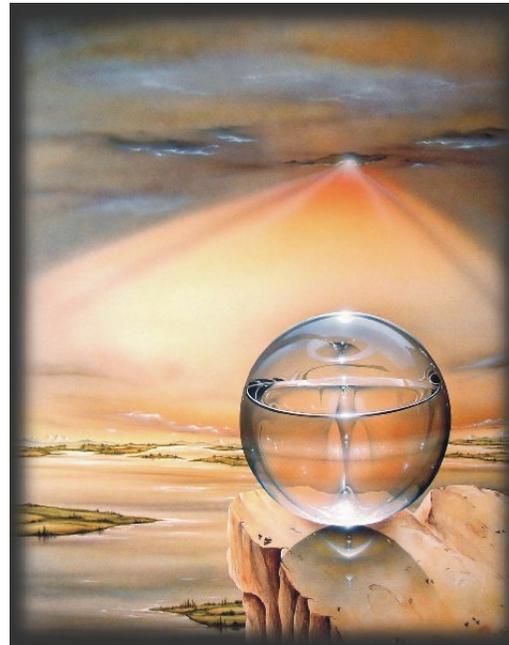


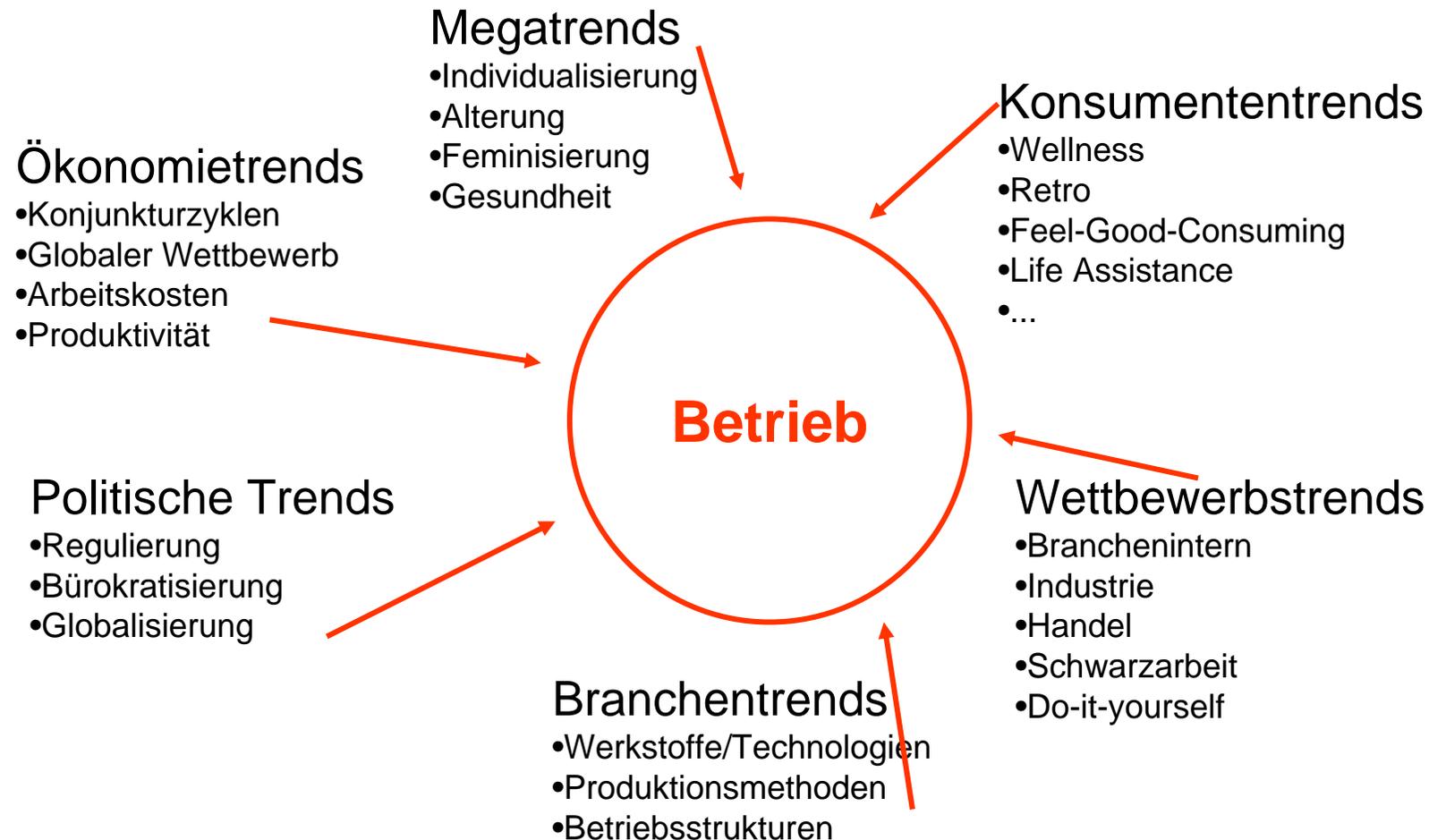
....

Aktuelle Trends im Konsumverhalten



DHKT-Seminar
Hannover, 19.09.2008
Ulrich Lippe

Standortbestimmung: Betrieb & Trends



Megatrends und Trends

- **Individualisierung**
- **Alterung**
- **Feminisierung**
- **Attention Economy**
- **Wellness Plus**
- **Retro**
- **Homing**
- **Deep Support**
- **Feel-Good-Konsum**
- **Handustry**
- **Coopetition**

Individualisierung der Konsumneigungen

- Pluralisierung der Lebens-Stile
klassische 2+2 Familie nur ein Modell unter
vielen: Singles/Alleinerziehende/Homosexuelle Paare
Patchworkfamilien...
- „Personal Way Of Life“
- Extreme Individualität auf allen Gebieten

Klassische Handwerksaufgabe !!

