

TREFFPUNKT **ZIEL-** GRUPPE

Die Traditionalisten: Immer mit der Ruhe!

Ein Drittel der Generation 60plus gehört zu dieser Zielgruppe. Sie ist eher vorsichtig und prüft alles ganz genau. Bei Neuerungen heißt es erstmal abwarten! Das Thema **Gesundheit** steht jedoch hoch im Kurs. **Was gut ankommt: regionale Produkte, faire Preise und vertrauenswürdige Marken.** Ein Tipp: Gütesiegel, gute Beratung und Kundenrezensionen schaffen Vertrauen!

Die Abenteuerer: Ich will den Thrill!

Waghalsige Stunts und Snowboard-Jumps lassen das Herz des Adrenalin-Junkies höher schlagen. Er lebt für den Kick und liebt es an Grenzen zu gehen. Ob **Extremsport oder Abenteuer** – Hauptsache, es knallt! Mehr Power, mehr Spaß, mehr Erlebnis. **Der Genuss steht dabei im Vordergrund, gern auch mit einem Energy-Drink oder einem Drink in der Hand.** Doch Achtung: Einkaufsstätten-Treue? Fehlanzeige! **Rabatte und Deals sind sein Lockmittel.**



Die Hedonisten: Ich will Spaß!

Hedoné heißt auf Griechisch „Vergnügen“. Hedonisten? **Jung, wild, laut** – immer auf der Suche nach neuen Reizen. Ihr Antrieb? Spaß und noch mehr Spaß. Dopamin als Treibstoff, Neugier der Motor. Langweile? Fehlanzeige. Sie sind Trendsetter mit Faible für Extravaganz und Unikate. **Mode, Kosmetik, Spontankäufe? Her damit! Auch bei Lebensmitteln: exotisch und anders muss es sein.** Risiken? Kein Problem für die Optimisten.



Nur wer seine Zielgruppe kennt, kann sie erreichen. Gehen Sie auf Entdeckungsreise durch die Köpfe Ihrer Kunden und erkennen Sie deren wahren Wünsche.
– Dabei unterstützen wir Sie gerne!

Die Offenen: We enjoy!

Diese Zielgruppe liebt es, einzukaufen, gönnt sich gerne eine Pause bei einem Espresso und tankt dabei Lebensfreude. **Ob Events, Wellness oder Zeit mit der Familie** – alles wird in vollen Zügen genossen. Trotzdem schätzen die Offenen die **Sicherheit und Qualität.** **Verführen Sie sie zum Träumen mit fantasievollen Ideen und regionalen Produkten!**

Die Harmonisierer: Wenn das erste Auto einen Namen hat

In dieser Kategorie sind eher die Frauen zu Hause – geprägt von **Weichheit und Fürsorge.** Ihr erstes Auto bekommt oft einen Namen und dient als treuer Begleiter. Diese **harmonischen Charaktere** schätzen Dinge wie **Gartenarbeit, Familie, Haustiere und eine gesunde Ernährung.** Mit zunehmendem Alter wächst diese Zielgruppe weiter. **Werbung sollte das Gefühl von Geborgenheit und Gemeinschaft vermitteln.**

Die Performer: Echte Macher erkennt man am starken Design

Der Performer liebt **Erfolg und Eleganz.** Ärmel hoch, Krawatte locker – bereit für den Konkurrenzkampf! **Autos, Uhren und Design-Highlights** lassen sein Herz schneller schlagen. **Ein edler Tropfen? Perfekt,** um seine Kennerschaft zu zeigen. Neid? Das schönste Kompliment! Übrigens, ca. 11% der Bevölkerung zählen zu dieser Power-Zielgruppe.

