

# De nye ældre sejrer

## – et opgør med den stereotype opfattelse af kvinder 60 plus

*Af Anne Nyland Nordestgaard, influencer, udviklingskonsulent og cand.cur.*

Der er de senere år kommet et øget fokus på midaldrende kvinder, os der er midt i livet og lidt til. Forskning viser, at personer 50+ til 60+ er et segment, der har rigtig meget at byde ind med både inden for erhvervsliv, samfund og i modeindustrien. F.eks. bruges flere og flere midaldrende kvinder i modereportager og som ansigt for beauty industrien.

### Kvinder 60 plus er et væsentligt segment

Mit ærinde i denne artikel er, at sætte fokus på os kvinder, der er lidt længere end midt i livet, os der er fyldt 60 år. Jeg vil gerne nuancere det ofte stereotype billede, der tegnes af kvinder på 60 år og opefter. Som influencer, eller meningsdanner, kan jeg være med til at italesætte et andet billede af kvinder 60 plus.

Det er et område jeg virkelig brænder for og er optaget af. Min mission er at vise, at kvinder 60 plus er et væsentligt segment at medtænke i erhvervslivet, i bestyrelser, i investeringsmarkedet, i modeindustrien, i markedsføring af produkter og som influencere i diverse medier, for bare at nævne nogle områder.

Vi har meget at byde ind med. Vi er bevidste, selvstændige, interessante og uafhængige kvinder med økonomisk overblik. Vi er de bevidste forbrugere; både af materielle goder og i høj

grad af rejser og oplevelser. Derfor kan det undre, at sølvsegmentet 50 plus og 60 plus sjældent optræder i markedsføring af produkter, netop fordi vi er en åbenlys, købestærk målgruppe.

## **Kvinder 60 plus vil kunne spejle sig markedsføringen**

Hvis jeg skal fristes til at købe et produkt, skal jeg kunne spejle mig i den person, der markedsfører produktet. Nogle virksomheder har fanget pointen, og jeg tror, at vi i de kommende år vil se flere ældre i reklamer og modereportager. F.eks. er den 70-årige journalist og tidligere chefredaktør Camilla Lindemann blevet ansigt for kosmetikgiganten L'Oréal.

## **De nye gamle vil blive mere synlige**

Tiden er heldigvis med os, der er midt i og ældre, og samfundets syn på alder og alderdom, generelt, er under forandring. Forskningsgruppen Samfundets Aldring ved Aarhus Universitet, under ledelse af lektor Karen Pallesgaard Munk, pointerer bl.a., "...at vi med den nye alderdom vil se, at de nye gamle bliver mere synlige på alle niveauer i samfundet.

Flere pensionerede eksperter udtaler sig i medierne i kraft af deres rolle som specialister inden for givne områder. Erfaring og ekspertviden efterspørges, og ældre personer er ikke så bange for at sige deres ærlige mening, idet det ikke længere har den samme karrieremæssige betydning."

## **60 plus også kaldet "sen-agere"**

Der skrives artikler om de nye ældre, om at ældre boomere, som er et udtryk for, at der er mange af os. Udtryk som proage, age-diversity og silversegment vinder indpas i vores bevidsthed og i vores sprog.

En global bevægelse er sat i gang. På Instagram er der rigtig

mange profiler, nationalt og internationalt, der hylder ældre kvinder, ligesom ældre kvinder bruger deres egen profil som talerør. Akkurat som jeg selv gør.

Vi, de nye ældre, har sågar fået en ny betegnelse, nemlig sen-agere der skal ses som en modpol til teenagere. De nye ældre er en flok eventyrlystne, ressourcefyldte sen-agere, som har erfaring og slet ikke er færdige med at opleve, udforske og gøre sig klogere på livet.

Vi lader os ikke tyrannisere af kroppens forfald og nøjes ikke med at geare ned i et stille sofahjørne. Vi lever og agerer, som vi plejer.

## **50'erne og 60'erne er "det nye sorte"**

Populært sagt kan man argumentere for, at 50'erne og 60'erne er 'det nye sorte'. Den antagelse understøttes af Dorrit Bøilerehauge forsker og aktør på området. Hun spørger: "Kan modne mennesker være et cool brand?" Og ja, det kan de i høj grad. 60-årige Bøilerehauge er selv et mønstereksempel, idet hun samarbejder med både danske og internationale brands, hvor hun bruges som model i flere modereportager, ligesom hun er en efterspurgt model hos både model- og PR-bureauer.