...in Verbindung mit Beratung und Coaching der
anspruchsvollen Kunden

Konsequenzen für Sie

- Standard-Angebote werden uninteressant
- Modulare Konzepte gewinnen
- Nischen nehmen zu
- Coaching und Beratung werden wichtiger
- 24 x 7 Kundenorientierung
- Handwerker werden zum Lebensbiographie-Begleiter
- Konzepte für wechselnde Lebensphasen

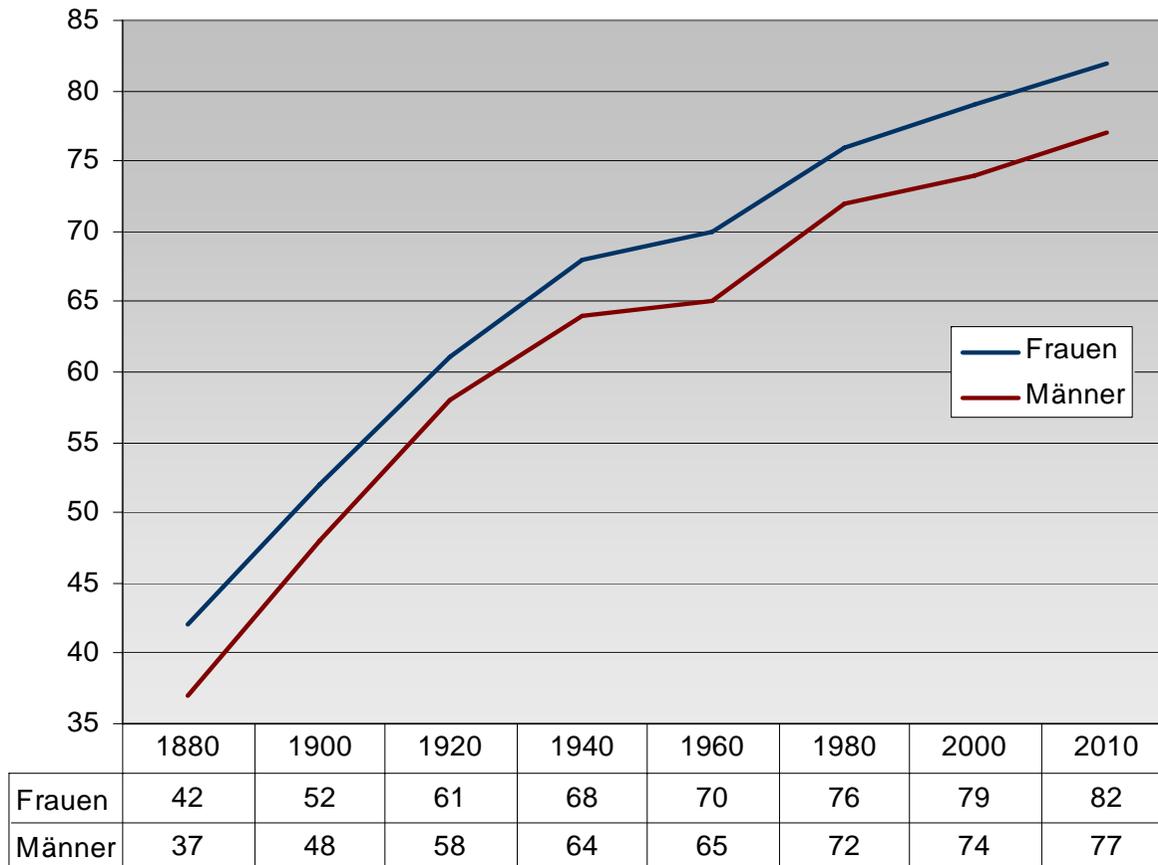
Megatrend Frauen

- Immer mehr Frauen besuchen höhere Schulen, studieren und gründen Unternehmen
- Frauen übernehmen viel häufiger gesellschaftlich relevante Aufgaben
- **Hochschulreife 2006**
Frauen: 26,1% Jungen: 19,9%
- **Mädchen in Fußballvereinen**
1970: 5000 2006: 900.000

Konsequenzen für Sie

- Mehr Frauen werden Kunden
- Kommunikative Ansprüche werden wichtiger
- Mehr Frauen kommen ins Handwerk
- Klassische Hierarchien fallen zugunsten von Netzwerken

Megatrend Alterung der Gesellschaft



„Jedes zweite Mädchen,
das im Jahr 2000
geboren wurde, wird das
22. Jahrhundert erleben“

Alterung der Gesellschaft

- Kein Trend, sondern eine Tatsache
- Steigende Lebenserwartung bei besserer Gesundheit

