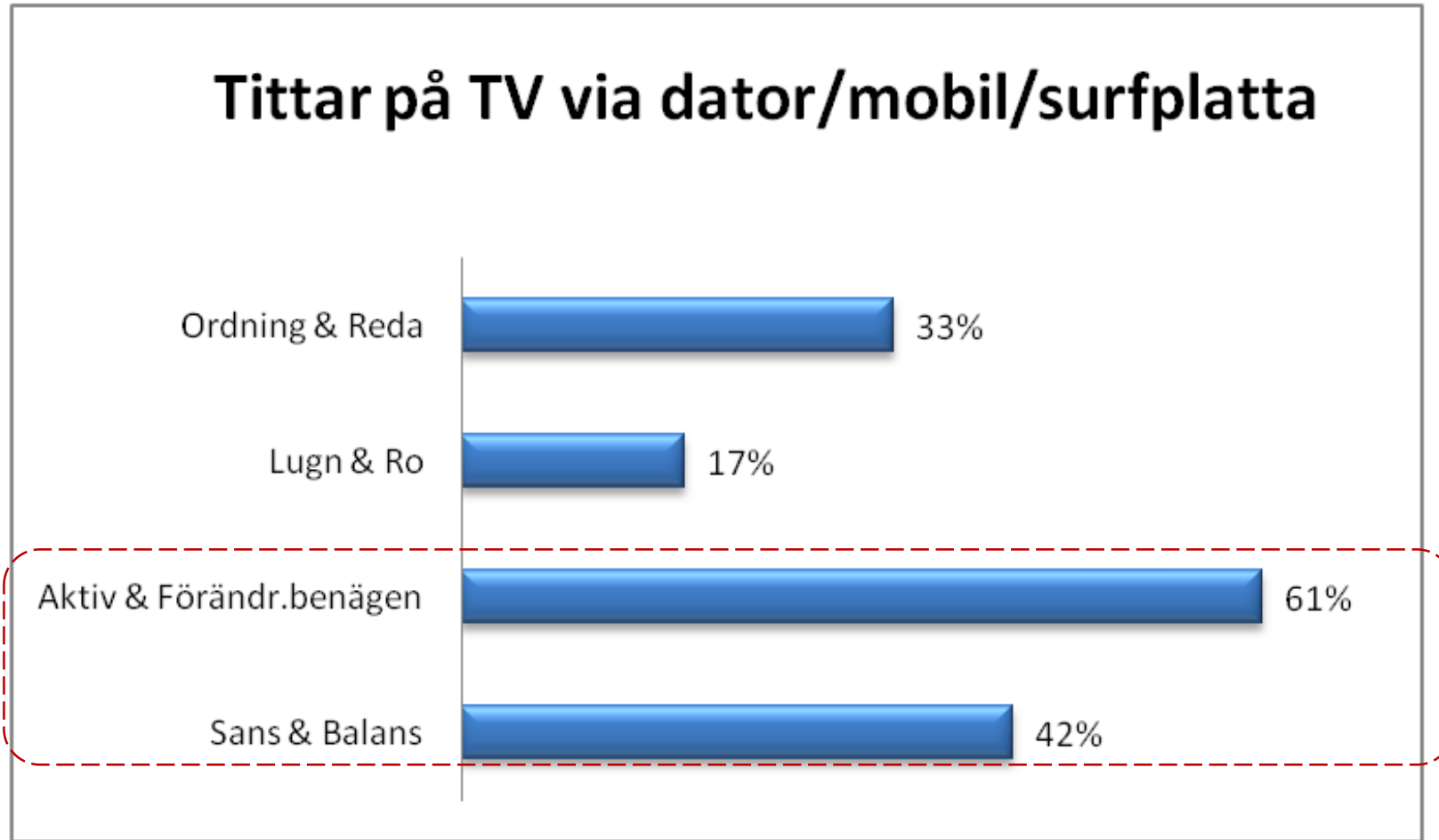
De "digitala invandrarna" 55plus är relativt med.....även om det skiljer mellan segmenten

