

Pressemitteilung

Parfüm und Kosmetik:

Was jungen Generationen bei der Kaufentscheidung wichtig ist

Hof / New Jersey (USA) - Welche Rolle spielen Nachhaltigkeit und andere Faktoren für die Konsumpräferenzen und Konsumverhalten der jungen Generationen Z und Alpha. Gibt es dabei Unterschiede zwischen dem US-amerikanischen und dem europäischen Markt und welche Auswirkungen ergeben sich daraus für Unternehmen im Business-to-Business-Sektor innerhalb der Parfüm- und Kosmetikindustrie? Diese und weitere Fragen standen im Mittelpunkt eines Kooperationsprojektes der Hochschule Hof mit der Partnerhochschule Kean University im US-Bundesstaat New Jersey sowie der HEINZ-GLAS Gruppe.

28 Studierende aus beiden Hochschulen analysierten in gemischten Teams die Entwicklung des Verbraucherverhaltens junger Generationen und ihr wachsendes Bewusstsein für Nachhaltigkeit. Neben umfangreichen Literaturrecherchen führten sie dabei auch großangelegte Befragungen mit Zielgruppenvertretern in den relevanten Märkten durch. „Diese Art der Projektarbeit ist mehr als nur eine akademische Übung für unsere Studierenden, denn sie bildet eine Brücke zur realen Welt und bereitet unsere Studierenden sowohl persönlich als auch fachlich und methodisch perfekt auf ihre berufliche Karriere vor“, erläutert Projektleiterin Tina Wiegand von der Fakultät Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Hof.

Teambuilding und inhaltliche Arbeit

Während der ersten Projektwoche in den USA im April dieses Jahres erhielten die Studierenden Einblicke in die über 400-jährige Geschichte bei HEINZ-Glas und in deren globalen Märkte. Neben der inhaltlichen Arbeit am Projektauftrag war die Woche geprägt von Projektstrukturierung, Teambuildingmaßnahmen und Feedbackschleifen. Natürlich durfte dabei auch der Spaß nicht zu kurz kommen und so blieb auch ausreichend Zeit für gemeinsame Erlebnisse und Erkundungen in der benachbarten Mega-City New York. Nach einer 4-wöchigen Online-Phase, in welcher die Studierenden selbst organisiert weiter arbeiteten, stand schließlich Ende Mai die zweite Projektwoche zur Finalisierung und Aufbereitung der Ergebnisse in Hof an.

Projektergebnisse

Die Hauptfaktoren, die das Konsumverhalten der Generation Alpha und Z im Allgemeinen beeinflussen, sind Digitalisierung, Personalisierung, Nachhaltigkeit und das soziale Umfeld. Beide Generationen sind digitale Natives und ihre Bewusstheit

für technologische Entwicklungen weckt das Interesse an Produkten mit integrierten technologischen Lösungen. Die Unterschiede zwischen US-amerikanischem und europäischen Märkten sind dabei marginal.

Interessanterweise spielt Nachhaltigkeit beim Kauf von Parfüm und Kosmetik bei der jungen Generation, anders als bei anderen Produktgruppen, bisher eine untergeordnete Rolle als Kaufkriterium. Die Kaufentscheidung wird hauptsächlich durch den Duft des Parfüms beeinflusst. Auch Soziale Medien spielen eine entscheidende Rolle, insbesondere Influencer und deren Produktempfehlungen beeinflussen den Konsum. Umso entscheidender wird es für Zulieferer die Kanäle, Trends und individuellen Bedürfnisse der Konsumenten permanent zu analysieren, um potenzielle neue Kunden (Marken) und innovative Lösungsansätze zu identifizieren. Zum anderen empfiehlt es sich auch für Unternehmen im B2B Sektor, Social Media Kanäle effektiv zu nutzen, um über die eigene Expertise, innovative Produkte oder Hintergründe zu informieren oder durch authentische Einblicke hinter die Kulissen Aufmerksamkeit und Bewusstsein bei Endkonsumenten zu schaffen.

Auch in Hof kamen neben der gemeinsamen Arbeit kulturelle und Freizeitaktivitäten nicht zu kurz: So besuchte die Gruppe z.B. Dresden und schloss einen Besuch in der Gläsernen Manufaktur des Volkswagen Konzerns an. Vor Ort in Hof wurden zudem ein Abend am malerischen Untreusee sowie eine Tour durch den Frankenwald organisiert.

