



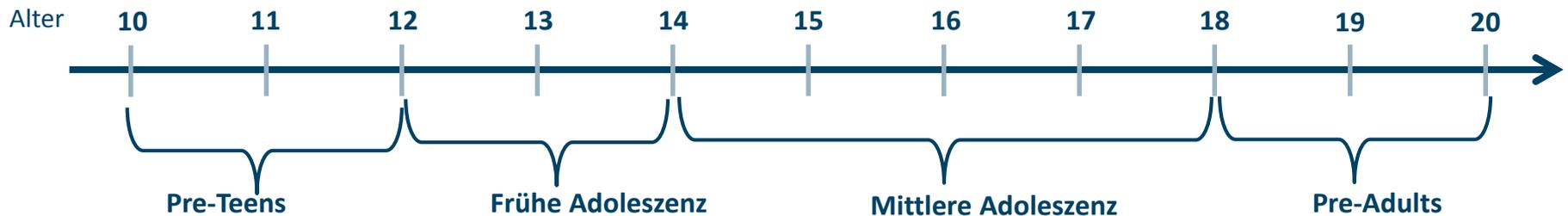
GIM. GAIN INSIGHTS THAT MATTER

GIM YOUTH



GIM | GESELLSCHAFT FÜR
INNOVATIVE MARKTFORSCHUNG

Entwicklung im Alter zwischen 10 und 20 Jahren



- Abgrenzung von allem Kindlichen → „uncool“
- Hinwendung zu Jugendthemen
- Noch keine echte Jugendlichkeit
- Auftreten erster sekundärer Geschlechtsmerkmale



- Adaption jugendlichen Verhaltens
- Intensive Pubertätsphase
- Normsetzung durch Peer group → Konformitätsdruck
- Freundschaften sind wichtig, aber haben noch keine besondere Tiefe
- Prozess der Geschlechtsreife



- Ausleben von Jugendlichkeit
- Austesten von Rollen
- Parzellierung von Lebenswelten
- Sehr hohe emotionale Bedeutung von Freundschaften (für Mädchen noch wichtiger als für Jungen)
- Sexuelle Reifung und Entwicklung sexueller Beziehungen



- Hinwendung zur Erwachsenen-Welt
- Schrittweise Abschied von der Jugend
- Übergang zur Reife als Ende des Entwicklungsprozesses

GIM Youth | Kurzbeschreibung



- **Bestehen des Forschungsschwerpunktes „Kids“ seit dem Jahr 2000.**
- **Studien mit Pre-Teens, Teenagern und Pre-Adults im Alter zwischen ca. 13 bis 20 Jahren.**
- **Durchführung von Studien unterschiedlichster Art, z.B.**
 - Grundlagenstudien
 - Konzept- / Produkt- / Packungs- / Kommunikationsüberprüfungen
 - Innovationsprozesse
 - Online-Usability-Lab
 - Desktop-Researches
- **Darüber hinaus Organisation und Durchführung von**
 - Cross-Target-Explorationen (Mutter-Kind)Experten-Workshops
 - Ideation-Workshops mit interdisziplinären Kundenteams
- **Erfahrungen in den unterschiedlichsten Branchen, z.B.**
 - Food & Beverages
 - Kosmetik / Körperpflege
 - Medien
 - Health
- **Leitung durch eine Pädagogin und Einsatz speziell geschulter Moderatoren und Interviewer**

GIM Youth | Kompetenzbereiche und Kunden



Körperpflege &
Kosmetik



Food & Beverages



Medien



Health



Services



Mode &
Bekleidung



GIM Youth | Methoden-Überblick



Basics



- In-Depth-Interviews
- 2on1's / 3on1's
- Friendship-Interviews
- Gruppendiskussionen
- (Lead-User-) Workshops



Ethno



- In-home-Explorationen
- Inhome-Produkttests
- Agenten / Scouts
- On-the-Spot-Explorationen



POS



- Accompanied Shopping Trips
- ‚Store-Agents‘
- Trend-Scouts



Online



- Online-Diaries / -Aufgaben / -Chats / -Pinboards
- Online-Panel
- Online-Usability-Labs
- App-basierter Research



Creative



- Diaries / Journale
- Collagen
- Kreativ-Workshops
- Rollenspiele
- Diverse Kreativmethoden



Innovate



- Co-Creation

Tanja Herbst

GIM | Gesellschaft für innovative Marktforschung

Goldschmidtstraße 4–6

69115 Heidelberg

Telefon +49 6221 8328-0

t.herbst@g-i-m.com

**Vielen
Dank.**



**GIM | GESELLSCHAFT FÜR
INNOVATIVE MARKTFORSCHUNG**