

## **„Konsumenten im Wandel: Analyse von neuen Werten und Prioritäten im Konsumverhalten“**

Der Wandel von Wertevorstellungen bei Konsumierenden spielt für Unternehmen eine entscheidende Rolle. Die Art und Weise, wie Unternehmen auf die sich ändernden Werte und Erwartungen von Verbraucher\*innen reagieren, kann erheblichen Einfluss auf Kaufentscheidungen und Kundenbindung haben. Diese Masterarbeit zielt darauf ab, Veränderungen und Trends von Werten zu beleuchten, die für heutige Konsument\*innen von Bedeutung sind, und zu analysieren, wie sich die Einstellungen und Prioritäten der Verbraucher in den letzten Jahren gewandelt haben. Die Arbeit kann sich beispielsweise mit den Auswirkungen der digitalen Transformation und globaler Ereignisse wie der COVID-19-Pandemie befassen, die Verbraucher\*innen dazu gebracht haben, ihre Prioritäten und Vorstellungen von Verantwortung und Beziehungen neu zu bewerten. Es könnte ein besonderer Fokus auf die zunehmende Bedeutung sozialer und umweltbezogener Werte gelegt werden, wie Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit oder ethisches Konsumverhalten. Eine Auseinandersetzung mit derartigen Veränderungen kann tiefgreifende Implikationen für Unternehmen und ihre Strategien haben und durch ein besseres Verständnis der neuen Konsumwerte Unternehmen ermöglicht, ihre Produkte und Dienstleistungen gezielt auf die Bedürfnisse und Erwartungen moderner Verbraucher\*innen auszurichten. Es ist sowohl eine literaturbasierte als auch eine empirische Herangehensweise möglich. Bei Wahl einer empirischen Arbeit können beispielsweise Online-Beobachtungen, Inhaltsanalysen von Unternehmenskommunikation oder Befragungen von Konsumenten durchgeführt werden, um die Zusammenhänge zwischen den veränderten Werten und dem Konsumverhalten zu untersuchen. Das Hauptziel dieser Masterarbeit besteht darin, ein tieferes Verständnis für die Veränderung von relevanten Konsumwerten zu entwickeln und herauszufinden, wie Unternehmen diese Erkenntnisse nutzen können, um den Erwartungen der modernen Verbraucher gerecht zu werden und wettbewerbsfähig zu bleiben.