

Honor und PSB bringen neuen Umfragebericht zu europäischen Millennials heraus

Ergebnisse zeigen Mut, Optimismus und protechnologische Aufgeschlossenheit als die Kernwerte, die von Europas junger Generation verfochten werden

Shenzhen, China (ots/PRNewswire) - Honor, eine auf Digital Natives zugeschnittene führende Smartphonemarke, veröffentlicht heute die Ergebnisse einer Befragung von europäischen Millennials, die aufzeigt, dass Risikobereitschaft und Familienorientiertheit zu den inhärenten Eigenschaften dieser Generation zählen, und dass Technologie als Wegbereiter wahrgenommen wird, der den Menschen hilft, Ziele im Leben zu erreichen und weitere Möglichkeiten für die Gesellschaft zu eröffnen. Die Umfrage zeigt zudem, dass der Optimismus bei den jungen Leuten in Europa trotz der Herausforderungen, denen sich die Region derzeit ausgesetzt sieht, immer noch allgegenwärtig ist.

Foto - <http://photos.prnewswire.com/prnh/20160817/399240-INFO>

Die Studie wurde von Honor in Verbindung mit Penn Schoen Berland (PSB), einem global tätigen Unternehmen für Marktforschung und Meinungsumfragen, im Juli und August 2016 mit dem Ziel durchgeführt, ein Verständnis für die Werte, Herausforderungen und Hoffnungen zu gewinnen, die die treibende Kraft in dieser wichtigen demografischen Gruppe sind, die die Zukunft der Welt prägen wird. Mehr als 1.500 Millennials im Vereinigten Königreich, Frankreich und Deutschland im Alter zwischen 18 und 34 nahmen an der marktübergreifenden Umfragestudie teil.

"Die Erhebung zeigt, dass die Mitglieder der jungen Generation in Europa wirklich offen für Unerschrockenheit und Wagemut sind und bereit, mutige Entscheidungen im Leben zu treffen, um die Ziele zu erreichen, die ihnen wichtig sind. Sie vertreten die gleiche furchtlose und "es ist machbar"-Haltung gegenüber Herausforderungen, für die sich Honor besonders stark macht", erklärte George Zhao, Präsident von Honor. "Honor steht 'For the Brave (Für die Mutigen)'. Wir wollen mit den von uns angebotenen hochmodernen Smartphones, einschließlich derer, die wir in der kommenden Woche auf dem europäischen Markt vorstellen, die Digital Natives befähigen, große Dinge im Leben zu erreichen, und Honor wird mit ihnen wachsen".

Die Studie zeigt, dass 9 von 10 der Befragten Risikobereitschaft als wesentliche Voraussetzung für die Erreichung ihrer Ziele im Leben einstufen. "Den richtigen Partner fürs Leben zu finden" rangiert als Spitzenreiter in der Liste der Ziele und lässt darauf schließen, dass Millennials weitgehend familienzentriert sind. 60% der Befragten glauben, dass ihre Generation mehr Risiken im Vergleich zu früheren Generationen eingeht, und mehr ein Drittel sagen, dass sie in ihrem sozialen Leben oder in Bildung und Karriere ein Risiko in Kauf genommen haben. Das Eingehen von Risiken ist zudem stark mit dem Begriff der Tapferkeit assoziiert. Dinge wie die Gründung eines neuen Unternehmens, sich für Kinder zu entscheiden und die Welt zu bereisen werden von europäischen Millennials allgemein als mutige Verhaltensweisen eingestuft.

"Mentale Stärke und Mut ziehen sich als zentrale Themen durch alle Marketingkampagnen von Honor, und das kommt sehr gut bei den jungen Leuten an", sagte Steven Wang, Global Marketing Director von Honor.

In Bezug auf Technologie sagen 8 von 10 Befragten, dass sie sich durch die aktuelle Technologie gestärkt und befähigt fühlen. Für drei Viertel ist ein Smartphone von entscheidender Bedeutung für den Alltag, und die Mehrheit erwartet, in den nächsten fünf Jahren den Haushalt über Telefon oder Computer zu erledigen.

"Millennials sind eine zukunftsorientierte Generation, die sich hohe Ziele steckt und durch schwierige Zeiten nicht abschrecken lässt. Die Technologie hilft ihnen, diese Ziele zu erreichen - sie ist nicht nur ein Werkzeug, auf das sie sich jeden Tag verlassen, sie ermöglicht ihnen, das Leben zu leben, das sie leben wollen, sich in der Art und Weise zu engagieren, die sie sich vorstellen, und letztendlich die kühnen Sprünge zu wagen, die sie ihrem Verständnis nach tun müssen", erklärte Lauren Vincelli, Vice President des Research-Unternehmens PSB.

Obwohl die Region von Ungewissheit und schwierigen Fragen überschattet ist, bleiben die europäischen Millennials den Studienergebnissen nach optimistisch. Ihr Vertrauen in ihre persönliche Zukunft ist groß. 7 von 10 Befragten glauben, dass sie die Möglichkeiten haben, ihre Träume zu verwirklichen, und die große Mehrheit ist der Auffassung, dass ihre eigene Generation am besten dafür ausgerüstet ist, ihren Ländern bei der Bewältigung der größten Probleme zu helfen.

Die Studie untersucht auch die Erwartungen, die europäische Millennials im Hinblick auf Marken haben. Die Ergebnisse zeigen, dass die jungen Leute besonders auf qualitativ hochwertige Produkte ansprechen, die neue Trends, Innovation und interaktives Engagement eröffnen, das ihre Werte widerspiegelt.

Den Datenbestand der Umfrage können Sie unter folgendem Link einsehen:
<http://photos.prnasia.com/prnk/20160818/8521605239-b>

Informationen zu Honor

Honor ist eine zur Huawei Group gehörende führende E-Marke für Smartphones. Ganz im Sinne ihres Leitspruchs "For the Brave" zielt die Marke darauf ab, den Bedürfnissen der Digital Natives durch für das Internet optimierte Produkte gerecht zu werden, die ein überragendes Benutzererlebnis bieten, zum Handeln inspirieren, die Kreativität fördern und junge Menschen zur Verwirklichung ihrer Träume anspornen. Honor stellt seinen eigenen Mut unter Beweis, die Dinge anders anzupacken, um den Kunden die

neuesten Technologien und Innovationen zugänglich zu machen.

Für Presseanfragen wenden Sie sich bitte an:

Reed Li
Burson-Marsteller Hongkong
reed.li@bm.com
+852-2963-6719

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100058465/100791731> abgerufen werden.