

# Die neue Konsumkultur

Götz E. Rehn, Alnatura GmbH

Berlin, 20.01.2006

# Die neue Konsumkultur

## Themenübersicht

1. Die neue Wirklichkeit
2. Die neue Konsum-Kultur
3. Die neuen Chancen

# 1. Die neue Wirklichkeit

# 1. Die neue Wirklichkeit

## Individualisierung

- Selbstbestimmung
- Singles (50% der Haushalte)
- Patchwork Gesellschaft

# 1. Die neue Wirklichkeit

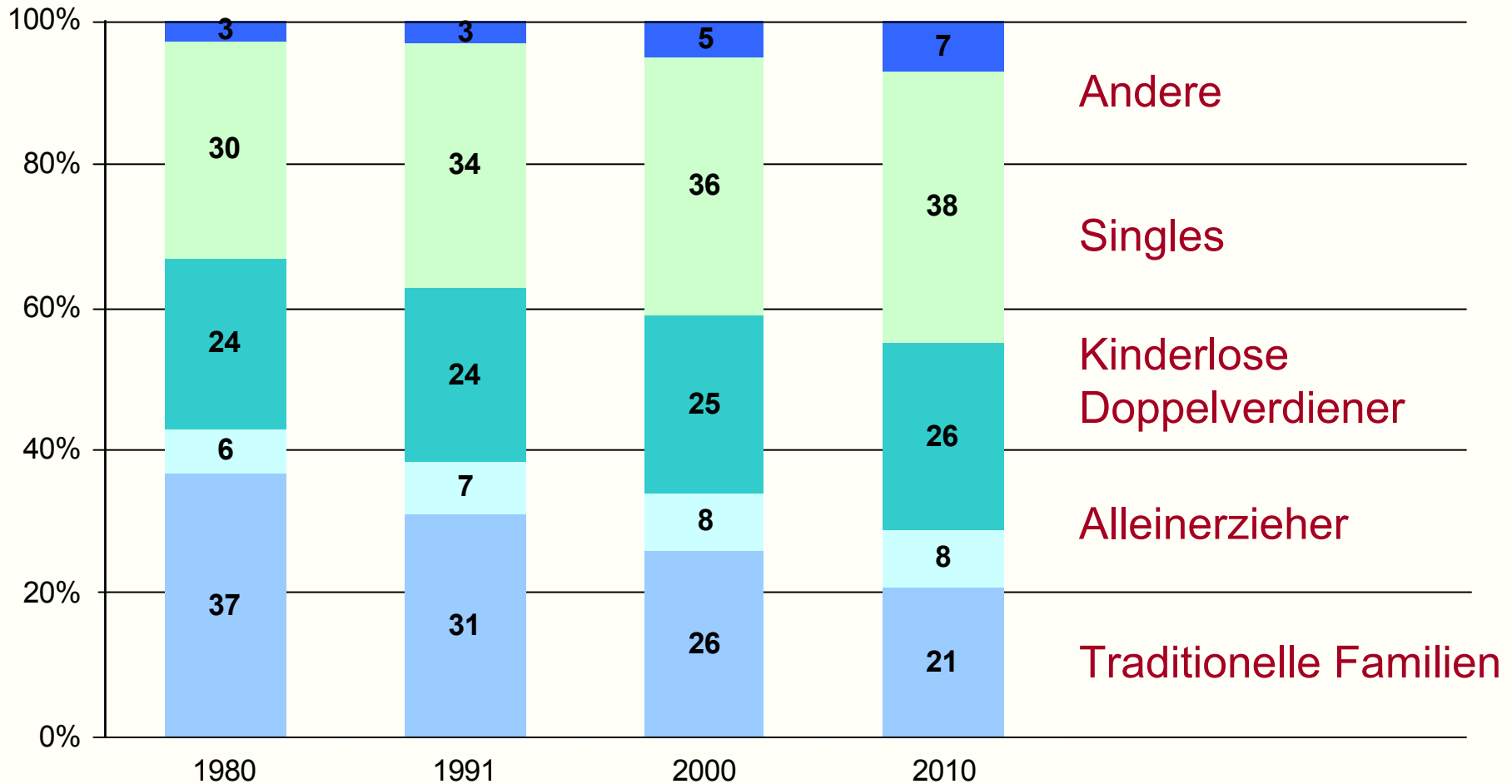
## Patchwork Gesellschaft 1



# 1. Die neue Wirklichkeit

## Patchwork Gesellschaft 2

Haushalte (%)



# 1. Die neue Wirklichkeit

## Frauen

- 2005: 50% höhere Bildung
- Multitasking
- Veränderung der sozialkulturellen Werte

# 1. Die neue Wirklichkeit

## Globalisierung vs Regionalisierung

- Industriegesellschaften weltweit
- Wissensökonomie als Chance
- Regionalität als Trend