Beställt vara/tjänst på internet senaste året

Värderingar



Tittar på TV via dator/mobil/surfplatta



Sammanfattning likheter/olikheter 55-85 år

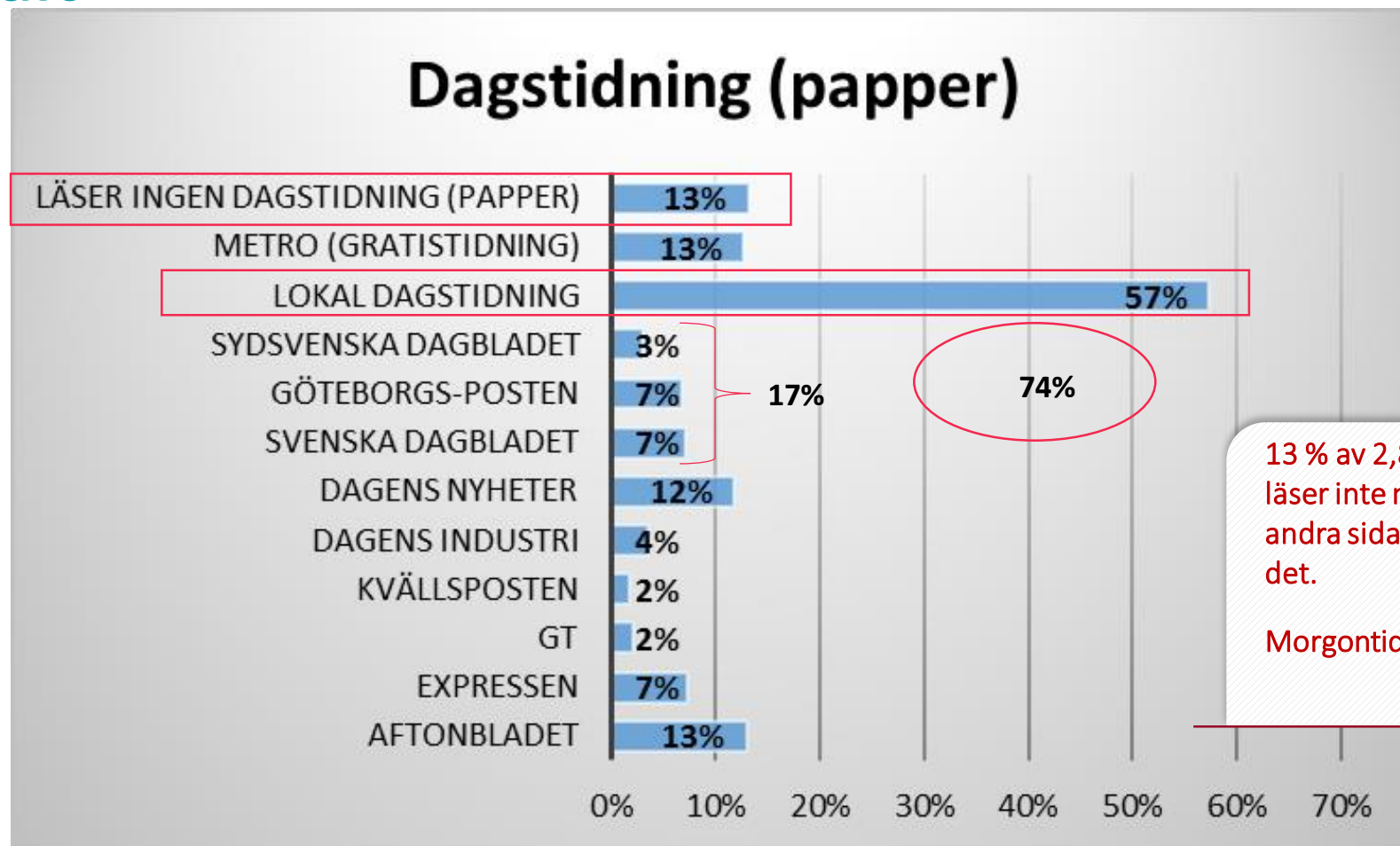
Värdering

	Sans&Balans	Aktiva&Förändr.	Lugn&Ro	Ordning&Reda
Internet dagl/flera ggr per vecka	82%	86%	48%	63%
Smartphone	80%	81%	49%	56%
Surfplatta/pektdator	51%	59%	27%	45%
TV via dator/mobil/surfplatta	55%	67%	25%	37%
Beställt produkter på internet	71%	71%	36%	44%
Beställt internet > 5ggr senaste året	18%	23%	7%	10%
Bankärenden på nätet varje vecka	33%	40%	14%	23%
Bankärenden mobil/surfplatta varje vecka	13%	18%	3%	9%
Hushållet har egen dator	94%	93%	73%	81%