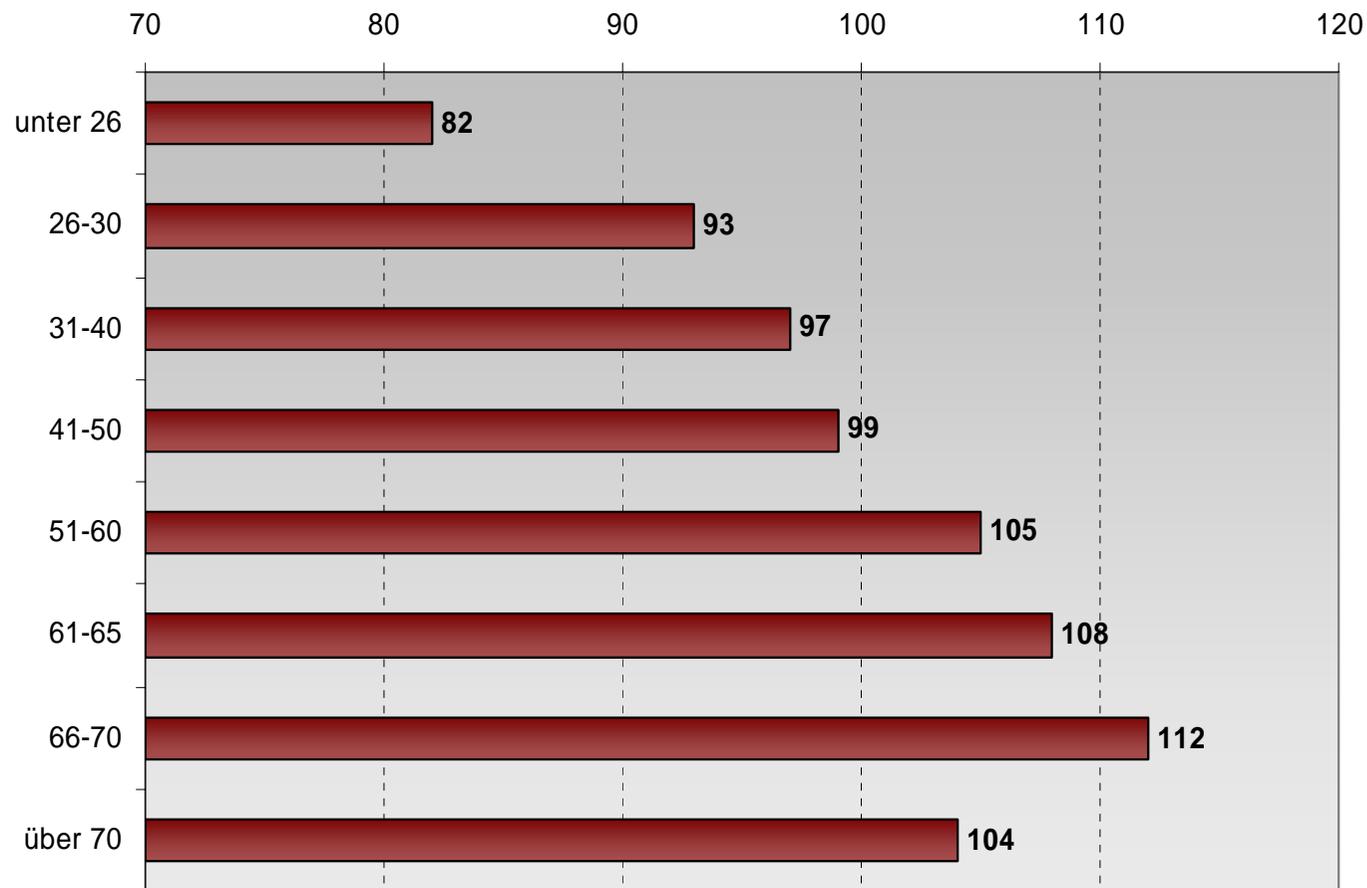
Ihre wichtigste Zielgruppe !?

Es sind anspruchsvolle Kunden. Und gute:

- Sind Ältere ein mal von einer Leistung überzeugt, sind Sie treue Kunden, die gerne und viel weiterempfehlen.
- Sie haben eine deutlich bessere Zahlungsmoral als Jüngere.
- Sie schätzen "Handarbeit" mehr als Jüngere.
- Sie nehmen viel mehr Individualanfertigungen in Anspruch als Jüngere.

Die Alten werden reicher...

Monatlich frei verfügbares Einkommen in den Industriestaaten



100 = Durchschnitt

24.09.2008

Aktuelle Trends

Konsequenzen für Sie

- Kunden werden anspruchsvoller
- Erhalten und pflegen statt neu bauen
- Wiederentdeckung der Tradition
- Coaching und Beratung bestimmen die Kundenzufriedenheit
- Sicherheits- und Bequemlichkeitsbedürfnisse steigen
- Einfachheit der Abwicklung
- Auslandstätigkeiten („Altersruhesitz“)
- **Vertrauen** als Schlüsselqualifikation

