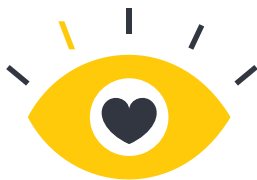


MOOD GEISTING



TBWA 2018
Zeitgeist-Spotter

Es gibt eine wachsende Vielfalt an Methoden und Instrumentarien, mit denen wir Gemütszustände beeinflussen können.

Von Playlists mit beruhigender oder aufputschender Wirkung über Geräusche, Bilder oder Videos, die entspannen oder zufrieden machen – immer mehr Privatpersonen und Unternehmen nutzen die neuen Möglichkeiten digitaler Medien, um gezielt Stimmungen zu erzeugen.



Vertrautheit
mit der Entwicklung

31.5% der Teilnehmer unserer Umfrage stimmten zu, dass sie mit dieser Entwicklung vertraut sind.



Einfluss
auf den Alltag

18.3% der Teilnehmer unserer Umfrage stimmten zu, dass sie diese Entwicklung im Alltag beeinflusst.

ASMR

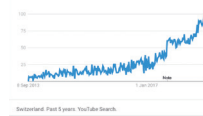
Autonomous Sensory Meridian Response bezeichnet die Erfahrung eines statisch-ähnlichen oder kribbelnden Gefühls auf der Haut. Dieses Gefühl wird häufig durch akustische und visuelle Sinnesreize ausgelöst.

ASMR spielt sich vor allem auf YouTube ab, wo oftmals selbstgefilmte Videos von meist jungen Frauen zu sehen sind, die ein übergrosses Mikrophon mit Pinseln bestreichen, sanft hinein flüstern und pusten, oder einfach nur atmen. All dies, um Geräusche zu erzeugen, die den Zuseher beruhigen oder anregen sollen.



11.7% der Teilnehmer unserer Umfrage gaben an, «stimmungs-beeinflussende» Medien (wie z.B. ASMR-Videos) **häufig zu nutzen**.

Dieser Anteil liegt bei 24.4% unter den 14–19 Jährigen.



In der Schweiz ist die Anzahl der Suchanfragen nach ASMR-Videos auf YouTube in den letzten Jahren stark gestiegen.

Quelle: Google Trends, 4 September 2018.

Influencer und Geschäftsmodelle

Gina Carla ist eine YouTuberin aus Bäretswil und wahrscheinlich die berühmteste ASMRlerin aus der Schweiz. Ihr YouTube-Channel hat über 200'000 Subscriber und Videos mit bis zu 2.9 Millionen Views.

Storror's ASMR ist ein Unternehmen von Pascal Storror, einem Multitalent, der ein Spa in Basel betreibt, und spezifische ASMR-Wünsche seiner Kunden und YouTube-Subscriber erfüllt.



30.1%

der Teilnehmer unserer Umfrage **glauben** daran, dass sich ihre **Stimmung** durch «stimmungsbeeinflussende Medien» (wie z.B. ASMR) **gezielt beeinflussen lässt**.



Storror's ASMR
Lifestyle

Oddly Satisfying

Eine weitere Manifestation des Mood Geisting-Trends sind sogenannte «Oddly Satisfying» Videos und GIFs, die immer häufiger auf YouTube und in Newsfeeds von Facebook auftauchen. Auf YouTube gibt es eine Vielzahl von Channels, die sich ausschliesslich diesem Thema widmen und täglich frischen Content bieten.



Privatsache

66.7%

der Teilnehmer unserer Umfrage gaben an, **nicht damit einverstanden** zu sein, dass Unternehmen neue Verfahren (z.B. **Mimik-Erkennung über eine digitale Kamera**) nutzen, um ihre Stimmung zu identifizieren.

Dieser Anteil liegt bei 40% unter den 14–19 Jährigen.

Unser Fazit

Einschätzung der Teilnehmer unserer Umfrage:

In den nächsten 5 Jahren wird diese Entwicklung...



1

Mood Geisting ist ein Trend, der sich auf digitalen Kanälen abspielt und daher vor allem eine jüngere Zielgruppe anspricht. Auch wenn insbesondere ASMR heute ein Nischenphänomen ist, wird Mood Geisting in der Zukunft – auch bedingt durch technologische Innovationen – neue Ausprägungen annehmen und sich noch weiter entwickeln.

2

Besonders für Unternehmen, die Verbraucher auf einer sensorischen Ebene ansprechen möchten, bietet Mood Geisting Inspiration für neue Kommunikationsformen, die das Erlebnis ihrer Produkte und Services anreichern können.

3

Was wäre, wenn ...

... Marken die akustischen und visuellen Sinnenreize, die zu ASMR führen können, in ihr Storytelling im Bewegtbild einbinden würden?

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.