

November 2008



Kompakt – umfassend – verfügbar: Fakten zum Verbraucher 50plus:

PEGGI * – die expandierende Zielgruppe im Überblick

Filderstadt/ Hannover. Wer sich mit dem Markt 50plus beschäftigt, braucht schnell und einfach verlässliche Daten – was er jedoch häufig findet, ist eine schier unübersehbare Menge unterschiedlicher Fakten, Studienergebnissen und Datenquellen. Wie aber ist das übergreifende Bild dieser zukunftsweisenden Zielgruppe hinter der Vielzahl von Einzelresultaten?

Dieser Frage hat sich das Marktforschungsinstitut EYE Research in Filderstadt in Zusammenarbeit mit dem Reifenetzwerk in Hannover gewidmet.

Entstanden ist dabei eine kompakte Faktensammlung zur Zielgruppe der PEGGIs *, die wichtige Daten und Informationen in übersichtlicher Form bündelt und zu einem nachvollziehbaren Gesamtbild der Verbraucher 50plus zusammensetzt.

Neben einer pragmatisch orientierten **Definition der älteren Zielgruppen** und einer Zusammenstellung wichtiger **demografischer Entwicklungen** werden umfassende Informationen zur **Lebenssituation**, der **wirtschaftlichen Lage** und der **Lebenswelt** der älteren Verbraucher zusammengeführt, die zwar öffentlich verfügbar sind, aber nur mit großem Rechercheaufwand zu finden sind.

Die Forscher von EYE research haben diese Arbeit geleistet und so ein Grundlagentwerk geschaffen, das die Vielzahl der Daten zu praktisch nutzbaren und verständlichen Zusammenhängen verdichtet.

Für eine Schutzgebühr von Euro **50plus** MwSt. kann die Faktenmappe bei der EYE research GmbH unter info@eye-research.de bestellt werden.

Für Rückfragen:

EYE research, Christoph Blum, Tel.: 0711/ 70709561
c.blum@eye-research.de, <http://www.eye-research.de>

*) PEGGI bedeutet P=Persönlichkeit, E=Erfahrung, G=Geschmack, G=Geld, I=Interessen. Dieses Kunstwort ist eine Bezeichnung, die nicht das Alter, sondern einige prägende Eigenschaften der Zielgruppe ins Blickfeld rückt und damit pragmatisch aussagestärker ist.