

GfK Top Konsumententrends – das WAS, WO und WARUM dahinter!



Growth
from
Knowledge

Liebe Leserinnen und Leser



Unsere Welt verändert sich rasant. Dieses anspruchsvolle und schnelllebige Umfeld erfordert von Ihnen ein tiefes Verständnis Ihrer Konsumenten. Umso wichtiger ist es hier grundlegende und umfassende Informationen über die Bedürfnisse, Einstellungen und Verhaltensweisen Ihrer Kunden und potentiellen Kunden zu erhalten. Ich freue mich daher, Sie darüber informieren zu können, dass die Ergebnisse unserer GfK Consumer Life Studie nun auch für die Schweiz verfügbar sind! Erfahren Sie daher in unserem aktuellen Newsletter unter anderem alles über die GfK Consumer Life Studie und wie Sie diese bestmöglich zu Ihrem Vorteil nutzen können. Erfahren Sie beispielsweise was die Konsumenten von morgen – die Millennials – denken. Oder lesen Sie warum Nachhaltigkeit immer wichtiger wird. Im Namen des GfK Switzerland Teams darf ich Ihnen bei unserer neuesten Ausgabe wie immer viel Spass beim Lesen wünschen!

Sandra Wöhlert
Commercial Director

GfK Consumer Life

Jährlich durchgeführte globale Trendstudie nun auch für den Schweizer Markt verfügbar

2019 gibt es einige neue Highlights, die wir Ihnen vorstellen möchten:

- Seit mehr als 20 Jahren jährlich durchgeführte Befragung von mehr als 30000 Konsumenten weltweit
- Im Mittelpunkt steht der Konsument mit all seinen Facetten des Lebens: Werte, Einstellungen, Freizeitverhalten, Informationsverhalten, Nutzung verschiedener Produktkategorien und Neuheiten im Markt
- Weitere spannende Themen wie z.B. Car Sharing, Room Sharing, Mobile Payment, Digitale virtuelle Assistenten, Smart Home Produkte, Virtual Reality Headsets und vieles mehr

- Neue globale Trends, deren Relevanz für unterschiedliche Länder und Zielgruppen gemessen wird
- Fotos von Konsumenten und ihrem zuletzt erworbenen, technischen Produkt und Fotos von dem Bereich im eigenen zu Hause welches der Konsument als nächstes verschönern möchte
- Voice of the Consumer (Videos) wie empfinden Ihre Konsumenten die neueste Technologie
- Verlinkung mit GfK FutureBuy
NEU 2019: die junge Zielgruppe 15-18 ist inkludiert

Wussten Sie schon...

...etwa 57% der Schweizer Bevölkerung sind der Meinung, dass Marken und Unternehmen umweltfreundlich handeln sollten. Für 24% ist es (sehr) wichtig, wo und wie ein Produkt hergestellt wird (Quelle: GfK Consumer Life 2019).

Consumer Life liefert wertvolle Informationen zu folgenden Themen:



Trends:

Verpassen Sie keinen Trend! Richten Sie Ihre strategischen Entscheidungen an tatsächlich gemessenen Trends aus und verstehen Sie, wie relevant diese Trends für Ihr Unternehmen werden.



Neue Märkte & Kategorien:

Quick Check: Lernen Sie neue Märkte oder Produktkategorien kennen bevor Sie investieren.



Zielgruppen:

Von produkt- zu konsumentenzentrierter Strategieausrichtung: Lernen Sie Ihre Zielgruppe ganzheitlich kennen und verstehen.

Beispiel für diese Zielgruppenanalyse ist der **Millennials Report** – Wer sind die Millennials und wie erreichen Sie diese?

Dieser Report beinhaltet eine umfassende Analyse der Millennials, detaillierte Empfehlungen, um mit ihnen in Kontakt zu kommen und hebt die spezifischen Unterschiede dieser Zielgruppe hervor.



GfK FutureBuy:

Vermittelt, wie der Shopper einkauft und was er über das Shopping denkt.

