

# GET MILD



**TBWA** 2018  
Zeitgeist-Spotter

## Gesund zu Leben ist heute nicht mehr «uncool».

Ganz im Gegenteil: Die Beliebtheit und der Konsum von gesundheitsschädlichen Substanzen nimmt besonders bei jungen Menschen ab. Statt dessen sind gesunde Ernährung und sportliche Aktivitäten angesagt.



### Vertrautheit mit der Entwicklung

71.7% der Teilnehmer unserer Umfrage im Alter zwischen 14 und 29 Jahren stimmten zu, dass sie mit dieser Entwicklung vertraut sind.



### Einfluss auf den Alltag

51.4% der Teilnehmer unserer Umfrage im Alter zwischen 14 und 29 Jahren stimmten zu, dass sie diese Entwicklung im Alltag beeinflusst.

## Party ohne Ende... und ohne Prozente

Laut dem Credit Suisse Jugendbarometer 2018 finden 11.5% der 16- bis 25-Jährigen «in Clubs und an Partys gehen» out. Das sind doppelt so viele wie 2010. Dagegen werden Aktivitäten wichtiger, bei denen Gesundheit und Sport eine zentrale Rolle spielen.

Ecstatic Dance ist eine Partyreihe, die ihren Weg aus San Francisco in die Schweiz gefunden hat. Die jungen Partygänger entscheiden sich bewusst gegen «die dunkle Seite des Nachtlebens» (insbesondere Alkohol und Drogen), ohne dabei auf ausgelassenes Tanzen zu elektronischer Musik zu verzichten.



### Rangliste der beliebtesten Wochenendaktivitäten von jungen Teilnehmern unserer Umfrage (14- bis 29-Jährige):

- 1 Filmeabend (Netflix, etc.)
- 2 Spieleabend (Brettspiele)
- 3 Gemeinsam Kochen
- 4 Drinks und Gespräche in einer Bar
- 5 Party in einem Nachtclub

## Wer braucht schon Alkohol?

**28.3%** der Teilnehmer unserer Umfrage im Alter zwischen 14 und 29 Jahren stimmten zu, dass Alkohol ein zentraler Bestandteil ihres Nachtlebens ist.

<

**49.3%** der Teilnehmer unserer Umfrage im Alter zwischen 14 und 29 Jahren stimmten zu, dass Alkohol kein zentraler Bestandteil ihres Nachtlebens ist.

## Gesunde Ernährung

Um auf die sich verändernden Gesundheitseinstellung junger Menschen zu reagieren, hat der Schweizer Getränkehersteller Rivella ein neues Produkt mit weniger Zucker auf den Markt gebracht.



Nicht nur Softdrink-Hersteller passen sich dem Bedürfnis nach einem gesunden Lebensstil der Jugend an. Zunehmend wird bei der Vermarktung von gesunden Getränkealternativen wie Guarana-Shots, Smoothies und «Infused Water» direkt auf eine junge Zielgruppe abgezielt.



# Unser Fazit

Einschätzung der 14-29 jährigen Teilnehmer unserer Umfrage:  
In den nächsten 5 Jahren wird diese Entwicklung...

69.6% ...für mich persönlich wichtig oder sehr wichtig sein

69.6% ...für die Schweizer Gesellschaft wichtig oder sehr wichtig sein

1

Get Mild ist als Zeitgeist unter jungen Menschen bereits weit verbreitet. Im Zusammenhang mit dem allgemeinen Wellness-Trend in der Gesellschaft wird Get Mild auch in Zukunft noch mehr an Relevanz gewinnen.

2

Unternehmen sollten sowohl bei Produktentwicklungen sowie in der Kommunikation die zunehmend gesunde Lebenseinstellung junger Menschen berücksichtigen.

3

Wie wäre es, wenn ...

... Marken Parties oder Konzerte veranstalten würden, an denen das Nachtleben mit all seinen Aspekten, aber explizit ohne Drogen und Alkohol auf eine gesunde Art und Weise zelebriert wird?

Für den Zeitgeist-Spotter 2018 führten TBWA\ und ihr Partner Marketagent eine gemeinsame Online-Umfrage durch, bei der 508 Personen aus der Deutsch-Schweiz zu ihrer Kenntnis und Einstellung bezüglich gesellschaftlichen Entwicklungen befragt wurden. Bitte kontaktieren Sie Marketagent für detailliertere Angaben zu Methodologie und Umsetzung der Umfrage.