➡ Digital mognad skiljer mellan segmenten

Dagstidning (papper) som läses en eller flera ggr/vecka

Totalt



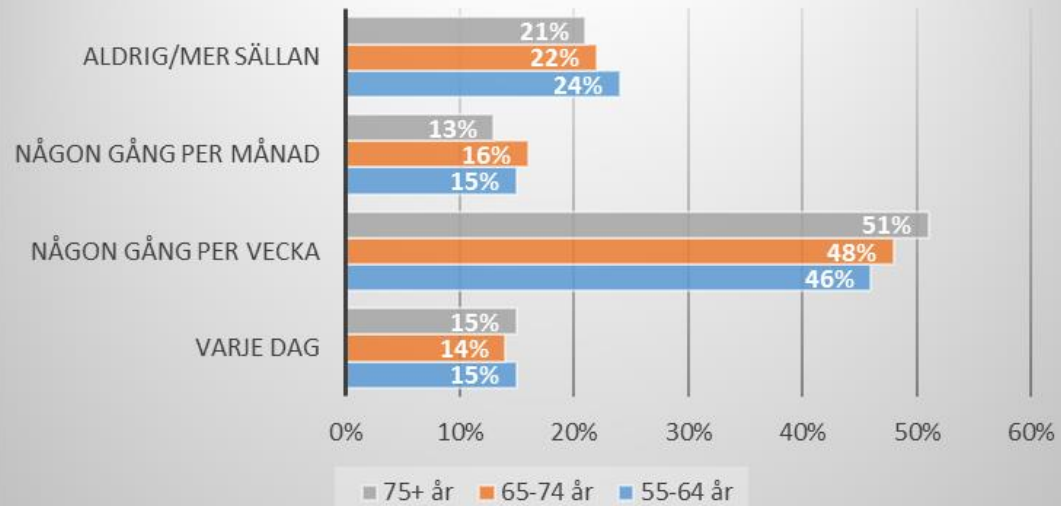
13 % av 2,8 miljoner personer i åldrarna 55-85 år läser inte någon dagstidning i pappersformat, vilket å andra sidan betyder att ca 2,4 miljoner personer gör det.

Morgontidningen lever i allra högsta grad.

