

NAVIGATOR

Der Newsletter von SINUS SOCIOVISION

Ausgabe 1/2005

Inside

Der neue 3SC® Trendbericht von Sinus Sociovision liegt vor

Alles, was man über den Konsum und den soziokulturellen Wandel in Deutschland wissen muss

Mit einer Fülle interessanter Informationen wartet der neue 3SC® Trendbericht auf. So zeigt die aktuelle Ausgabe unter anderem, bei welchen Konsummustern und Konsumententypen heute noch Absatzpotenziale liegen. Auch beschreibt er, an welchen Stellen es sich im derzeit eher trüben Stimmungsbild der Deutschen aufzuhellen beginnt. Soziale Aspekte erhalten zum Beispiel wieder Aufwind gegenüber wirtschaftlichen Belangen. Und: Spaß und Unterhaltung als Dauerzustand - dem kann nur noch knapp jeder Fünfte etwas abgewinnen. Alte Werte werden neu definiert, man sehnt sich nach Klarheit und Transparenz. Die Deutschen suchen wieder Bodenhaftung. Eine Zeit des "Re-Grounding" ist eingeläutet, eine Art Besinnungsprozess, der dabei helfen soll, die Komplexität des Alltags zu reduzieren.

Mehr über dieses Thema erfahren Sie in der nächsten Ausgabe von NAVIGATOR. Wer darauf nicht warten will, findet alle Informationen schon heute in unserem aktuellen 3SC® Trendbericht.

Darin sind außerdem enthalten:

- Drei mögliche Szenarien für die Zukunft: In welcher Gesellschaft wollen die Deutschen leben ?
- "Die dicken Deutschen ?" – 3SC® zeigt, dass Freude am Essen das Idealgewicht fördert
- Der angebliche Generationenkonflikt: Warum "alt" nicht gleich "alt" ist
- Consumer Activism: Die neue Macht der Verbraucher – wie Verhaltensweisen einzelner Individuen kollektiv wirksam werden.

- Welche Veränderungs- und Anpassungsprozesse an die ökonomische Situation und den soziokulturellen Wandel zeigen sich in den Sinus-Milieus®?

Wenn Sie mehr über die Trendforschung von Sinus Sociovision wissen möchten, fragen Sie

Michael Schipperges (Tel: 06221-80 89-21, michael.schipperges@sociovision.de) oder Cornelia Appel (Tel: 06221-80 89-12, cornelia.appel@sociovision.de).

© **Sinus Sociovision GmbH 2005**