Attention Economy

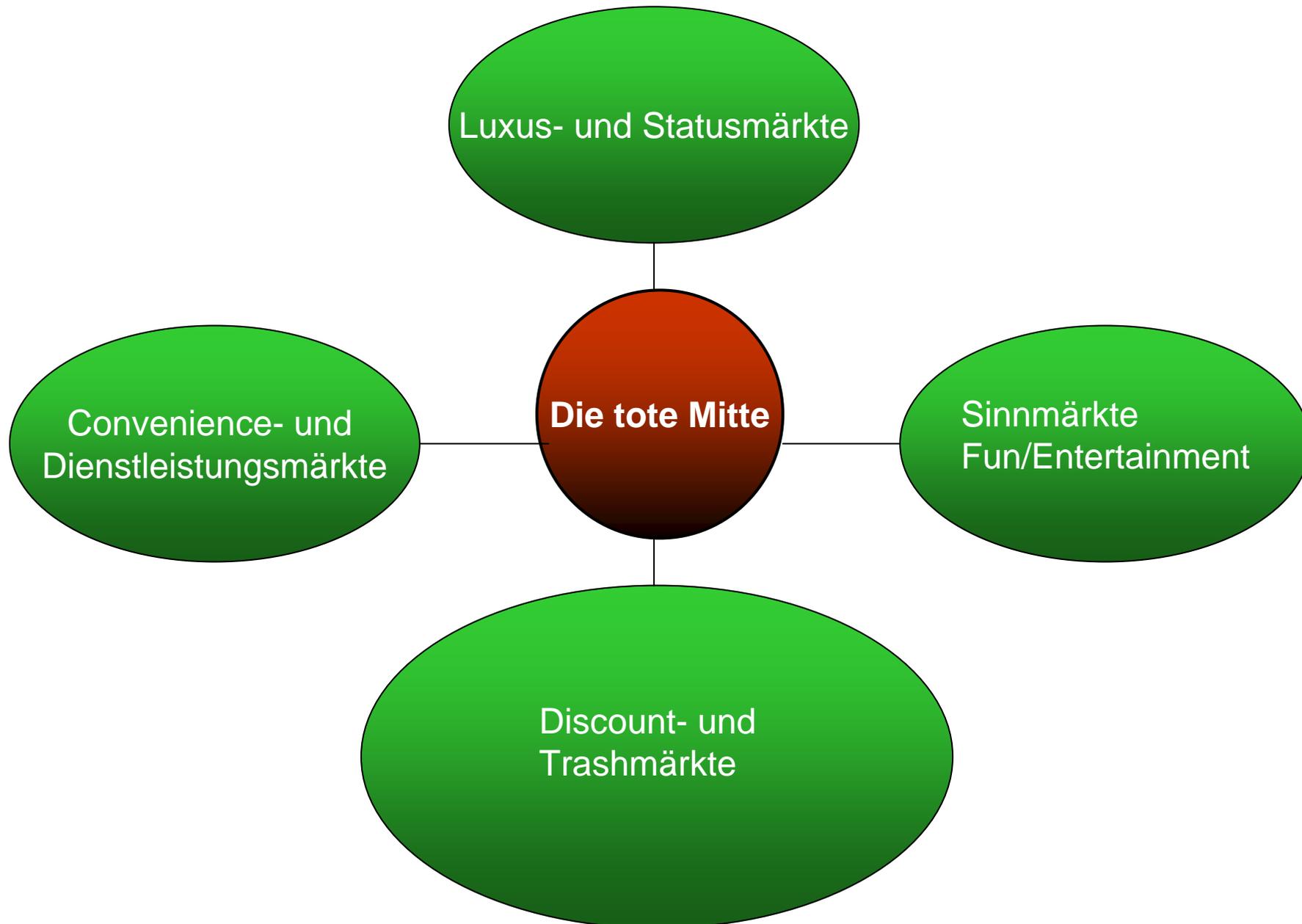


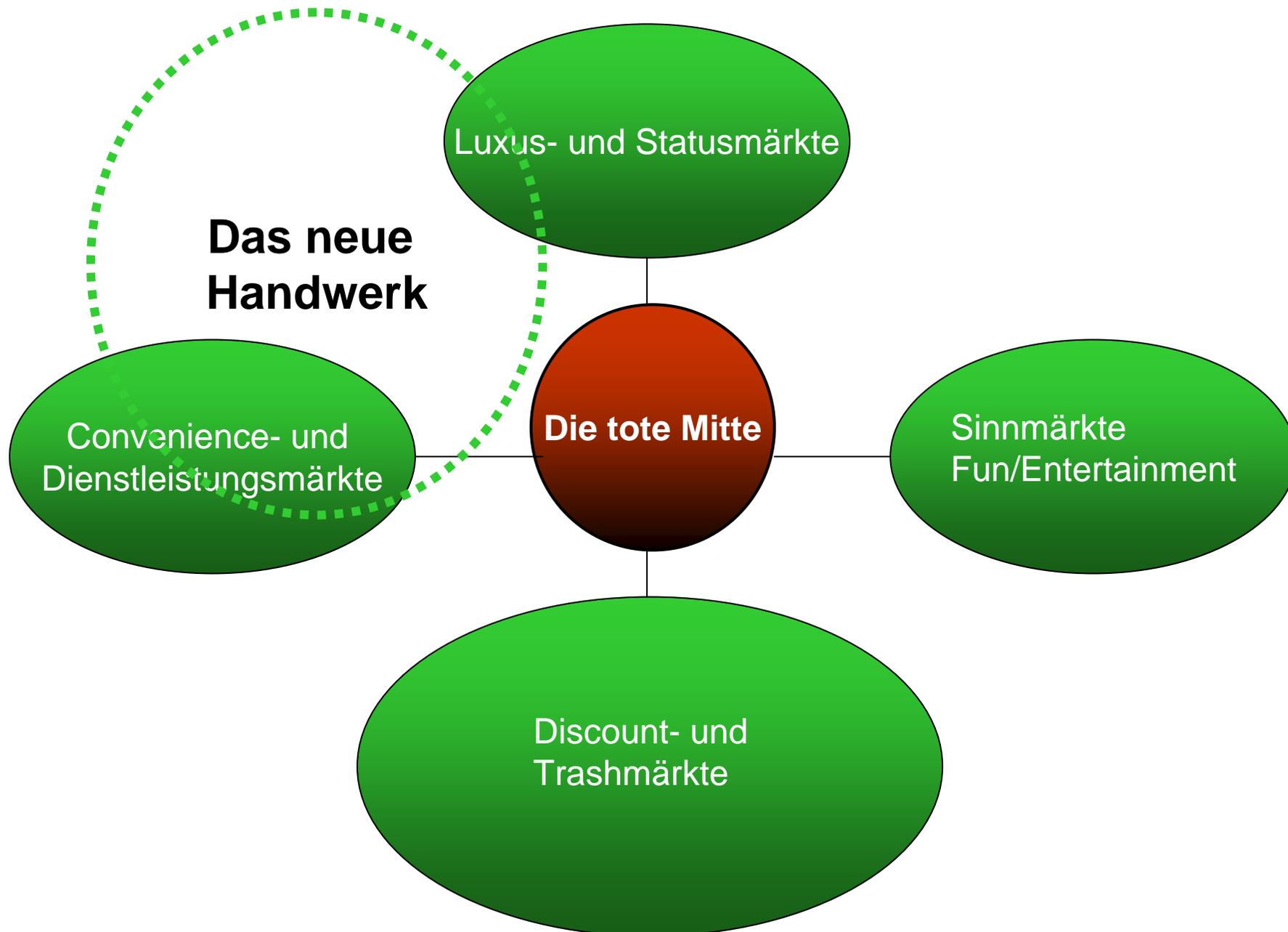
- 3.000 Werbebotschaften täglich
- 53.000 beworbene Marken
- 1.200 Fluggesellschaften mit 30 Mio. Tarifen
- 1.000 Buch-Neuerscheinungen pro Woche
- 26.000 Neueinführungen im LEH jährlich
- 1 Million lieferbare Bücher
- 1 Mio. Gesundheits-Webseiten/Jahr
- ...

- Zeit wächst nicht mit Informationsaufkommen
- Überforderung, Verweigerung, Selektion
- Bedarf an Preselection-Services und Vereinfachungsleistungen steigt
- Vertrauen in Informationsquellen gewinnt an Bedeutung

Illusionen der Unternehmer

- „Der Preis ist das stärkste Argument“
- „Kunden kaufen Artikel und Preise“
- „Kunden sind wie Einkaufsmaschinen, die rational funktionieren“
- „Wer groß genug ist, überlebt“
- „Wenn die Krise da ist, werden wir uns schon ändern“





Homing (Cocooning)

Material

Warme Materialien, Natur, Holz + Stein + Stoff statt Glas + Metall + Beton

Wohnen

Küche als Zentrum des Hauses, „gemütliche“ High-Tech

Schutz und Sicherheit

Sicherheitstechnik, Videoüberwachung, Bewegungs- und Rauchmelder

Wellness Plus



- **Balance**
- **Genuss und Sportlichkeit**
- **Gesundheit**
- **Energie**
- **Ausgleich**
- **Reinigung/Entschlackung**

Wellness Plus



The image shows two Emmi Aloe Vera products: a white plastic bottle of 'Aloe Vera Sensitive-Drink' and a white plastic tub of 'Aloe Vera Sensitive-Jogurt'. Both products feature the Emmi logo and 'ALOE VERA' branding. A small glass bowl containing a yellow gel is also visible in the foreground. The background is a light blue gradient with a faint image of an aloe vera plant.