DR i brevlådan

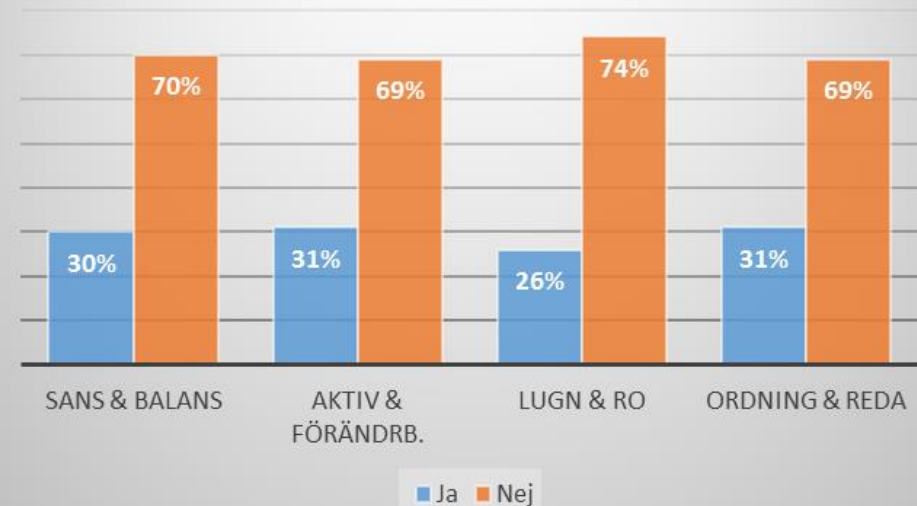
Värderingar/Ålder

Läser/tar del av DR

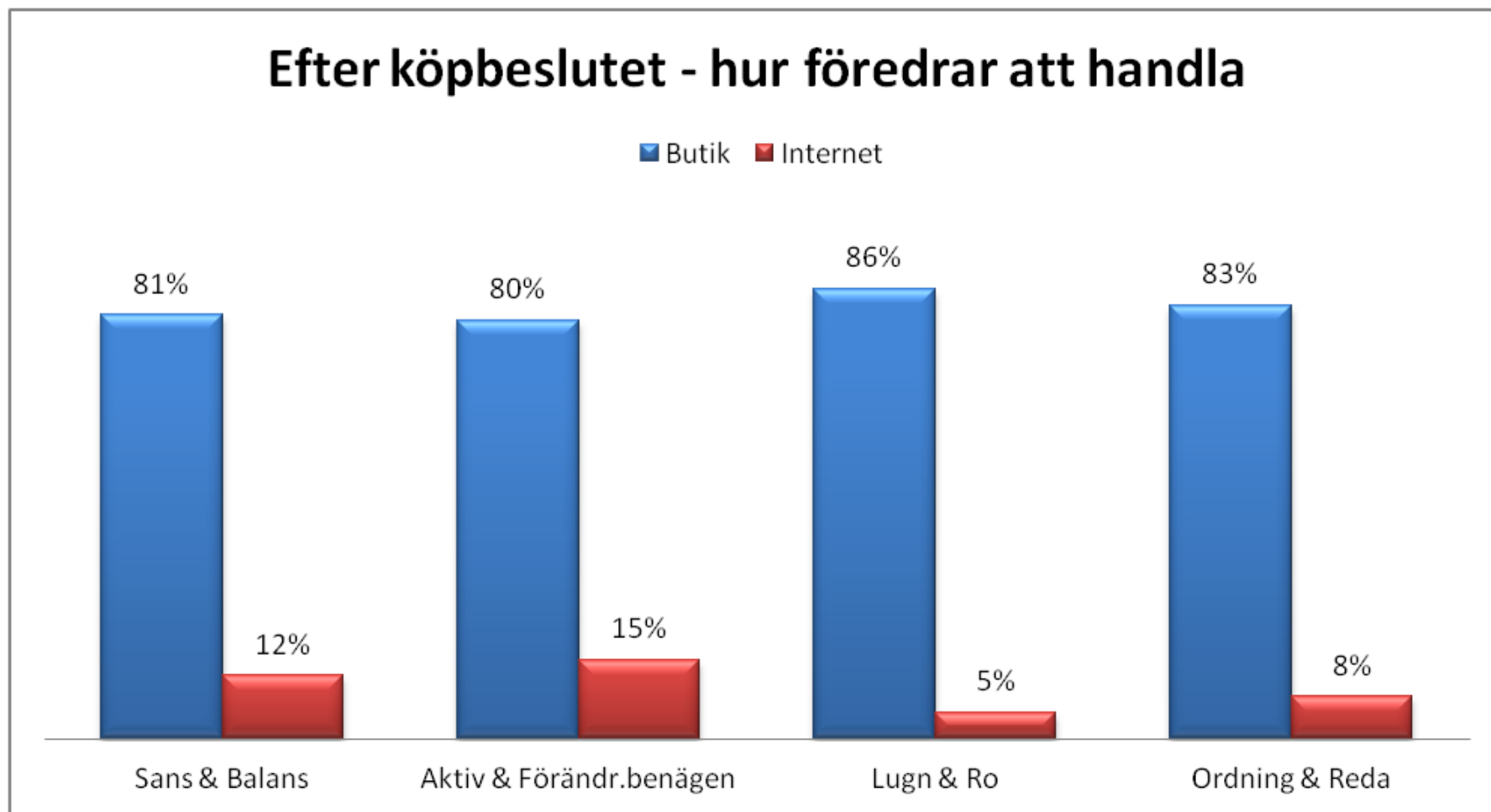


Oavsett värderings- eller åldersegment läser/tar man del av DR

DR påverkat till köp



Efter köpbeslutet – hur föredrar att handla



På återhörande!



magnus.elfgren@vintagepeople.se
070-575 57 57

mats.levin@vintagepeople.se
070-540 62 08