Consumer Life Daten sind sofort verfügbar und können flexibel genutzt werden: Massgeschneiderte Analysen und Beratung, fertige Standardreports oder Zugriff auf die kompletten Daten.

Kontakt:

Anja Reimer
anja.reimer@gfk.com

Green Future – Globale Trenddaten jetzt verfügbar

Lernen Sie die umweltbewusste Zielgruppe besser kennen und optimieren Sie Ihre Strategie

Seit einigen Monaten organisieren sich Tausende Schüler und Studenten in der «Fridays for Future»-Bewegung und demonstrieren für mehr Klimaschutz und damit für eine lebenswerte Zukunft. Bei der Europawahl im Mai 2019 hat sich gezeigt, dass es die junge Generation ernst meint. Und auch die aktuellen Wahlen in der Schweiz spiegeln dieses Bild wider. Die Grünen und Grünliberalen sind die grossen Sieger.

57% der Schweizerinnen und Schweizer sind der Meinung, dass Marken und Unternehmen umweltfreundlich handeln sollten. Dies sind längst nicht mehr nur Vertreter der Alt 68er Generation, sondern vermehrt junge Menschen, die mehr Einsatz von Politik und Unternehmen fordern. Ihr Engagement wird sich auf die verschiedenen Märkte auswirken.

Wir liefern Ihnen umfangreiche und quantifizierte Informationen als Grundlage für Ihre Entscheidungen. Wählen Sie Inhalt und Detaillierungsgrad nach Ihren Bedürfnissen aus: Unser Report beschreibt wie sich der Öko-Trend weltweit und in Deutschland, Österreich und der Schweiz entwickelt, welche Werte die umweltbewusste Zielgruppe prägen,

ihr Lebensgefühl und ihre Interessen, auf verhaltensrelevante Einstellungen und wie Sie die Zielgruppe kommunikativ erreichen können.

Der Report kombiniert die Erkenntnisse aus verschiedenen Datenquellen und liefert Ihnen ein umfassendes Bild über Wahrnehmung und Bedeutung von Nachhaltigkeit für Ihre Kategorie und Ihre Marke:

- Was verstehen die Konsumenten unter Nachhaltigkeit in Ihrer Kategorie?
- Wie wichtig ist Nachhaltigkeit wirklich für Ihre Kategorie und was sind die wichtigsten Benefits und Produktfeatures, die Nachhaltigkeit treiben?
- Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit, wenn die Konsumenten an Ihre Marke denken?
- Wie wird Ihre Marke in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen eingeschätzt und welche Themen müssen Sie spielen, um Ihre Marke zu positionieren?

Kontakt:

Anja Reimer
anja.reimer@gfk.com

Grosse RegioGraph Herbst-Aktion

Nutzen Sie jetzt unsere RegioGraph Tandem-Aktion und profitieren Sie bis zum 31. Oktober doppelt: Nicht nur beim Kauf unserer Geomarketing-Software erhalten Sie zwei Lizenzen zum Preis von einer – auch bei der Anmeldung zur Schulung ist der zweite Teilnehmer kostenlos. So können Sie abteilungsübergreifend arbeiten und Synergien nutzen.

Kontakt:

Kathrin Acker
kathrin.acker@gfk.com

Nur bis 31. Oktober:
Große Tandem-Aktion
„RegioGraph 2 für 1“

Sie erhalten gleich zwei Software-Lizenzen zum Preis von einer. Bei der RegioGraph-Schulung ist der zweite Teilnehmer kostenlos.



GfK Brand Tracker: Optimieren Sie die Strategie Ihrer Marke durch das Verständnis ihrer Performance

Der GfK Brand Tracker ist ein Markenmanagement- und Controlling-System, das auf validierten und umsetzbaren KPIs basiert und ein ganzheitliches Verständnis der Markt-Performance und der Einstellung von Konsumenten sowie Empfehlungen für die zukünftige Markenstrategie bietet.

