

# PEER- MASTERMINDS

Gut zu sein reicht nicht mehr aus. Es gilt besser zu sein. Das Internet fördert das Streben nach Selbstoptimierung und eröffnet immer neue Wege, um mit Menschen in Kontakt zu kommen, die über Wissen, Fähigkeiten und Erfahrungen verfügen, die man sucht. Marken nutzen den Trend, indem sie ihre Kunden mit Experten und Peers zusammenbringen, die bereit sind andere anzuleiten.

PudelsKern.

## WAS DEN TREND ANTREIBT

- Ob Gesundheit, Ernährung, Schönheit, Familie, Freizeit, Karriere oder Shopping – es gibt kaum einen Lebens- und Konsumbereich, der nicht von Drang nach Optimierung infiltriert wurde.
- Der Markt für Selbstverbesserung umfasste in den USA in 2018 rund 11,0 Mrd. US-Dollar, im Vergleich zu 9,38 Mrd. US-Dollar in 2016. Er wuchs in den zwei Jahren um etwa 18%. Bis 2023 wird er voraussichtlich 13,9 Mrd. US-Dollar wert sein und damit durchschnittlich um 4,8% pro Jahr wachsen ([Marketdata LLC, 2019](#)).
- Angesichts der Flut von selbsternannten Optimierungs-Gurus, die mit „selbstgestrickten“ Coaching-Angeboten hausieren gehen, suchen die Verbraucher nach kompetenten Experten und Peers, denen sie vertrauen können.

## WARUM ER RELEVANT IST

- Beim Streben nach Verbesserung lassen sich die Menschen am liebsten von Erfahrungen und Empfehlungen von Peers leiten. P2P-Mentoring bietet Orientierung und vermittelt Vertrauen.
- Schon bald werden die Millennials die Babyboomer als Hauptzielgruppe für Selbstoptimierung ablösen. Dabei spielt das Internet eine größere Rolle. Aber noch gibt es kaum adäquate Mentoring-Angebote für sie ([Marketdata LLC, 2018](#)).
- P2P-Masterminding eröffnet Marken die Chance, ihre Kunden in ihrer Kaufentscheidung zu beeinflussen und an ihre Marken zu binden, indem sie sie von Peers beraten lassen oder von Experten, die sich wie Peers verhalten.