

Doelgroep

De doelgroep waar wij onze ervaring voor willen creëren, zijn horende jongeren. We willen hen met onze experience op het hart drukken dat het belangrijk is om voorzichtig te zijn met je gehoor. Sommige mensen worden uiteraard doof geboren of worden op latere leeftijd doof om medische redenen, maar er zijn ook mensen die doof worden omdat ze simpelweg te lang blootgesteld worden aan hard geluid.

Jongeren zijn gretiger als het gaat om het bezoeken van een museum. In de eerste maanden van 2023 waren er in de categorie kinderen tot 13 drie keer zoveel mensen met een Museumjaarkaart als in dezelfde periode in 2019. Als we kijken naar jongeren in de categorie 19-25 jaar, was er sprake van een ruime verdubbeling.¹ Dat is een positief bericht en duidt erop dat er dus een groeiende interesse is onder jongeren voor het deelnemen aan culturele activiteiten.

Jongeren begeven zich, zo blijkt uit het Grote Uitgaansonderzoek, daarnaast vaak in omgevingen waar sprake is van erg hard geluid, denk aan clubs, festivals en bioscopen.² 23 procent van de respondenten (4824 respondenten tussen de 16 en 35 jaar oud, waarvan 51 procent tussen de 20 en 24 jaar oud is) gaf aan elke week een feestje te bezoeken en 48 procent gaf aan minimaal een keer per maand een feest te bezoeken. De kroeg is daarbij de populairste uitgaansplek: 48 procent gaf aan elke week of vaker naar de kroeg te gaan. De club is met 24 procent de tweede populairste plek, en feesten/festivals staan met 2 procent op de laatste plek.

Daarnaast blijkt dat steeds meer jongeren oordoppen aanschaffen. Er komt steeds meer aandacht voor de impact die harde geluiden op je gehoor kunnen hebben, en deze aandacht werpt zijn vruchten af. Van juli 2022 tot februari 2023 werden ruim anderhalf keer meer oordoppen verkocht als in diezelfde periode in 2019, zo bleek uit data van onderzoeksbureau Nielsen IQ. Er blijkt ook dat jongeren steeds vaker kiezen voor kwalitatieve, op maat gemaakte oordoppen.³ Dit toont dus aan dat het bewustzijn over dit onderwerp toeneemt onder jongeren en dat dit een onderwerp is waar zij zich mee bezighouden.

¹ NOS. (2023b, maart 30). Recordaantal mensen met Museumkaart, steeds meer jongeren in musea. NOS. <https://nos.nl/artikel/2469439-recordaantal-mensen-met-museumkaart-steeds-meer-jongeren-in-musea>

² *Grote Jongerenonderzoek 2023 - Dagelijks leven*. (2023). Wayne Parker Kent. Geraadpleegd op 4 december 2023, van <https://www.wayneparkerkent.com/app/uploads/2023/07/Jongerenonderzoek-2023.pdf/>.

³ Quekel, S. Q. (2023, 6 februari). Mijlpaal in strijd tegen tinnitus: sterke stijging in verkoop oordoppen. *Het Parool*. <https://www.parool.nl/nederland/mijlpaal-in-strijd-tegen-tinnitus-sterke-stijging-in-verkoop-oordoppen~bf468f3b/>