



generationlab focus group insights

Warum Inter-Generationenanalyse?

Foto-Credits: Pixabay / generationlab-Seminar-Flyer „Wege aus der Krise“ / Pixabay

Institut für Jugendkulturforschung
Alserbachstraße 18 / 7. OG / 1090 Wien
Tel. +43 / (0)1 / 532 67 95

Warum Inter-Generationenanalyse?

Um die Treffsicherheit Ihrer Zielgruppenstrategien zu erhöhen

Effektive Zielgruppenansprache ist ein Thema, das NGOs, Politik und Marketing gleichermaßen beschäftigt. Die Herausforderungen liegen auf der Hand: Im Zuge des gesellschaftlichen Wandels fächern Zielgruppen immer stärker auf, und zwar in allen Lebensabschnitten, die wir durchlaufen. „All-Age“-Konzepte erweisen sich dabei selten als effektiv. Für die Angebotsentwicklung wie auch für die Zielgruppenkommunikation wird Zielgruppen-segmentierung, die lebenszyklische Erfahrungen, Alter, aber auch die für die jeweilige Generation prägenden Lebenseinstellungen und Werte berücksichtigt, immer wichtiger.

Um in der Zielgruppenarbeit Mittel effizient einzusetzen und inhaltliche Anliegen effektiv zu transportieren, muss man sich mit zwei Fragen beschäftigen:

- „Wen, also welche Zielgruppen, erreichen wir bereits jetzt sehr gut?“ und
- „Welche Zielgruppen könnten wir darüber hinaus noch erreichen und was müssen wir dafür tun?“

Sobald die Frage „Was müssen wir tun?“ gestellt ist, kommen planungsrelevante Forschungsergebnisse als Grundlage für zielgruppensensitive Angebots- und Kommunikationspolitik ins Spiel. Hier setzt das *generationlab* des Instituts für Jugendkulturforschung an: mit Inter-Generationenanalysen in Form von Auftragsforschung, Fortbildung und Beratung, die einen wichtigen Beitrag dazu leisten können, die Treffsicherheit Ihrer Zielgruppenstrategien zu erhöhen.

Inter-Generationenanalyse – ein wertvolles Zielgruppensegmentierungstool

Inter-Generationenanalyse schärft den Blick auf die Zielgruppen, und zwar indem sie jene generationenkulturellen wie auch lebenszyklusbedingten Differenzierungslinien zwischen Jugendlichen und jungen Erwachsenen, Mid-Agers und Best-Agers ins Blickfeld nimmt, die für effektive Zielgruppenarbeit einen echten Unterschied machen.

- Wer die Eigenarten junger Zielgruppen verstehen möchte, sollte beispielsweise wissen, worin sich Jugendliche und junge Erwachsene von der Eltern- und Großelterngeneration unterscheiden: Oft wird die Spezifik der einen erst im unmittelbaren Vergleich mit den anderen wirklich evident.

- Wer generationenübergreifend arbeitet oder Initiativen für ein besseres Miteinander der Generationen in der Arbeitswelt, in der Freiwilligenarbeit, im Wohnumfeld etc. setzen will, muss dazu in der Lage sein, die Welt durch die Augen der noch nicht etablierten, nachrückenden wie auch durch die Augen der etablierten Generationen zu betrachten, um ausgehend davon überall dort, wo dies sinnvoll und möglich ist, Generationen strategisch zu verlinken und überall anders Zonen für generationenkulturell differenzierende Zielgruppenarbeit zu definieren.
- Und wer das zu Unrecht lange vernachlässigte *Best-Ager*-Segment erschließen will, muss wissen, wie ältere Bevölkerungsgruppen Innovationen, die die junge Generation anstoßen, aufnehmen, aus der Perspektive der *neuen Alten* interpretieren und für den persönlichen Alltag umdeuten, und wird in den für das „fortgeschrittene Erwachsenenalter“ typischen Lesarten Inspiration für die Angebotsentwicklung in der Zielgruppe *Best-Agers* finden.

Das *generationlab* des Instituts für Jugendkulturforschung berücksichtigt in der Zielgruppenanalyse sowohl Lebenszyklus- als auch Alterskohorteneffekte, die sich aufgrund gemeinsamer generationenprägender Erfahrungen in den Bereichen Politik und Gesellschaft, Medien und Technologieentwicklung, Beruf und Arbeitswelt, aber auch in den Freizeitkulturen, in den Alltagsroutinen und in den Lebensweisen unterschiedlicher Generationen deutlich niederschlagen, und zeigt auf, was Ihre Zielgruppen ausmacht.