Aloe Vera

Schönheit genießen - mit dem Aloe Vera Sensitive Jogurt

Heute leben wir generell bewusster und gesünder und haben uns wieder zurück auf das Natürliche besonnen und dabei Altbewährtes neu entdeckt. Zum Beispiel die Aloe, eine Wüstenlilie, deren über 100 vitalisierende Stoffe unserem Wohlbefinden überaus förderlich sind.

Geniessen Sie die vitalisierende Frische des **Emmi Aloe Vera Sensitive-Jogurt** und **Aloe Vera Sensitive-Drink** und tun Sie sich damit etwas Gutes für innere Harmonie, Schönheit und viel Genuss.

Wellness Plus

Das gesunde Leben

Material-Wellness

Lehm- und Bioputz, Holzbau ohne Holzschutzmittel, immisionsarmes Bauen...

Wohn-Wellness

Aufwertung von Bad und Küche

Food-Wellness

Bio-Produkte, Wellness-Food

Ideen-Wellness

Feng-Shui, Farbwellness, akustisches W., Elektrosmog

Retro

Teigrolle Ahornholz

Ein Nudelholz aus Ahorn mit ungewöhnlichen Ausmaßen: über 2 kg schwer, Walze 11,5 cm Ø, Walzenlänge 29,5 cm, Griffe 4 cm Ø. Der ungewöhnlich große Durchmesser der Walze bringt genügend Distanz der Griffe zum Boden mit sich, so daß auch die Kanten von (Kuchen-)Blechen keine Behinderung darstellen.



zur Liste ▲



Produkt noch nicht bewertet

Feingeschliffenes Ahornholz. Kleine dunkle Einschlüsse sind typisch, stellen jedoch keine technische Beeinträchtigung dar. Mit Speisöl behandelt. Gesamtlänge 49,5 cm, Walzenlänge 29,5 cm, Walze 11,5 cm Ø, Griffe 4 cm Ø. Gewicht 2,1 kg.

Menge in Stück:

Bestellnummer: 78633

Preis: vorher: 78,00 Euro
jetzt: 55,00 Euro

■ vorrätig, lieferbar in 4 Tagen

in den Warenkorb

- Authentisch
- Retro
- Original
- Dauerhaftigkeit
- Nachhaltigkeit
- Qualität
- Tradition
- Orientierung
- Stabilität
- Vintage

Retro-Handwerk

Material und Verwendung

Historische Baustoffe, alte Verbund-Techniken, Stein statt Fliese

Erhalten und Pflegen

Restaurierung, Wiederbelebung alter Techniken, Nachfertigung alter Teile, Oldtimer-Pflege

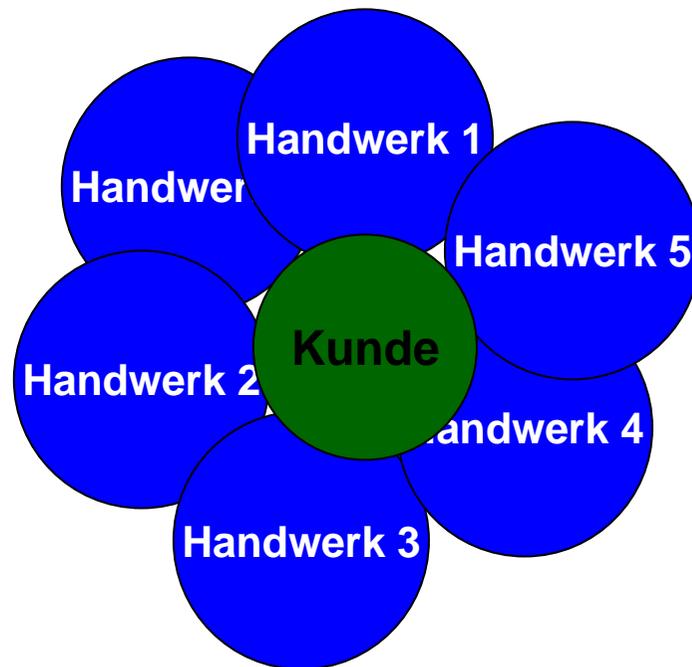
Retro-Wohnen

Comback von Holz, Kachelöfen, Holzhaus-Bau

Hand made

handgemachte Schuhe, handgeschliffene Messer

Deep Support



- **Individuell**
- **flexibel**
- **Rundum sorglos**
- **einfach**
- **Full-Service**
- **Mehr Zeit**
- **Bequemlichkeit**
- **Service**
- **Dienstleistung**
- **Entlastung**

Deep Support

Rundum-Sorglos:

Home-Service, Alles aus einer Hand, Gewerke-Höfe,
Durchführung in Abwesenheit

Erinnerungsfunktion

regelmäßige Renovierungs-Checks (Möbel, Heizung,
Dach, Kleidung, Schuhe...)

Concierge-Handwerker/Care Taker

Ein Ansprechpartner für alles

Schlüsselqualifikation

VERTRAUEN

Full-Service-Handwerk

Der Handwerker als Vereinfacher

Wohn-Coach

„Mitwachsendes Möbelkonzept“

Unterstützung des individuellen Stils

Erledigung aus einer Hand

Hilfe zur Selbsthilfe, Do-it-yourself with me

Lebenszeit-Garantie, Möbelversicherung und –Updates

Modulares Prinzip

Kombinierbar, erweiterbar, veränderbar, Rücknahme

Finanzierung

Ein Ansprechpartner

Feel-Good-Konsum



- **Moralhandwerk**
- **Politisch...**
- **Ökologisch...**
- **Sozial korrekt**
- **Ethic Marketing**
- **Boykottbewegungen**
- **Sinnhaftigkeit**
- **Wohlfühlkonsum**

ö-com

Wir sind ein Zusammen-schluss von Firmen unter dem Thema ökologisch Bauen - Wohnen - Leben.

