



Die Generation 45plus: Best Ager – Best Shopper?

Hintergrund

In der Schweiz sind heute rund **48% der Bevölkerung älter als 45 Jahre**. Fast jeder 6 ist über 65 Jahre alt. Industrie und Handel können die zunehmende Bedeutung des reiferen Konsumenten nicht mehr ignorieren und versuchen diese Zielgruppe ins Visier zu nehmen. Sie ist für fast **58% der schnelldrehenden Konsumgüter-Umsätze** in der Schweiz verantwortlich!

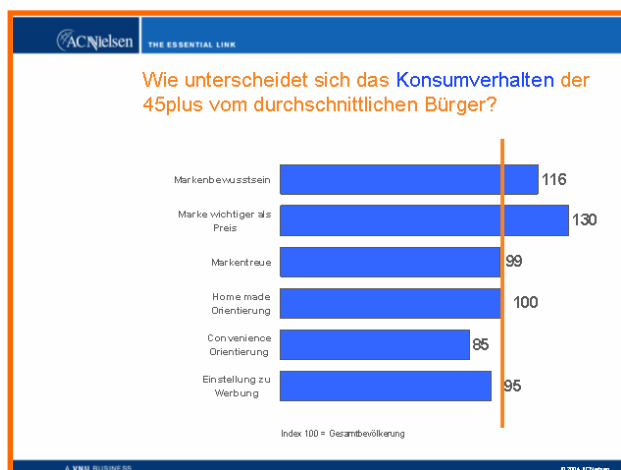
Doch die Zielgruppe stellt sich überraschend **sperrig und inhomogen** dar und will sich mit einer einheitlichen Senioren-Tonalität nicht locken lassen.

Beschreibung

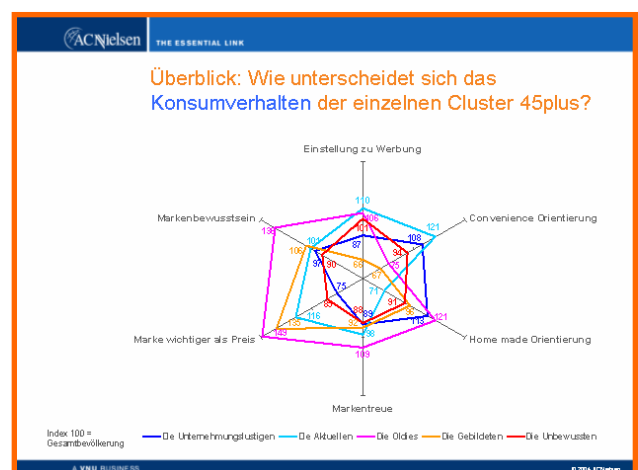
Hier setzt die Studie „**Generation 45plus : Best Ager – Best Shopper**“ an. Die Zielgruppe 45plus ist so vielschichtig wie kaum eine andere Bevölkerungsgruppe. Von „den Senioren“ kann nicht die Rede sein. Das Potential des Marktes kann nur über eine zielgruppenspezifische Ansprache erschlossen werden.

Mit einer Clusteranalyse selektieren wir diese Altersgruppe in **homogene Zielgruppen für Ihr Marketing**. Sie erhalten damit für Ihre Marktstrategien Informationen zu deren Bedürfnissen und Einkaufsverhalten.

Als Basis dazu dienen zwei verschiedene Quellen - Haushaltspanel und Konsumentenbefragungen. Die Ergebnisse wurden miteinander vernetzt und mit dem Know How von ACNielsen zu einer Wissensquelle für Ihre Marketingstrategien gemacht.



Beispiel Grafik: Einstellungsverhalten 45plus



Beispiel Grafik: Unterschiede bei den Subsegmenten 45plus

Ihr Nutzen

- Erfolgsentscheidendes Hintergrundwissen
- Informationsgrundlage für massgeschneiderte Produkte, Werbeformen und Mediaplanung auf Basis von Einstellungen



Die Generation 45plus: Best Ager – Best Shopper?

Zusammenfassung

Interessen und Freizeitaktivitäten

- Beschreibung der homogenen Zielgruppen innerhalb von 45+
- Verbinden Interessen mehr als Alter?

Lebens- und Konsumeinstellung der Sub-Segmente

- Konsum- und Innovationsfreude
- Gesundheits- und Körperbewusstsein
- Qualitätsbewusstsein, ökologische Orientierung
- Markenbewusstsein und –treue, Preisorientierung
- Convenience vs. Home-Made Orientierung
- Einstellung zu Werbung

Einkaufs- und Konsumverhalten der Segmente

- Bevorzugte Einkaufsstätten
- Anforderungen an und Bewertung von Einkaufsstätten

Ihr Kontakt

Unser Geschäftsziel ist es, Ihnen zu besseren Marketing-Entscheidungen zu verhelfen. Zögern Sie nicht und kontaktieren Sie uns für weitere Informationen.

Sandra Wüest

ACNielsen SA • Telefon: +41 41 445 62 52 • sandra.wuest@acnielsen.ch



Bestellcoupon

für die Studie:

**„Die Generation 45plus: Best Ager – Best Shopper?“
zum „Sofort-Bestell-Preis“ von CHF 3'800 .— netto (exkl. MwSt).**

Firma:

Vorname, Name:

Funktion:

PLZ, Ort:

Datum:

_____ Unterschrift: _____

Bestellen Sie die Studie noch heute über die Faxnummer +41 41 440 11 80