

## Mehr als 50 Trendumfragen in der BoomGeneration

**Das Erkennen von zukünftigen Entwicklungen ist für Marketing und Werbung von grosser Bedeutung. Nur wer die Bedürfnisse seiner Zielgruppen rechtzeitig erkennt kann agieren und sich einen Wettbewerbsvorteil erarbeiten.**

Im Lauf der letzten Jahre konnten wir zahlreiche Forschungsprojekte begleiten respektive durchführen und kennen deshalb die Wünsche und Bedürfnisse der Vertreter der Generation der Baby-Boomer so gut wie kaum jemand sonst in der Schweiz.

Mehr als 50 Trendumfragen geben Auskünfte über zukünftige Entwicklungen in dieser äusserst interessanten Zielgruppe der kaufkräftigen Konsumentinnen und Konsumenten. Diese Trendumfragen ergänzen laufende Projekte oder können als «Wegweiser aus Erfahrung» wertvolle Dienste leisten.

Die Ergebnisse aus diesen Umfragen lassen sich wie folgt gliedern:

<b>Informationen vor dem Kauf</b>	Informationsbeschaffung für Güter des periodischen Bedarfs und für langlebige Konsumgüter: Welche Informationskanäle werden bei welcher Gelegenheit und mit welcher Absicht genutzt?
<b>Mediennutzung</b>	Welche Medien werden täglich, wöchentlich oder monatlich wie intensiv genutzt (Zeitungen, Magazine, TV, Radio, Internet)?
<b>Bonussysteme und Kundenclubs</b>	Gewünschte Kernleistungen und Zusatznutzen.
<b>Wohnen</b>	Inneneinrichtungen, Gartenmöbel, Stockwerkeigentum, begleitetes Wohnen.
<b>Versandhandel vs. Onlinekauf</b>	Vor- und Nachteile, Gründe des Kaufens/Nichtkaufens über den einen oder anderen Vertriebskanal.
<b>Onlinevertrieb</b>	Was wird online gekauft, was nicht, und weshalb? Abonnemente für Zeitungen und Zeitschriften, Büromaterial, Software, Hardware, Unterhaltungselektronik; Fotografie, Video, Mobilkommunikation.
<b>Ernährung</b>	Selber kochen, auswärts essen, gesunde Ernährung, Bio-Produkte und Öko-Landwirtschaft.
<b>Verpackungen</b>	Beschaffenheit, Bedienbarkeit, Beschriftung, Symbole, Beilagen.
<b>Körperpflege</b>	Gesichtscreme, Körperlotion, Haarshampoo, Haarkuren, Colorationen.

<b>Ferien und Freizeit</b>	Reiseziele im In- und Ausland, Ferienplanung, Informationsbeschaffung übers Internet.
<b>Telekommunikation</b>	Mobilkommunikation, Telekomgesellschaft, Pre-Select.
<b>Versicherungen</b>	Vertragsabschlüsse online, Wechselbereitschaft bei bestimmten Risiken/Policen.
<b>Banken</b>	Bankleistungen, Wechselbereitschaft, bankfremde Zusatzleistungen, mehrere Bankverbindungen, Vor- und Nachteile von Onlinebanking.
<b>Detailhandel</b>	Optiker/Brillen, Schuhgeschäfte, moderne Bekleidung, Betten und Matratzen, Bücher, Computer, Digitalfotografie, Mobilkommunikation.

### **Zusammenfassung**

Die Erkenntnisse aus diesen Trendumfragen geben wichtige Hinweise auf zukünftige Entwicklungen in der BoomGeneration und helfen mit, dass sich Unternehmen auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe ausrichten, sie als Kunden gewinnen und über viele Jahre pflegen können.

Komplette Auswertungen oder Teilergebnisse aus diesen Trendumfragen stellen wir gern für Sie zusammen. Konkrete Anfragen richten Sie bitte an

### **BoomGeneration**

c/o Frick & Partner GmbH  
Drusbergstrasse 18, Postfach  
CH 8703 Erlenbach Zürich

Tel. +41 44 991 61 11  
boomgen@frick-partner.ch  
boomgeneration.frick-partner.ch