I februar havde Bøilerehauge en artikel i Jyllands Posten med titlen 'Rend mig i generationerne'. I artiklen skriver hun bl.a.: "Der er kommet en helt ny bevidsthed blandt modne mennesker. De betegnes som The New Old, de nye gamle og silversegmentet. De har en anden selvopfattelse end tidligere. De er ikke kede af deres udseende, de er travle og udadvendte, og de lærer lige så hurtigt, som de altid har gjort. Deres opsøgende livsstil gør, at mange starter en ny karriere med egen virksomhed eller aktivitet. De så sig gerne afspejlet i markedsføringen og de er storforbrugere af livsprodukter og kultur." Det er præcis den opfattelse af os nye ældre, som jeg, med min Instagramprofil, vil være med til at sætte fokus på.

*Alder er ikke et spørgsmål om år men om sindstilstand*

## **Skønhed har ingen alder**

Jeg nyder at se mine gråhårede medsøstre optræde som rollemodeller. Det er dejligt at have andre at spejle sig og blive inspireret af. I 2020 dedikerede Matas magasinet SKØN deres september nummer til kvinder i silversegmentet med overskriften 'Skønhed har ingen alder'. Der står bl.a., at pro-age-bølgen er kommet for at blive, og magasinet giver tips til, hvordan man ældes med ynde og et positivt mindset. Magasinet anvender smukke kendiskvinder, som tegner profilen af silversegmentet. Jeg kunne ønske mig, at vi, de almindelige, ukendte kvinder fik samme mulighed. Vi fylder trods alt mest i ældrestyrken og er måske lettere at spejle sig i.



## **Fedt at blive ældre**

Jeg synes, det er utrolig vigtigt at afdramatisere det at blive ældre. Yngre kvinder skal glæde sig til den ro, livserfaring, og til tider visdom, der følger med det at blive ældre. De skal vide, at ældre kvinder stadig sprudler, har

stiletterne og "den lille sorte" i skabet, og at vi bruger begge dele flittigt. Kort sagt, vi er stadig på toppen, selv om de fysiologiske aldringstegn har vist sig.

Mit budskab er, at der ligger en stor frihed og venter forude. Det ville jeg gerne have vidst, da jeg var yngre. Derfor er de nævnte emner i denne artikel omdrejningspunktet for min Instagramprofil, hvor jeg netop forsøger at vise, at livet i høj grad fortsætter for fuld damp, selv om du er 60 plus.

## **"Alder er bare et tal" er ikke en floksel**

Som hustru, mor til to døtre og i tilgift tre bonussønner samt mormor og bedste til ni børnebørn har jeg en forpligtelse til at holde mig sund og rask i det omfang, jeg har indflydelse på. Ikke kun for min families skyld, men mindst lige så meget for min egen skyld, så jeg forhåbentlig kan leve et aktivt ældreliv nu og i mange år fremover. Som mange andre holder jeg mig fysisk i gang, mine interesser er golf, løb, gåture og lange cykelture på min mountainbike. At være i god, fysisk form giver mig en følelse af velvære samtidig med, at al den friske luft er godt for hjerneaktiviteten.

Jeg fokuserer mere på biologisk alder end kronologisk alder, og talemåden "alder er bare et tal" er faktisk ikke en floksel for mig. Som professor og overlæge Bente Klarlund skriver i sin bog "Yngre med årene", så kan vi selv være med til at påvirke livet og bestemme, hvordan vi vil ældes, forudsat at vi ikke rammes af kronisk sygdom.

Den største compliment jeg har fået i nyere tid kommer fra mit seksårige barnebarn: "mormor jeg synes faktisk ikke, du er så gammel, selv om du har gråt hår." Der er således håb for fremtidens nye ældre, og forhåbentlig kan yngre spejle sig i vores erfaringer og refleksioner over livet. Jeg håber selv, at jeg er en rollemodel for mine døtre og svigerdøtre. Hvis jeg oven i købet kan være med til at inspirere andre kvinder, så er et af mine mål nået. Alder er, efter min bedste mening,

ikke et spørgsmål om år men om sindstilstand.



**Mere om Anne:**

Anne er 63 år, influencer og blogger på **instragramprofilen @a\_la\_anne** – (følg hende endelig, hun har mange spændende og nærværende opslag hver dag – red.)

Udviklingskonsulent i egen virksomhed, uddannet sygeplejerske

og cand.cur.