Die abschließende Präsentation der Projektergebnisse fand dann vor Vertretern der Geschäftsleitung und Vertriebsverantwortlichen in der Heinz-Glas Zentrale in Kleintettau statt. Danach ging es nach Berlin, von wo aus die amerikanischen Gäste ihre Heimreise in die USA antraten. „Dem Projektteam ist es ein großes Anliegen, der Firma Heinz-Glas ein großes Dankeschön für die unschätzbare Unterstützung und Förderung des Projektes sowie die unkomplizierte und pragmatische Zusammenarbeit auszusprechen“, so Tina Wiegand abschließend.

Pressekontakt:

Rainer Krauß, Hochschulkommunikation / PR
Alfons-Goppel-Platz 1, 95028 Hof
Telefon: 09281/409-3006
E-Mail: pressestelle@hof-university.de

Über die Hochschule Hof:

Für die Hochschule Hof stehen ihre aktuell über 3800 Studierenden an erster Stelle. Alle Studienangebote werden kontinuierlich angepasst, um die Studierenden fit für die Welt von morgen zu machen. Praxisorientierung, Internationalisierung und intelligente Ressourcennutzung stehen im Fokus von Lehre und Forschung an der Hochschule Hof. Im Bereich Internationalisierung legt die Hochschule einen Schwerpunkt auf Indien. Im Hinblick auf das Thema intelligente Ressourcennutzung stehen Wasser- und Energieeffizienz im Vordergrund. Das

breitgefächerte und interdisziplinäre Studienangebot reicht von Wirtschaft über Interdisziplinäre und innovative Wissenschaften bis hin zu Informatik und Ingenieurwissenschaften.

Der Campus Münchberg bietet durch eng mit der Wirtschaft verzahnte Textil- und Designstudiengänge eine in Deutschland einmalige Ausbildung. Am Lucas-Cranach-Campus in Kronach entsteht ein innovativer Studienort, an dem man sich mit globalen und regionalen Zukunftsthemen beschäftigt – hier geht es um Schwerpunkte wie Innovative Gesundheitsversorgung. Am Lernort Selb wird den Studierenden der Studiengang Design & Mobilität angeboten. Studierende mit Berufserfahrung finden an der Studienfakultät für Weiterbildung ebenso den passenden Studiengang an der Hochschule Hof. Die berufsbegleitenden Angebote, die mehrheitlich in Blended Learning Einheiten stattfinden, reichen vom Einzelmodul über Zertifikatslehrgänge bis zum Bachelor- und Masterstudiengang. Ein neues Kompetenzzentrum Digitale Verwaltung soll insbesondere deutsche Behörden und Institutionen auf dem Weg hin zu bürgerfreundlichen und effektiven Services begleiten und unterstützen. Studierende mit StartUp- oder Gründungsinteresse werden durch das Digitale Gründerzentrum Einstein1 am Campus der Hochschule beraten und gefördert.

Die angewandte Forschung an der Hochschule Hof sichert die Aktualität des Wissens für die Lehre und entwickelt nützliche Lösungen, die in der Wirtschaft zum Einsatz kommen. Durch die Einrichtung von Kompetenzzentren und Instituten an der Hochschule profitieren auch die hochfränkischen Unternehmen. Die Schwerpunkte der sechs Forschungsinstitute liegen auf den Bereichen Biopolymerforschung, Informationssysteme, Materialwissenschaften, Wasserstoff- und Energietechnik, nachhaltige Wassersysteme sowie Wirtschafts- und Organisationsforschung. Zudem ist das Fraunhofer-Anwendungszentrum Textile Faserkeramiken TFK am Campus Münchberg angesiedelt und entwickelt u.a. neue Anwendungen für die Luft- und Raumfahrt sowie für die Automobilindustrie. Das an die Hochschule Hof angegliederte Bayerisch-Indische Zentrum für Wirtschaft und Hochschulen **BayIND** koordiniert und fördert darüber hinaus die Zusammenarbeit zwischen Bayern und Indien.

Die moderne Hochschule Hof ist nicht nur architektonisch offen gestaltet, sie bietet auch ein freundliches und familiäres Umfeld. Die Studierenden wissen dies zu schätzen und wählten die Hochschule im Jahr 2023 und 2024 zur „Beliebtesten Hochschule Deutschlands“ (lt. Studienportal studycheck.de).