

50plus-Forschung

Eine wachsende Bevölkerungsgruppe im Fokus des Marketings

Die Auswirkungen des demografischen Wandels und die Alterung der Bevölkerung sind längst ein Thema, das auch die Marktforschung beschäftigt. Aber nicht nur dieser Trend, auch die Heterogenität und die spezifische psychologische Verfassung der Zielgruppe sprechen für ein verstärktes Engagement in diesem Segment. Im Rahmen unserer 50plus-Forschung zeigen wir (Segmentierungs-) Ansätze auf, die über soziodemografische Merkmale hinausgehen und ein wirkliches Verstehen der Erlebens- und Verhaltenswelt älterer Konsumenten in verschiedenen Märkten ermöglichen.

Vorgehen und Methode

In Gruppendiskussionen, Tiefeninterviews oder offenen Telefoninterviews ergründen wir die vielschichtigen Einstellungen, Erwartungen, Bedürfnisse und Motive der Zielgruppe – immer bezogen auf spezielle Märkte. Je nach Fragestellung kommen auch andere Methoden zur Anwendung, beispielsweise Kreativ-Workshops zur Überprüfung und Weiterentwicklung von Produktkonzepten etc. Wir setzen ausschließlich erfahrene Moderatoren und speziell geschulte Interviewer ein, die einen entsprechenden Zugang zur Zielgruppe haben.

Ihre Vorteile

Da es sich bei der Generation 50plus um eine heterogene und facettenreiche Zielgruppe handelt, segmentieren wir grundsätzlich nach marktspezifischen und psychografischen Kriterien. Sie erhalten von uns detailreiche und auf Ihre Branche fokussierte Erkenntnisse, mit denen Sie Ihren Marketing-Mix auf das ältere Kundensegment hin optimieren können.



Mögliche Fragestellungen

- Wie attraktiv sind Produkte und Dienstleistungen für die Zielgruppe 50plus?
- Entsprechen Produkte und Verpackungen den Anforderungen einer älteren Zielgruppe (z.B. Bedienungsfreundlichkeit und Handhabung)?
- Inwieweit muss über alternative Vertriebswege zur Zielgruppe 50plus nachgedacht werden und welche Tonalität sollte "50plus"-Kommunikation haben?

Wir freuen uns darauf, Sie bei Ihren individuellen Fragestellungen unterstützen zu können.

Hier finden Sie Ihre Ansprechpartner