[hier finden Sie uns](#)



Wir setzen uns dafür ein, dass Sie sich in Ihrem Zuhause wohl fühlen.

Von der Planung und Ausführung eines Eigen-heims durch erfahrene Architekten und Handwerker

- über die Gestaltung Ihrer Räume mit natürlichen Materialien und die Einrichtung mit hoch-wertigen Naturholzmöbeln - bis zur individuellen Gestaltung Ihrer Garten-anlage - bei uns finden Sie alles unter einem Dach.

Okö? - Logisch und mit allen Sinnen!

ökologisch

Seien Sie neugierig und schauen Sie herein!

bauen

In ständig wechselnden Ausstellungen präsentieren wir Ihnen unsere Arbeit:

Baubiologische Planung und Beratung.

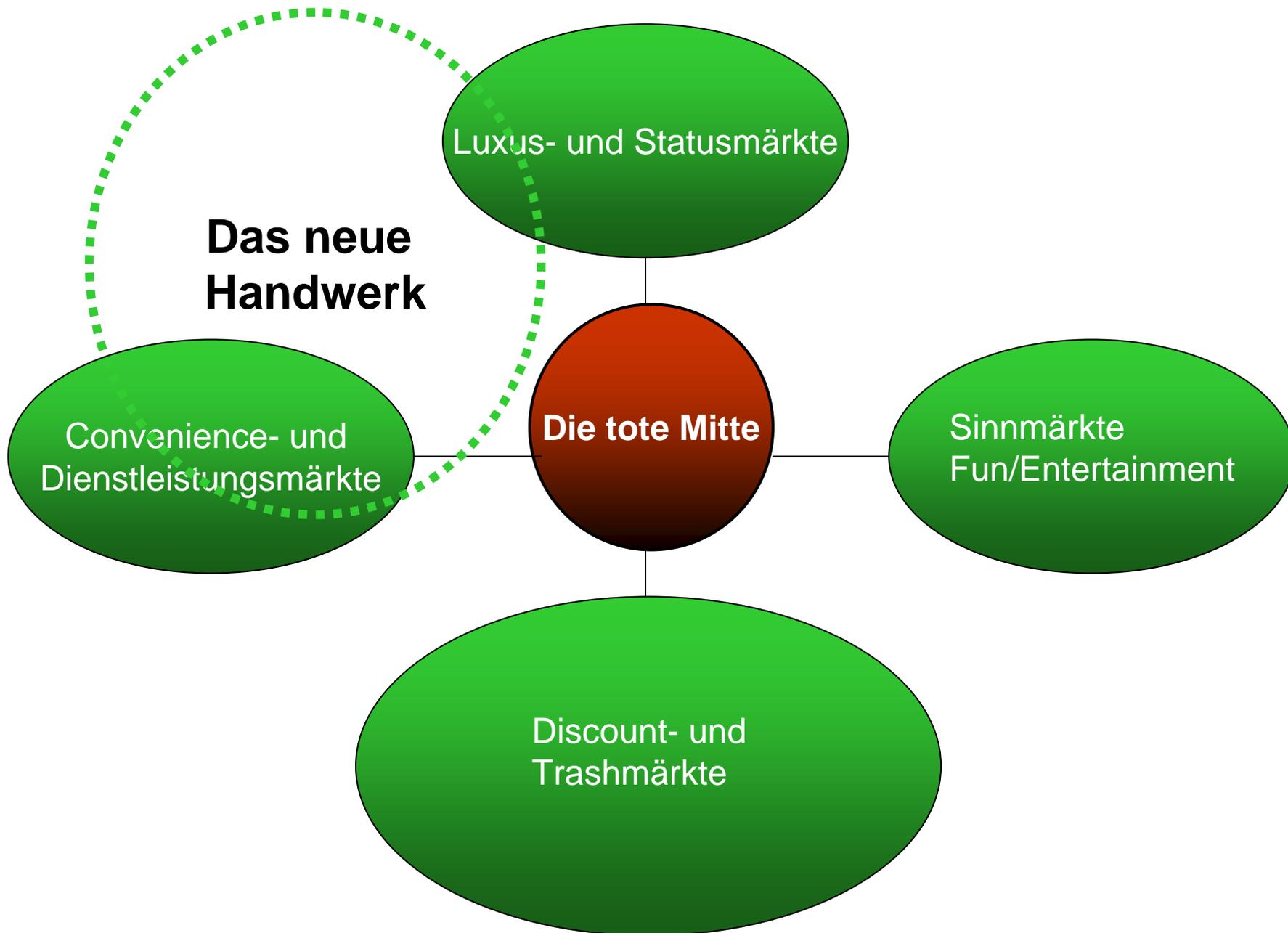
Solararchitektur
Haustechnik
Von der Regenwasser-sammel- bis zur Photo-voltaikanlage.

