

Pressemitteilung

Gefühlskarussel in Deutschland: Schnelligkeit und Konsumentennähe werden für Marken jetzt erfolgsentscheidend

Konsumentenbedürfnisse verändern sich unter den aktuellen Bedingungen schnell und teilweise grundlegend. In Zeiten, die derart stark vom Wandel geprägt sind, ist die Fähigkeit, sich als Marke anpassen zu können, erfolgsentscheidend.

Hamburg, 24. November 2020 Lockdown light, geschlossene Gastronomie und Sportclubs und wechselnde Beschränkungen und Lockerungen: Die Unsicherheit und die sich immer wieder verändernde Situation wirken sich unmittelbar auf die Gefühle und die Zufriedenheit der Menschen aus. Dies zeigt sich deutlich in den aktuellen Ergebnissen des Consumer NOW Index, einer repräsentativen Konsumentenstudie von quantilope mit Echtzeit-Tracking.

Drei aktuelle Erkenntnisse aus der aktuellen November-Welle:

1. Gefühlskarussel und Stimmungstief im November: Gefühl der Isolation wird zur zentralen Herausforderung

Mit dem aktuellen Lockdown sinkt die Zufriedenheit der Menschen in Deutschland signifikant gegenüber Oktober - ein Rekordtief in Sachen Stimmung seit Juli. Es zieht sich ein polarisierendes Stimmungsbild durch die Bevölkerung, in welcher lediglich nur noch rund jeder Zweite (52 Prozent) mit seiner derzeitigen Lebenssituation zufrieden sind. Ursächlich für diese Polarisierung sind die zunehmenden Gefühle von Betrübtheit (55 Prozent), Traurigkeit (42 Prozent) und Angst (34 Prozent). Mit der sprichwörtlich "lähmenden Angst" geht eine erhöhte Lethargie einher, Verbraucher sind zunehmend erschöpft. Insbesondere die Schließung der Gastronomie- und Kulturbetriebe sowie die Kontaktbeschränkung werden als besorgniserregend wahrgenommen und das Gefühl der Isolation von seinen Liebsten (50 Prozent) wird aktuell zur zentralen Herausforderung.

2. Enorme, signifikante Unterschiede in den Zielgruppen

Für Unternehmen manifestiert sich die Herausforderung, im Umfeld sich rasch ändernder emotionaler Spannungsfelder zu wirtschaften. Die teilweise erheblichen Unterschiede in den Zielgruppen zeigen deutlich, dass jede Zielgruppe derzeit eine individuelle Ansprache benötigt. Die junge Generation fühlt sich signifikant gestresster und ängstlicher als die ältere Generation 50+. Frauen sollten jetzt anders angesprochen werden, weil sie sich stärker besorgt und genervt fühlen als Männer.

3. Das Jahresende steht im Zeichen digitaler Interaktion

Bei den geplanten Aktivitäten für die nächsten Wochen stehen Zeit mit der Familie und Freunden sowie Video Chatting oben. Auch das Homeoffice wird für 29 Prozent der Menschen in Deutschland häufiger stattfinden als noch im Oktober.



Das zugrundeliegende Verbraucherbedürfnis für die digitale Interaktion ist die Zeit mit Freunden und Familie. Dadurch entwickeln sich derzeit alle digitalen Inhalte, die zum Teilen animieren und über welche sich Verbraucher mit anderen austauschen können, zentrale Bedeutung.

„Die aktuelle Zeit ist von sehr schnellen und gleichzeitig tiefgreifenden Veränderungen geprägt. Unternehmen können daher nicht auf Erfahrungswerte zurückgreifen. Es empfiehlt sich, unbedingt die Zielgruppen direkt und sehr regelmäßig zu befragen. Aktuell können beispielsweise Angebote, die Entspannung und Glück fördern, einen emotionalen Mehrwert bei Verbrauchern liefern“, erklärt Dr. Peter Aschmoneit, CEO von quantilope.

Alle aktuellsten Erkenntnisse zur Stimmungs- und Gefühlslage in Deutschland finden Sie im Consumer NOW Index von quantilope: [Zum Insights Dashboard](#)

Zum Consumer NOW Index

Der Consumer NOW Index ist ein Echtzeit-Tracking zu aktuellen Gefühlen, Bedürfnissen und Verhalten von Konsumenten. quantilope befragt monatlich insgesamt rund 400 Teilnehmerinnen und Teilnehmer im Alter von 18 bis 70 Jahren in Deutschland. Die Befragung erfolgt national repräsentativ in Bezug auf Alter, Geschlecht und Region.

Zu quantilope

quantilope ist ein Software-Unternehmen und ermöglicht mit seiner Agile Insights-Technologie eine agile und kundenzentrierte Unternehmensführung. Die mehrfach für hohe Innovationskraft ausgezeichnete All-in-One-Software befähigt Unternehmen, die relevanten Bedürfnisse der Kunden und Konsumenten einfach und immer in den Mittelpunkt des Handelns zu stellen. Die Agile Insights Software kombiniert die agilen Arbeitsprinzipien, Automatisierung und wissenschaftliche Methoden für agiles Insights Management. Das Unternehmen ist führend in Agile Insights-Technologie und begleitet Insights-Abteilungen auf ihrem Weg zur agilen Organisation.

Download / Links

Pressemeldung und Bildmaterial:
<https://www.quantilope.com/de/pressekontakt>

Pressekontakt und Interviewanfragen:

quantilope GmbH
Aimée-Désirée Bauer
Charlottenstraße 26, 20257 Hamburg, GERMANY
Office +49 40 210 918 979
E-Mail aimée.bauer@quantilope.com