



Growth  
from  
Knowledge



# GfK Consumer Life

**stellt seit 25 Jahren die  
Konsumenten in den Mittelpunkt**

GfK SE  
Petra Süptitz, Anna Trautmann & Florian Prockl

Juli, 2022



# In letzter Zeit sind Krisen die neue Norm Ungewissheit scheint in nächster Zeit die einzige Gewissheit



COVID-19



Steigende Inflation  
& Energiepreise



Weltwirtschaft  
kämpft mit den  
Folgen des Ukraine-  
Kriegs



Rekordfluten,  
-brände und -hitze



Unterbrochene  
Lieferketten

Stellen Sie trotz Krise die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft!

Krisenfeste Strategien haben eins gemeinsam: **die Konsumenten** stehen immer im Mittelpunkt.

25  
YEARS  
GLOBAL  
CONSUMER LIFE

GfK



# Consumer Life deckt vielfältige Themen ab Und stellt den Konsumenten dabei in den Mittelpunkt



# Fragestellungen, die Sie mit Consumer Life beantworten können



## KONSUMENTEN-TRENDS

Wie erkenne ich kulturelle und Konsum-Trends, um **dem Wettbewerb voraus zu sein**?

- Auswirkungen von COVID und dem Ukraine-Krieg: wirtschaftliches Vertrauen; Preisorientierung
- Verhaltensänderung nach COVID (z.B. Reisen)
- Premiumisierung und anspruchsvolle Konsumenten
- Gesundheit und Wohlbefinden
- Nachhaltigkeit
- Persönliche Werte: z.B. Individualität, Status
- Freizeit & Lebensstil
- Einkaufen und Bezahlen
- Technik und digitaler Lebensstil
- **Ernährungsverhalten**
- Automobil inkl. alternative Antriebe
- Mediennutzung inkl. Apps, soziale Medien

## ZIELGRUPPEN

Wie kann ich mich **stärker auf den Konsumenten orientieren**, um Zielgruppen besser anzusprechen?

- Demografisch: z.B. Generationen, Frauen
- GfK Green Gauge/Nachhaltigkeits-Segmente
- GfK Roper Consumer Styles
- Tech Leading Edge Consumers
- Käufer/ Besitzer bestimmter Kategorien langlebiger Gebrauchsgüter (z.B. **Grills**, Staubsauger-Roboter, E-scooter)
- **Vegetarier vs. (häufige) Fleischesser**
- Gamer
- Premiumkäufer
- **DIYer**
- **Outdoor-Fans**
- Und mehr

## NEUE MÄRKTE

Wie bekomme ich **Anhaltspunkte**, welche neuen Märkte und Kategorien für mich Potenzial haben?

- **Market Briefs** beschreiben die Charakteristik jedes GfK Consumer Life Landes
- **“Go-to-market” Paket:** GfK Consumer Life in Kombination mit weiteren GfK-Lösungen zu Konsumenten- und Markt-Insights, z.B. GfK POS Retail Daten oder GfK Consumer Panel
- **“Kulturelle Unterschiede” Paket:** für Kommunikation und Markteinführung - Unterschiede zwischen Konsumenten in verschiedenen Ländern oder Regionen, Bedeutung des Herkunftslandes für die Kaufentscheidung

# Wir bieten eine breite Palette von Lösungen, die wir auf Ihre Bedürfnisse zuschneiden



Flexible und schnelle Nutzung der Daten - wir haben jährlich frische Daten, die einen sofortigen Zugriff und Analysen ermöglichen.



## Maßgeschneiderte Beratung

- Antworten auf Ihre spezifischen Herausforderungen inkl. aktueller Themen
- Gemeinsames Erarbeiten einer Strategie für Ihren Geschäftserfolg
- Workshop Moderation
- Insights für Ihre Ad-hoc-Anfragen
- Consumer Life als Anreicherung für Erkenntnisse aus Ad-hoc-Studien



## Syndizierte Reports

- z.B. Marktprofile nach Ländern, Trend Key Report, Mood of the World, Ukraine-Krise, Mobilität, ....



## Jährliche Abonnements

- Online-Zugang zu allen verfügbaren Consumer-Life-Daten über ein Dashboard und ein interaktives Datenanalysetool
- Engagiertes Team von Trendanalysten, das Sie mit maßgeschneiderten Analysen unterstützt
- Zugang zu verschiedenen Insight Reports bereits enthalten



## Konsumentenprofile

- z.B. Lifestyle-Segmentierung (Roper Consumer Styles), Green Gauge Nachhaltigkeits-Segmentierung, Leading-Edge-Konsumenten, GenZ

# Basis ist eine robuste Konsumentenstudie



## Weltweit einzigartiger Umfang – seit 1997



Die 18 in rot hervorgehobenen Märkte stellen die konsistenten Kernländer dar, die für Trendanalysen zur Verfügung stehen

Argentinien  
Australien  
Belgien  
Brasilien  
Kanada  
Chile  
China

Kolumbien  
Ecuador  
Frankreich  
Deutschland  
Indien  
Indonesien  
Italien

Japan  
Mexiko  
Niederlande  
Peru  
Russland  
Südafrika  
Südkorea

Spanien  
Schweiz  
Thailand  
UK  
USA

Feldzeit: Januar – Mai 2022



Abdeckung  
2022

### 26 Märkte

Alle Regionen: Asien-Pazifik, Afrika, Nordamerika, Südamerika, Westeuropa und Zentral/Osteuropa



Methode

### Online

Panel-Mischung von 4-6 online und mobile Anbietern für jeden Markt



### 25. Jubiläum

GfK Consumer Life ist die umfassendste und längste Konsumenten-Trendstudie der Welt

# Möchten Sie mehr erfahren?



Kontaktieren Sie Ihre Consumer Life Experten bei GfK



**Petra Süptitz**

Director  
Consumer Insights

+49 911 395 3082  
petra.sueptitz@gfk.com  
Deutschland



**Anna Trautmann**

Senior Consultant  
Consumer Insights

+49 911 395 4533  
anna.trautmann@gfk.com  
Deutschland



**Florian Prockl**

Senior Consultant  
Consumer Insights

+49 911 395 2406  
florian.prockl@gfk.com  
Deutschland