

BBD0-Studie: Wirtschaftskrise fördert bewussten Konsum und Rückzug in Familie und Religion

BBD0 und Proximity India haben in einer repräsentativen Studie die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf das Verbraucherverhalten in 15 verschiedenen Märkten untersucht. /Aufgefangen durch Familie und soziale Netzwerke bewältigen Inder die wirtschaftlichen Herausforderungen besser als Amerikaner, Asiaten und Europäer. /Konsum wird bewusster, es erfolgt ein Rückzug ins Private und in Religion. /Dies korrespondiert mit den Erkenntnissen der BBD0 Consulting-Studie „Werte im Wandel“, die im Mai die Auswirkungen der Krise auf die Wertvorstellungen der Deutschen untersucht hatte. /Udo Klein-Bölting, CEO von BBD0 Consulting: Unternehmen, die den Wunsch nach Sicherheit und Vertrauen aufgreifen haben eine echte Profilierungs- und Differenzierungschance.“

Düsseldorf, 18. November - Eine aktuelle Studie von BBD0 und Proximity India analysiert die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf das weltweite Konsumentenverhalten. Im Rahmen der Studie wurden über 15.000 Konsumenten in 15 Märkten untersucht. Kernergebnisse: Inder, aufgefangen durch enge familiäre und soziale Netzwerke, bewältigen die wirtschaftlichen Herausforderungen der Krise weitaus besser als Amerikaner, Asiaten und Europäer. Die Antwort auf die Krise lautet Zuflucht in Werte wie Familie und Religion. Die Studienergebnisse zeigen einen deutlichen Anstieg der Religiosität in vielen asiatischen Märkten, insbesondere in Indien. Die Menschen wollen mehr Zeit mit ihrer Familie verbringen, geben mehr Geld für Geschenke und Feierlichkeiten aus und zeigen eine größere Spendenbereitschaft. Auch das Umweltbewusstsein ist gestiegen. 65% der Inder versuchen durch umweltschonendes Verhalten Geld einzusparen, über 50% vertrauen beim Einkauf auf persönliche Empfehlungen und 62% sind bereit weniger, dafür qualitativ hochwertige Waren zu kaufen und dafür auch mehr auszugeben.

Dies korrespondiert mit den Ergebnissen der im Mai von BBD0 Consulting veröffentlichten Studie „Werte im Wandel. Warum Unternehmen ein neues Kundenverständnis brauchen.“ Hier wünschten sich 57% der Befragten mehr Glaubwürdigkeit, 53 % mehr Familienfreundlichkeit und 95% erwarteten vom idealen Unternehmen „Zuverlässigkeit“. Insgesamt wurden Umwelt- und soziale Aspekte sowie Kundennähe stark befürwortet während eine auf Leistung und Besitz orientierte „Ellbogenmentalität“ abgestraft wurde. Udo Klein-Bölting,

Presseinformation
18. November 2009
Seite 1 von 2

BBDO Consulting



CEO Von BBDO Consulting: „Die neuen Erkenntnisse bestätigen unsere Untersuchungsergebnisse auf globaler Ebene. Was wir derzeit erleben ist ein weltweiter, fundamentaler Bewusstseinswandel der Konsumenten. Es geht darum, ihr psychologisches Gerüst nach der Krise zu verstehen, denn eine Erholung der Nachfrageseite wird vom Verbrauchervertrauen abhängen. Weniger, klarer und ehrlicher lautet die Formel für die nächsten Jahre. Dazu bedarf es einer schnellen, grundlegenden Umgestaltung der Kundenpartnerschaften.“

BBDO Consulting

BBDO Consulting ist die internationale Managementberatung mit Fokus auf marktorientierter Unternehmensführung. Gemeinsam mit ihren Kunden entwickelt und implementiert BBDO Consulting Strategien zur Marktbearbeitung und übersetzt sie in konkrete, handlungsleitende Grundsätze und Systeme. Internationale Bluechip-Kunden und Marktführer vertrauen der Expertise von BBDO Consulting in den Bereichen strategisches Marken- und Kundenmanagement seit der Gründung im Jahr 2000. BBDO Consulting baut auf das umfassende Know-how der Mitarbeiter aus Beratung und Industrie auf. Die tiefe lokale Kenntnis der Märkte, verbunden mit einer globalen Perspektive, ist Teil des Erfolgs an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Johannesburg, Madrid, Moskau, München, Shanghai und Tel Aviv. BBDO Consulting ist Teil von BBDO Worldwide, eines der führenden internationalen Agenturnetzwerke mit über 290 Büros in 77 Ländern.

Ansprechpartner bei BBDO Consulting

Udo Klein-Bölting

CEO BBDO Consulting

T +49.211.1379-8314

F +49.211.1379-8362

udo.klein-boelting@bbdo-consulting.com

www.bbdo-consulting.com

Presseinformation
18. November 2009
Seite 2 von 2