

NEO-HIPPIE

Grundüberzeugung

„Ich finde, Menschen sollten viel mehr Zeit in der Gemeinschaft verbringen und zusammen Spaß haben – nur so entstehen die großartigen Erinnerungen, die das Leben ausmachen.“

Lebensmotto im Alltag

„Man lebt nur einmal – deshalb will ich so viel erleben wie möglich. Das Wertvollste im Leben sind die besonderen Momente.“

Lebensziel

„Ich will das Leben in vollen Zügen genießen – und später einmal mit meinen langjährigen Freunden auf all die schönen Erlebnisse zurückblicken können.“



Der Neo-Hippie lebt im Zeitalter der Individualisierung ein neues Bewusstsein für Gemeinschaft als identitätsstiftende Kraft und treibt die Sharing- und Event-Kultur voran.

17,4% aller Deutschen (12,1 Mio.) Kern-Gruppe: 6,2 Mio. (14–34 Jahre alt) Ø 1.602 € Einkommen



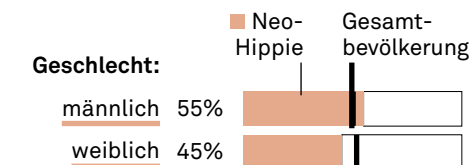
Entwicklungsprognose der Gruppengröße

Grundbedürfnisse des Neo-Hippies

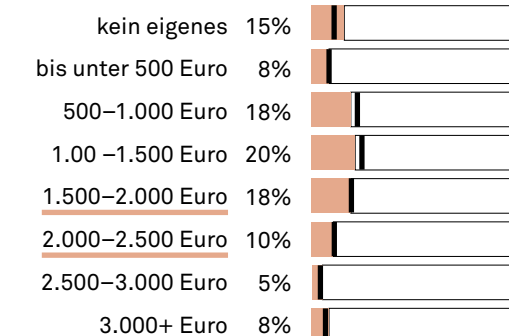
Der Neo-Hippie sucht nach Spaß und Genuss und legt viel Wert darauf, Teil eines sozialen Gefüges zu sein. Gemeinsam mit seinen Freunden ist er viel unterwegs und entdeckt immer wieder neue urbane Trend-Spots. Er ist auf verschiedensten sozialen Events anzutreffen, vor allem wenn sie zur Eventisierung seines Alltags beitragen – oder zur Erweiterung seiner Instagram-Story. Mit dem Smartphone als ständigem Begleiter lässt er nicht nur seinen Freundeskreis, sondern auch seine Fan-Community an seinem Leben

teilhaben. Online erreicht man ihn mit außergewöhnlichen, lustigen oder noch nie gesehenen Inhalten sowie mit Angeboten, die zu seiner Mission der „Verspaßung des Alltags“ beitragen. Offline ist er am besten auf großen und kleinen Events adressierbar. Aufgrund seines hohen Gemeinschaftssinns legt der Neo-Hippie außerdem viel Gewicht auf die Meinung seiner Peers. Unternehmen, die Zugang zu diesem Lebensstil suchen, setzen am besten auch auf Word-of-Mouth-Strategien und eine Ansprache der Gruppe als Ganzes.

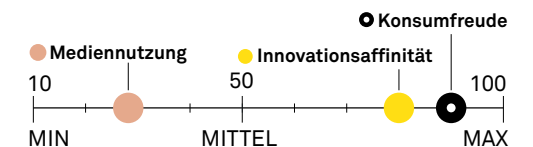
Wer sind die Neo-Hippies?



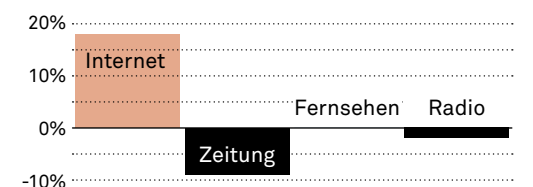
Netto-Einkommen:



Konsum und Innovationsgrad



Mediennutzung im Vergleich



■ Wird im Vergleich zu anderen Lebensstilen mehr genutzt
■ Wird im Vergleich zu anderen Lebensstilen weniger genutzt