Aus Sicht der angewandten Sozialforschung sind die für strategische Planung relevanten Unterschiede zwischen den Generationen, die sich nicht nur in unterschiedlichen Wertvorstellungen und Lebensprioritäten, sondern auch in den Ausbildungsmustern, der Berufseinstellung, der Technologienutzung, der persönlichen Lebensführung, der Biographieplanung bis hin zu familialen Lebensentwürfen abzeichnen, eine Konsequenz des sozialen Wandels. Und sie zeigen sich selbst bei Themen, die generationenübergreifend auf der persönlichen Agenda stehen, zumal jede Generation ihre eigene Lesart dafür findet und daher andere, generationenspezifische Handlungsmotive und Handlungsstrategien mit ihnen verknüpft. Diese Spezifika gilt es zu kennen und zu verstehen, wenn man wirklich zielgruppenorientiert agieren will.

Unser qualitatives Zielgruppensegmentierungstool *generationlab focus group insights* bietet Ihnen in Ergänzung zur klassischen Umfrageforschung die Möglichkeit, Ihr Zielgruppenwissen generationenbezogen zu vertiefen.

Das generationlab des Instituts für Jugendkulturforschung – Ihr kompetenter Partner in Generationenfragen

Wir bieten Forschung, Fortbildung und Beratung auf Basis fundierter Inter-Generationenanalyse sowie vertiefende Analysen der Ihnen im Haus vorliegenden Zielgruppendaten.

Sie sind am Generationenthema interessiert?

Wir stehen Ihnen für weiterführende Informationen zu unserem aktuellen Fortbildungs- und Beratungsangebot, Beauftragung von Studien sowie die Möglichkeit zu Exklusiv-Einfragen in *generationlab focus group insights* gerne zur Verfügung. Sie erreichen uns tel. unter +43/(0)1/532 67 95 oder per Mail: generationlab@jugendkultur.at.

Sehr gerne vereinbaren wir für Sie auch ein unverbindliches Informationsgespräch mit generationlab-Leiterin Dr. Beate Großegger.

Institut für Jugendkulturforschung

Alserbachstraße 18/7.OG - 1090 Wien

Seit 2001 bietet das Institut für Jugendkulturforschung praxisrelevante Jugendforschung. Seit 2016 betreibt das Institut darüber hinaus ein [generationlab](#) mit Forschung, Fortbildung und Beratung zu Generationenfragen.

Das Institut für Jugendkulturforschung verfolgt einen lebensweltlichen Forschungsansatz und bedient sich neben quantitativer Verfahren auch erprobter qualitativer Methoden, die Alltagskulturen optimal erschließen. Die Kombination von interpretativen und statistischen Verfahren ermöglicht angewandte Sozialforschung auf hohem Niveau. Das Leitungsteam des Instituts ist seit mehr als zwei Jahrzehnten erfolgreich in der angewandten Sozialforschung tätig.

Wir sind spezialisiert auf:

- Repräsentativumfragen → face-to-face sowie online
- qualitative Jugend- und Intergenerationenstudien → fokussierte und problemzentrierte Interviews, Gruppendiskussionen, teilnehmende Beobachtungen
- Praxisforschung → summative und formative Evaluationen, Kreativ-Workshops, Werbemittel- und Homepage-Abtestungen, Mystery Checks
- triangulative Studien-Designs → Kombination verschiedener Erhebungs- und Auswertungsverfahren, um umfassende Antworten auf die zu untersuchenden Fragestellungen zu erhalten
- Trendmonitoring
- Generationenanalyse und -beratung
- Empirisch begründete Typologien als Tool der Zielgruppensegmentierung und strategischen Maßnahmenplanung
- Vertiefende Analysen: Sekundärauswertung, Interpretation und daran anschließende Strategieberatung zu den Ihnen im Haus vorliegenden Studien

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung: Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

Phone: +43 (1) 532 67 95
Web: <http://www.jugendkultur.at>
E-mail: jugendforschung@jugendkultur.at
E-Mail: generationlab@jugendkultur.at