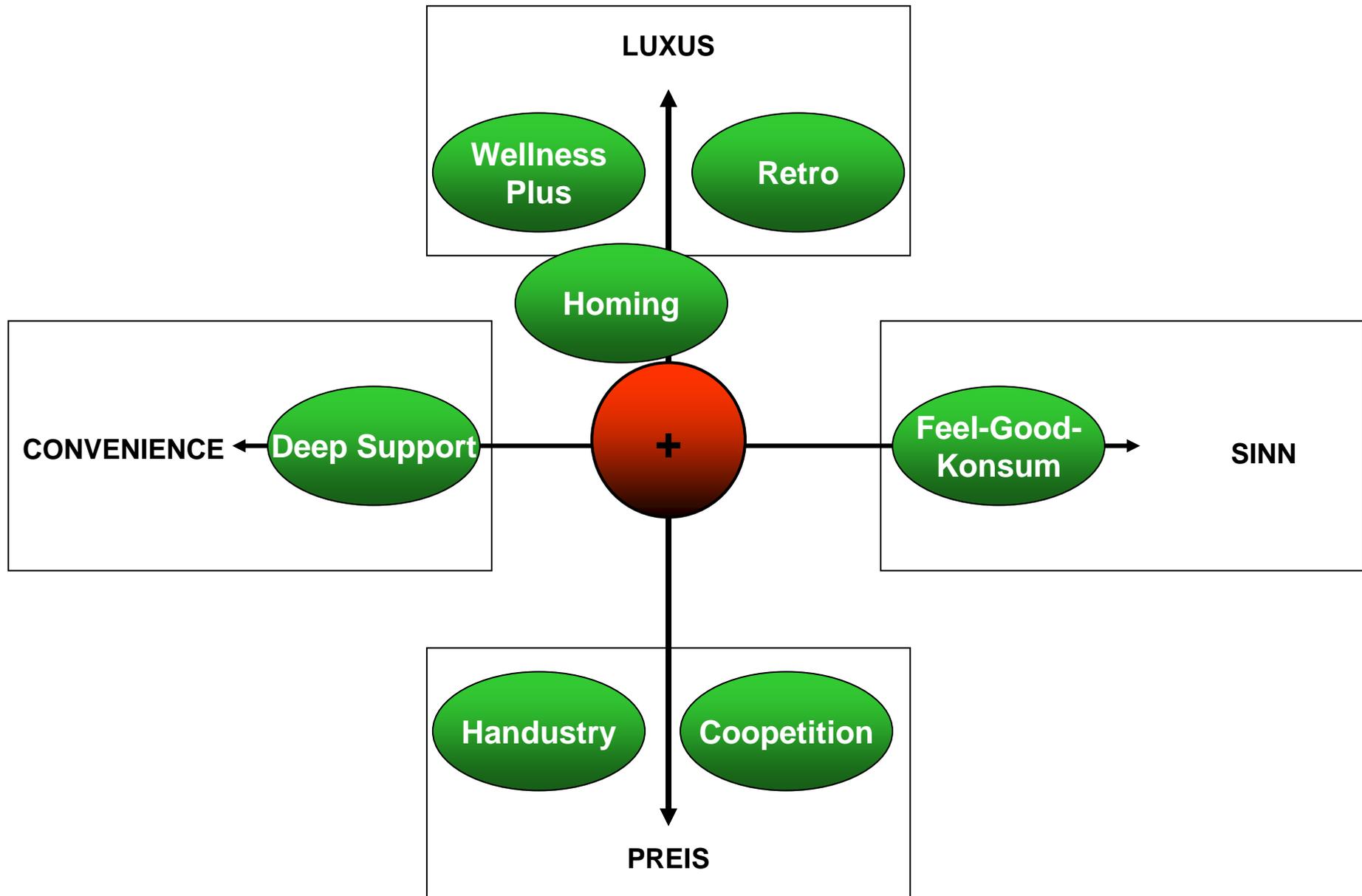
Information über die aktuellen Förderprogramme.

Zimmerei & Innenausbau Holzenster
Wärmedämmung
und Schallschutz.

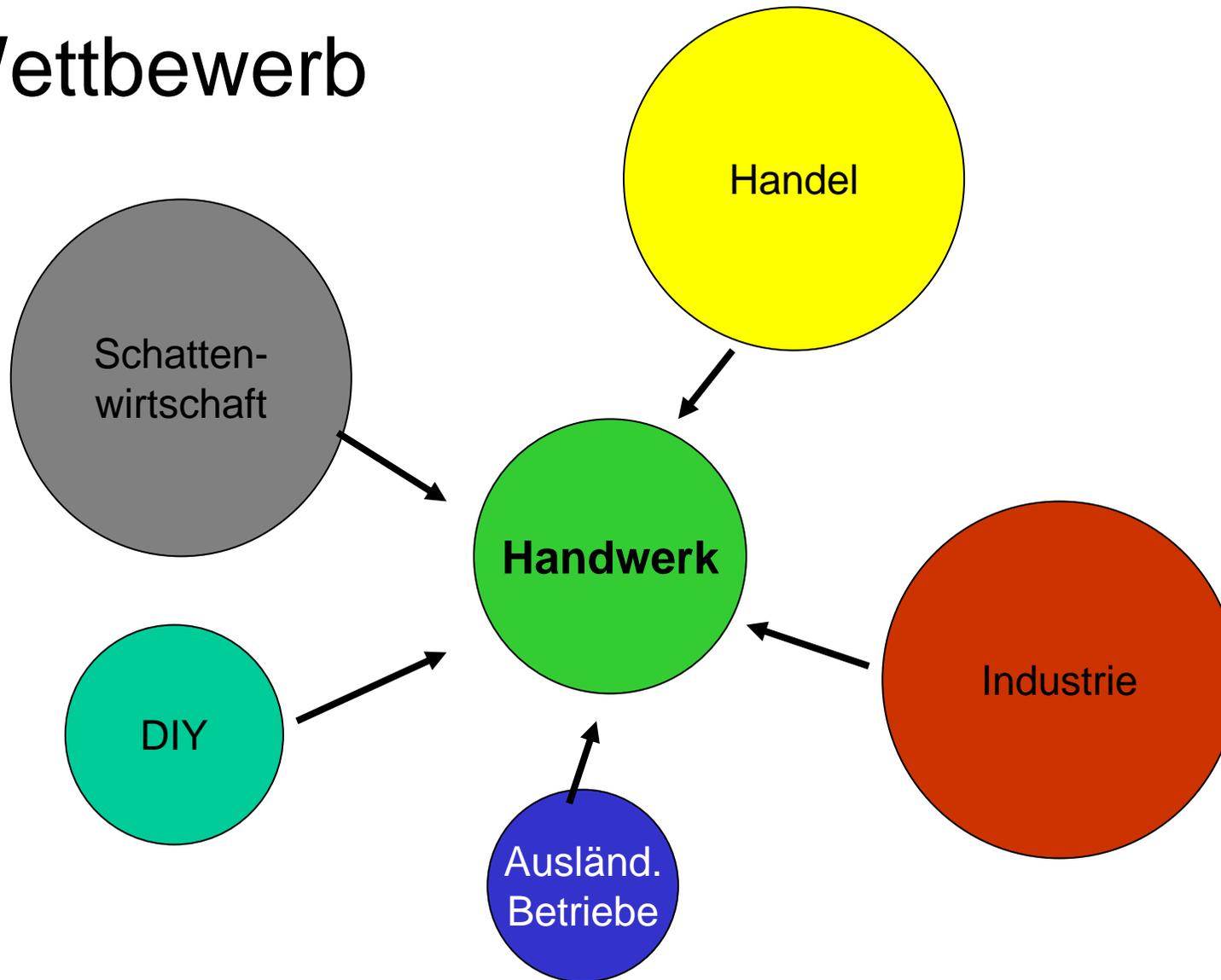
Lehmbau
Reetdach
Handel und Eindeckung,
Restaurierung historischer Gebäude.
Farbige Lehmputze