Diese Kernfragen beantwortet Ihnen

GfK Brand Tracker:

- Brand Health: Wie nimmt meine wichtigste Zielgruppe meine Marke wahr? Was sind die Stärken und Schwächen meiner Marken im Vergleich zu meinen Wettbewerbern?
- Brand Performance: Wie kann ich das Image meiner Marke optimieren und die gewünschte Markenpositionierung erreichen? Wie hoch ist mein Wachstumspotenzial?
- Marketingstrategie: Auf welche Kanäle sollte ich mein Marketingbudget konzentrieren, um den ROI meiner Marke zu maximieren? Erreiche ich meine wichtigste Zielgruppe? Welche Kernbotschaften muss ich kommunizieren?

Wir helfen Ihnen, die Leistung Ihrer Marken anhand der Schlüsseldimensionen des Markterfolgs in der digitalen Welt zu verstehen:

- Kombination der validierten Best-Practice-Module, die für die Position und Strategie Ihrer Marken am relevantesten sind, mit der Flexibilität, sie bei Bedarf anzupassen
- Integration von Daten aus Befragungen und Informationen zum Online-Verhalten sowie die Möglichkeit eines Deep Dive mit Sprache und Video
- Das modulare Design ermöglicht eine effiziente Bereitstellung von Tools für den Zugriff und den Austausch von Erkenntnissen – einschließlich eines Online-Dashboards, schneller, automatisierter PowerPoints und eines Datenanalysetools für Deep Dives

Kontakt:

Wenzel Gold
wenzel.gold@gfk.com

GfK Omnibus Research – die repräsentative Kurzbefragung für Ihren Geschäftserfolg

Haben Sie eine spezifische Fragestellung aus Ihrem Geschäftsalltag, die Sie Ihrer Zielgruppe gerne stellen möchten, logistisch jedoch nicht selber dazu in der Lage sind? Dafür gibt es den **GfK eBus**. Mit dem **preisgünstigen und schnellen Instrument der Mehrthemenbefragung** klären Sie in geschäftlicher Hinsicht entscheidende Fragestellungen in Windeseile – und dennoch zuverlässig, repräsentativ und professionell begleitet. GfK Switzerland nimmt Ihnen den

Aufwand ab und liefert zuverlässige Umfrageergebnisse. Nutzen Sie zum Jahresende hin die Möglichkeit, mit wenig Budget wichtige Fragen zu Produkten und Dienstleistungen zu klären und optimal aufgestellt ins 2020 zu starten.

Kontakt:

Urs Limacher
urs.limacher@gfk.com

GfK Switzerland Events

GfK Business Reflector 2020: 26. März 2020 in Zürich

Der GfK Business Reflector ist seit mehr als einem Jahrzehnt das führende Reputationsranking der Schweiz. Die Studie misst auf Basis einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung die Reputation der 50 führenden Schweizer Unternehmen und 20 führenden NPOs, vergleicht diese und stellt so jährlich einen der wichtigsten branchenübergreifenden

Seismographen in der Schweizer Unternehmens- und Non Profit-Landschaft dar. **Melden Sie Ihr Unternehmen bis zum 18. Dezember 2019 für die Aufnahme in die GfK Business Reflector Studie an!** Ende März 2020 werden die Ergebnisse der Studie im Rahmen einer Award-Verleihung den Teilnehmern und der Öffentlichkeit präsentiert.



GfK Handelstagung: 16. Juni 2020 in Zürich



Events in Kooperation in 2019

vsms Research Focus:
31. Oktober 2019
in Zürich
[mehr erfahren und anmelden](#)

Retail Forum Schweiz:
7. November 2019
in Zürich
[mehr erfahren und anmelden](#)



Kontaktieren Sie uns für weitere Ergebnisse aus den in diesen Artikeln aufgeführten Studien.

Verona Klug Marketing & Communications

T +41 41 632 9115 E verona.klug@gfk.com

Über GfK

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien - jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit «Growth from Knowledge».

www.gfk.com/de-ch

GfK. Growth from Knowledge