



**Peter Wippermann, Jens Krüger (Hrsg.)**

## **Werte-Index 2018**

Deutscher Fachverlag GmbH  
152 Seiten, Softcover,  
ISBN 978-3-86641-323-8  
42 EUR (D) | 43,20 EUR (A)

Seit 2009 ist der Werte-Index ein Kompass für Bedeutung und Relevanz von Werten der deutschen Web-User. Bereits zum fünften Mal zeigt die vorliegende Ausgabe, in welchem Zusammenhang und in welcher Bedeutung gesellschaftliche Werte wahrgenommen werden.

Der Werte-Index 2018 analysiert, wie häufig und in welchen Zusammenhängen zehn grundlegende Werte in den deutschsprachigen Social Media- Netzwerken diskutiert werden. Im Vergleich mit den Ergebnissen der vorangegangenen Ausgaben kann der Wertewandel identifiziert und nachverfolgt werden. Erstmals fließt Instagram als Social-Media-Quelle und damit Bildmaterial in die Analyse ein. Darüber hinaus werden die Beiträge von Influencern gesondert analysiert, so dass ein vielschichtiges Bild der Wertewahrnehmung entsteht. Die ersten drei Plätze werden von den Werten Natur, Gesundheit und Familie belegt. Ergänzt werden die empirischen Ergebnisse um die Perspektive der Trendforschung sowie um Interviews mit Experten und Unternehmern, die sich den Implikationen des Wertewandels bereits in der Praxis stellen.

Der Herausgeber Prof. Peter Wippermann, Trendforscher, Berater und Gründer des Trendbüros in Hamburg, ist Autor zahlreicher Bücher und Studien. Das Trendbüro hilft Unternehmen, Trends in Gesellschaft und Konsum zu analysieren, um Marktchancen zu erkennen und diese in Marketingstrategien zu übersetzen.

Der Herausgeber Jens Krüger ist Geschäftsführer bei Kantar TNS. Er verantwortet in dieser Funktion den Sektor Consumer & Industry. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Consumer Insights, Kommunikation und Werbung. Krüger ist darüber hinaus u.a. Mitglied beim Nestlé Zukunftsforum und beim Markenverband.

Deutscher Fachverlag GmbH  
Fachbuch  
Mainzer Landstraße 251  
60326 Frankfurt am Main

Telefon +49 69 7595-1972

buchverlag@dfv-fachbuch.de  
www.dfv-fachbuch.de