



Babyboomer sind die Stütze der Konsumgesellschaft und Jugendliche lesen doch! VerbraucherAnalyse 2008 bietet Einblicke in Werte, Einstellungen und Konsumverhalten der Deutschen

Die neue VerbraucherAnalyse, die große Markt-Media-Studie von Axel Springer und der Bauer Verlagsgruppe, ist erschienen und bietet Einblicke in die deutsche (Konsumenten-)Seele: Welche Einstellungen und Interessen haben die verschiedenen Bevölkerungsteile, wer verwendet welche Produkte?

27 Prozent der Bevölkerung in Deutschland zählen zu den „Babyboomern“, der geburtenstarken Generation der zwischen 1954 und 1968 geborenen Jahrgänge. Sie sind mit einem durchschnittlichen Netto-Einkommen von 2.683 Euro im Monat die kaufkräftigste Generation – und sie sind die Stütze der Konsumgesellschaft. „Die Babyboomer sind sympathisch normal“, sagt Ingeborg Glas, Projektmanagerin Marketing, Research & Services, Bauer Media KG, „sie sind familiär, optimistisch und sie konsumieren gerne. So planen 78 Prozent, sich in den nächsten zwei Jahren einen Neuwagen zu kaufen. Sie sind überdurchschnittlich häufig mit Unterhaltungsmedien ausgestattet und besitzen zum Beispiel zu 59 Prozent eine Digitalkamera. Gleichzeitig sind die Babyboomer bei ihren Anschaffungen sehr gewissenhaft, lesen zu 54 Prozent erstmal Testberichte. Der Beruf ist 93 Prozent der Generation besonders wichtig. Die Babyboomer sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Sie definieren – schon alleine durch ihre Anzahl – was normal ist.“

Was sagt die VerbraucherAnalyse über die Jugend? Die Jugend zwischen 12 und 19 Jahren ist ganz pragmatisch: „85,3 Prozent sind sehr zufrieden bzw. zufrieden mit ihrem Leben, der Faktor ‚Spaß am Leben‘ ist ihnen mit durchschnittlich 45,5 Prozent viel wichtiger als der Faktor ‚Lifestyle‘ mit durchschnittlich 27,9 Prozent“, sagt Andrea Treffenstädt, Studienleiterin von Axel Springer Media Impact / Marktforschung. Und was macht die Jugend von heute? Sie liest zum Beispiel: „Fast alle Jugendlichen lesen Zeitschriften, bei den 12- bis 19-Jährigen sind es 86,7 Prozent. Gleichzeitig nutzt die Jugend aber auch das Internet wesentlich häufiger (80,7 Prozent) als der Bevölkerungsdurchschnitt (51,7 Prozent).“ Andrea Treffenstädt betont: „Die VA eignet sich aufgrund der hohen Fallzahl und der selten untersuchten Altersgruppe zwischen 12 und 14 Jahren hervorragend als Jugendstudie.“

VerbraucherAnalyse (VA)

Die VA ist eine der größten Markt-Media-Studien Europas und wurde 1982 von Axel Springer und der Bauer Verlagsgruppe ins Leben gerufen. Sie bietet einen breiten und vielfältigen Einblick in Einstellungen, Interessen und Konsumverhalten der Deutschen. Auf www.verbraucheranalyse.de finden sich gebündelt alle Informationen zur aktuellen VerbraucherAnalyse: Inhalte, Methodenbeschreibungen und Ansprechpartner. Ein Online-



VerbraucherAnalyse

Auswertungstool ermöglicht den Nutzern individuelle Auswertungen. Zum Download stehen außerdem bereit: Forschungsberichte, Zielgruppen-modelle sowie die Präsentationen zu den Schwerpunktthemen „Jugend in der VA“ und „Babyboomer – die geburtenstarken Jahrgänge der 1950er und 1960er Jahre“.

Der Codeplan zur VA 2008 kann bestellt werden unter:

E-Mail: gisela.rathje@axelspringer.de
Tel.: 040 / 347-23028

E-Mail: sylvia.winkelmann@bauerverlag.de
Tel.: 040 / 7118-9693
Fax: 040 / 7511-7734

Hamburg, den 23. September 2008

Pressekontakt Axel Springer AG

Kathrin Finger
Tel.: + 49 (0) 30 / 2591-77622
E-Mail: kathrin.finger@axelspringer.de

Pressekontakt Bauer Verlagsgruppe

Christian Sommer
Tel.: +49 (0) 40 / 3019-1028
E-Mail: christian.sommer@bauerverlag.de