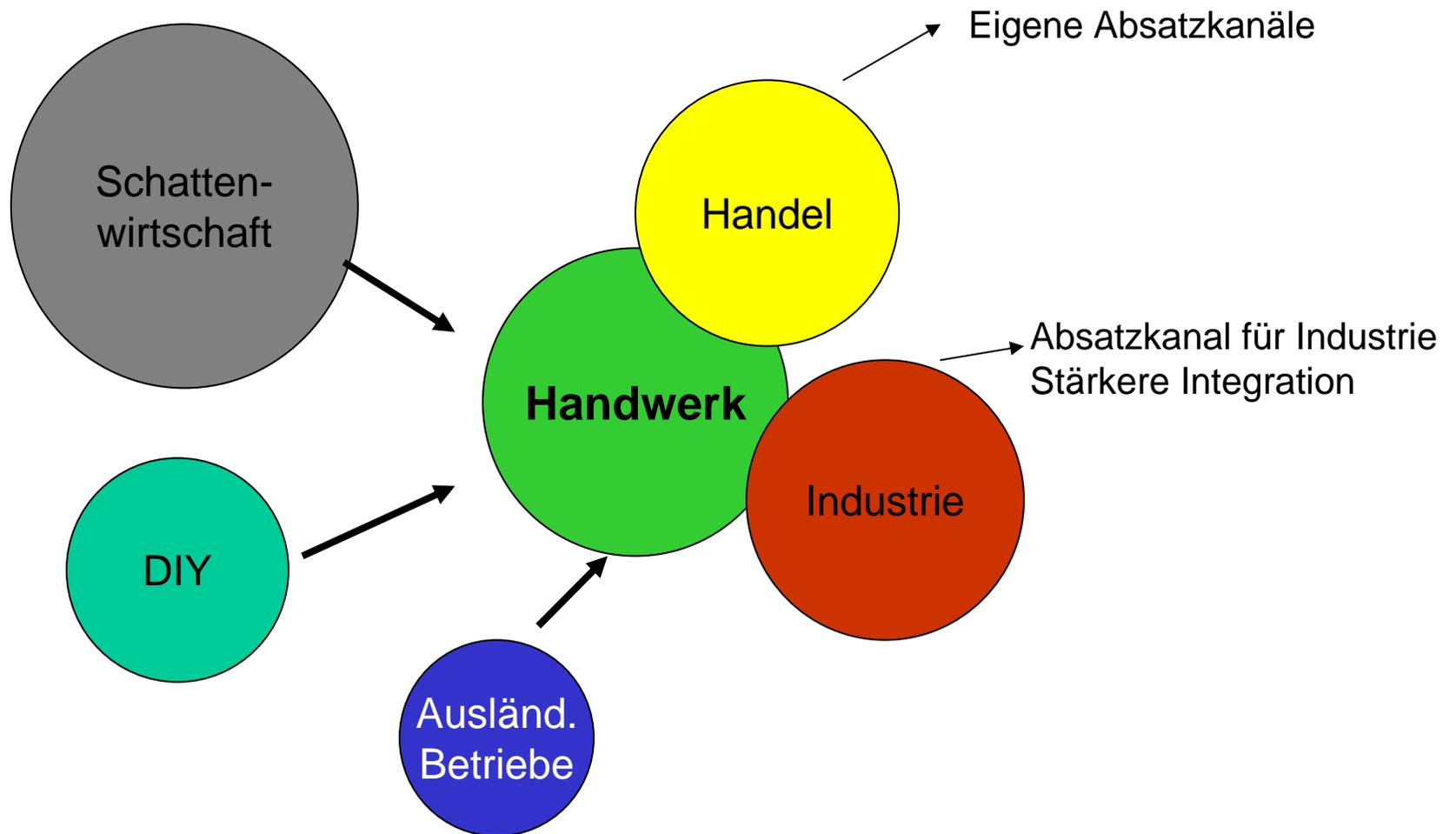




Wettbewerb



Handustry



Coopetition statt Konkurrenz

Regionale Erweiterung

Outsourcing und Sharing

Gemeinsame Nutzung...

Co-Marketing

Co-Innovation

Co-Producing

Co-Channeling

Co-Administration

Fazit und Perspektiven

Pro-Handwerks-Faktoren

- Individualisierung: das Wesen des Handwerks
- Glaubwürdigkeit: direkter Kontakt die Basis für Vertrauen
- Herkunft: greifbar, real, bietet Orientierung
- Schnelligkeit: Nähe zum Kunden = Nähe zum Trend
- Humanwerte: Ausbildung, Regionalität
- On-demand: ressourcenschonend, keine Überschussproduktion
- Positive Tradition: Erhalt des kulturellen Erbes
- Nachhaltigkeit: Erhalten statt Wegwerfen
- Flexibel: Wünsche des Kunden bestimmen den Auftrag
- Ehrliche Arbeit mit der Hand: nicht entfremdet, positiv bewertet

Aber: Der Kunde kommt nicht von selbst!

To Do's:

- Beobachtung
- Positionierung
- Klare Aussagen
- Kommunikation
- Kundenbindung
- Wunscherfüllung

Vielen Dank.

Ihre Fragen...??

Dipl.-Ök. Ulrich Lippe
Handwerkskammer Düsseldorf
Telefon: 0208/82055-34
E-Mail: lippe@hwk-duesseldorf.de
www.hwk-duesseldorf.de

Neue Konsumtypen

- Preis-Junkies (Schnäppchenjäger)
- Moratoriumskonsument
- Konsumverweigerer
- Abstiegskonsument
- gehemmter Konsument
- **Konsum-Junkie**
- **Nostalgiekonsument**
- **Ironie-Konsument**
- **Dinosaurier-Konsument**