

Zurück zur Ursprungsseite**NEWS****Internationale Marken testen auf Malta**

24. August 2007

Der aktuelle Hot Spot zum Test neuer Markenartikel liegt im Mittelmeer: Internationale Brands machen Malta zum Epizentrum ihrer Markt- und Produkteinführungsforschung. Jährlich über 250.000 Sprachstudenten und junge Touristen besuchen Malta - nirgendwo sonst treffen sich mehr so genannte "Young Urban Early Adopters" auf engstem Raum (40 Englisch-Sprachschulen innerhalb von 2 Quadratkilometern!).

gps-research nutzt Malta als Testmarkt für internationale Markenartikel.

Für die qualitative Marktforschung bietet das EU-Mitglied Malta einzigartig gute Bedingungen: Deutsche, Österreicher, Italiener, Franzosen, Spanier, Skandinavier, Türken, Russen, Polen, Tschechen, Slowaken, Ungarn Japaner, Chinesen oder Koreaner - auf der kleinen Mittelmeer-Insel treffen sich junge, gut ausgebildete, kommunikative, weltoffene und kaufkräftige Konsumenten aus West-Europa, Ost-Europa und Asien.

"Mit den Untersuchungen", so gps research-Geschäftsführer Andreas Luppold, "erheben wir keinen Anspruch auf Repräsentativität. Wir sind uns bewusst, dass die Sprachstudenten nicht dem allgemeinen Konsumenten-Durchschnitt entsprechen. Aber genau deshalb stehe diese Zielgruppe auch im Fokus der international agierenden Markenartikelindustrie: Hohes Bildungsniveau und überdurchschnittliches Durchschnittseinkommen machen die Sprachstudenten interessant. Innovationen werden früher erkannt und angenommen. Deshalb sprechen wir von Young Urban Early Adopters."

Quelle: gps-research; www.gps-research.com

[Letzte Meldung](#) | [Zur Trefferliste](#) | [Nächste Meldung](#)

Zurück zur Ursprungsseite

Copyright: **B2B Online GmbH; Impressum**
Anregungen & Kommentare an info@planung-analyse.de
Credits: **Kiefer Cross Media AG**

Für den Inhalt von Angeboten, zu denen eine Verbindung per Link möglich ist, und die nicht vom Deutschen Fachverlag stammen, wird keine Verantwortlichkeit und Haftung übernommen.