# 1. Die neue Wirklichkeit

## Asien

- Kultureneinfluss
- Konsumtrend

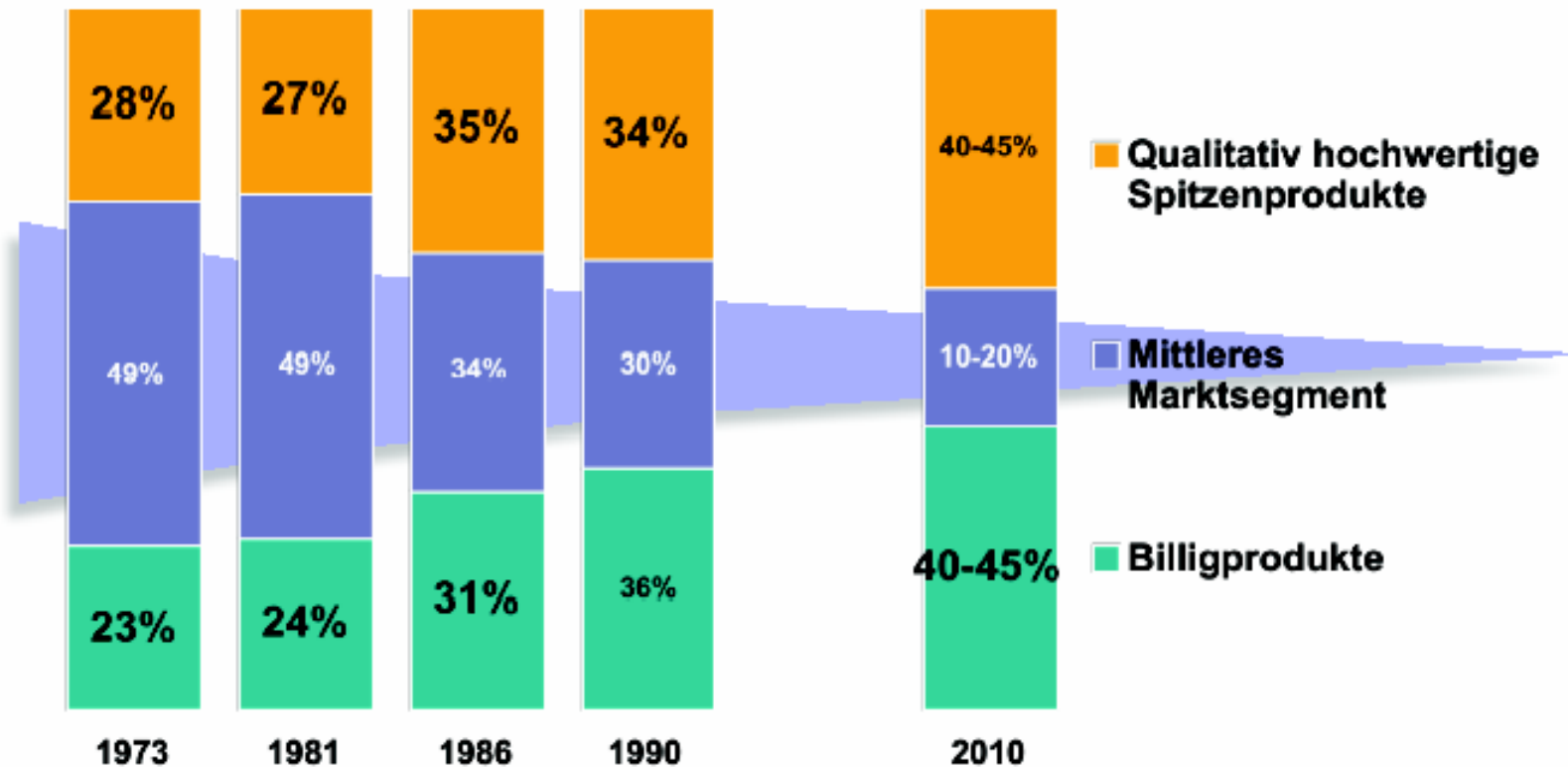
# 1. Die neue Wirklichkeit

## Märkte

- Dschungelstruktur
- Polarisierung
- Profilierung

# 1. Die neue Wirklichkeit

## Die Polarisierung des Angebots 1



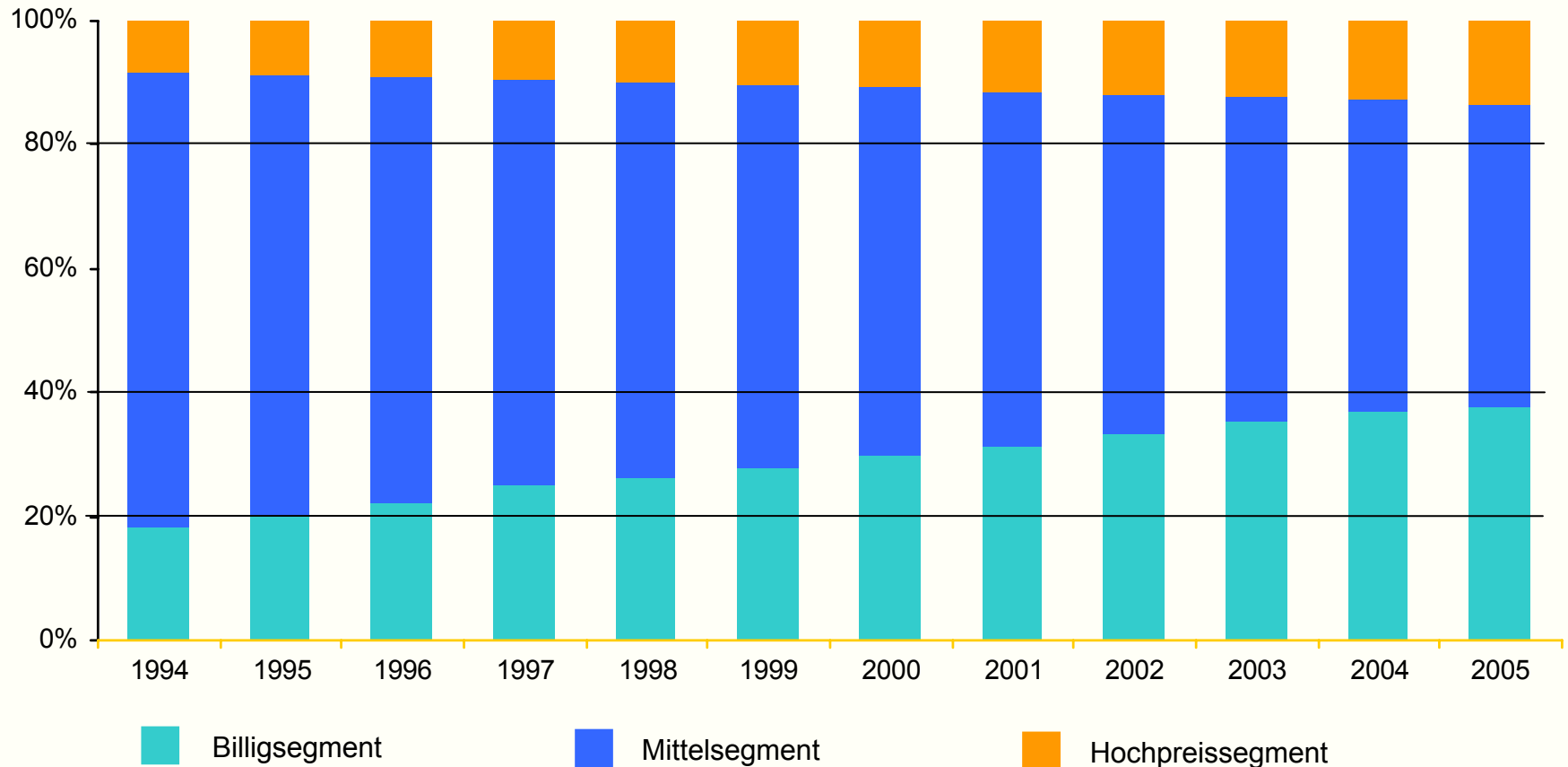
Quelle: B.A.T Freizeit-Forschungsinstitut; BBE; GfK

# 1. Die neue Wirklichkeit

## Die Polarisierung des Angebots 1

### Lebensmittelmarkt USA

Marktanteile in % (USD)



## 2. Die neue Konsum-Kultur

## 2. Die neue Konsum-Kultur

# Konsumenten

- prägen eigenen Stil
- suchen ästhetische Produkte
- wollen neue Erfahrungen
- sind preisbewusst

## 2. Die neue Konsum-Kultur

# Retail branding



## 2. Die neue Konsum-Kultur

# Ästhetisierung der Wirtschaft



## 2. Die neue Konsum-Kultur

# Cheap-Chic



# 3. Die neuen Chancen

### 3. Die neuen Chancen

## Von der Eindruckszivilisation zur Ausdruckskultur

- kulturisierter Konsum
- informative Kommunikation
- Kunst als neue „Sprache“

### 3. Die neuen Chancen

## Vom Verbraucher zum Marktpartner

- Ganzheitlich
- Design
- Faire Preis
- Transparent

### 3. Die neuen Chancen

## Bio: ein Beispiel für die neue Konsumkultur

- Ganzheitlich
- Symbolcharakter
- Transparent

Rudolf Steiner:

„Man will sich nicht mit den Gedanken dem Leben anpassen, sondern man will, dass das Leben sich dem Denken anpasst.“

29. August 1922