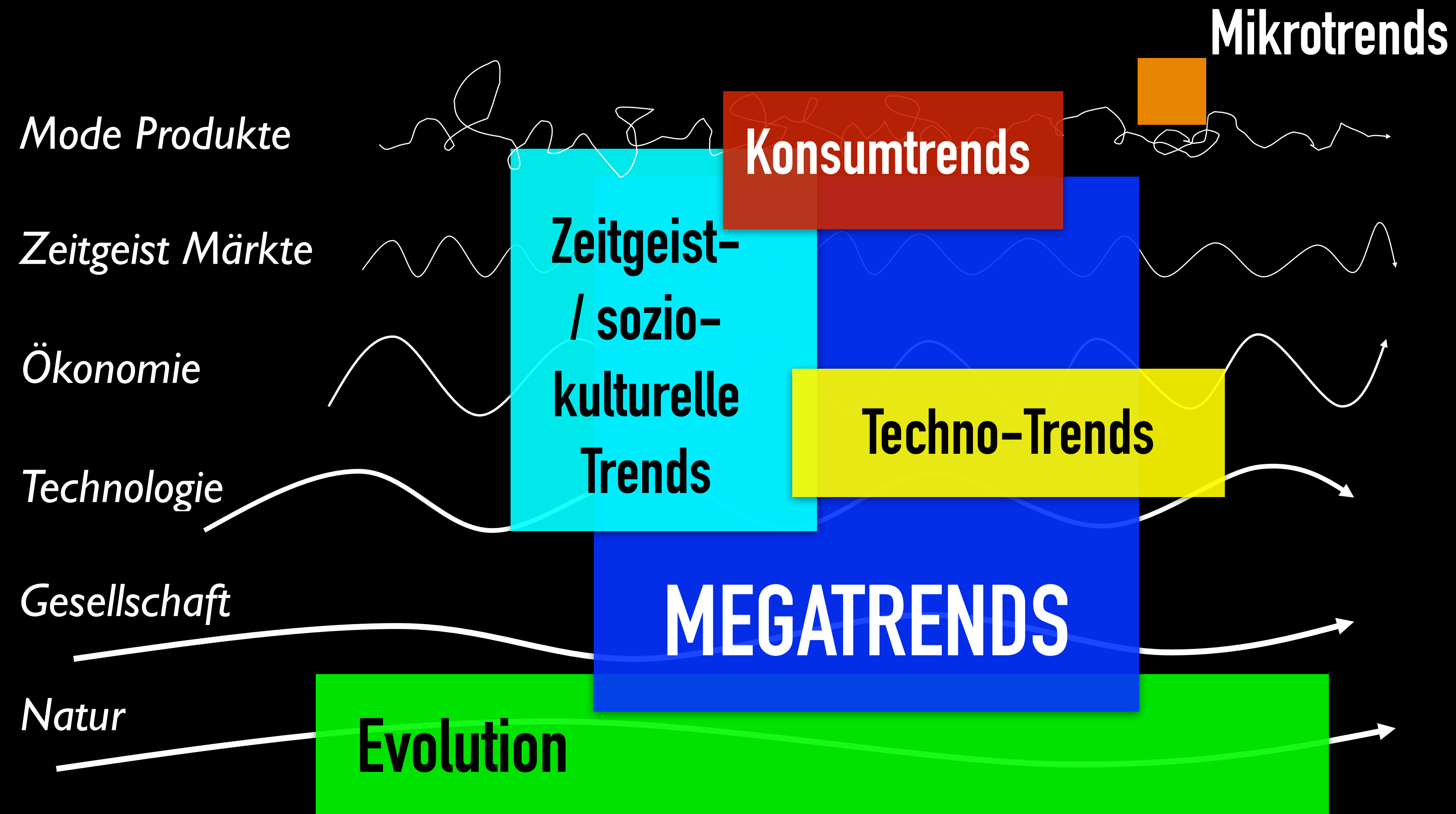


KUNDENBINDUNG IN ZEITEN STETIGER VERÄNDERUNG

Next Generation of Business

WELLEN DER VERÄNDERUNG



Lebensstile

Eine neue Sicht auf Kunden und Ihre Bedürfnisse



Biographien im Wandel



Industrielle Biographie

Kindheit

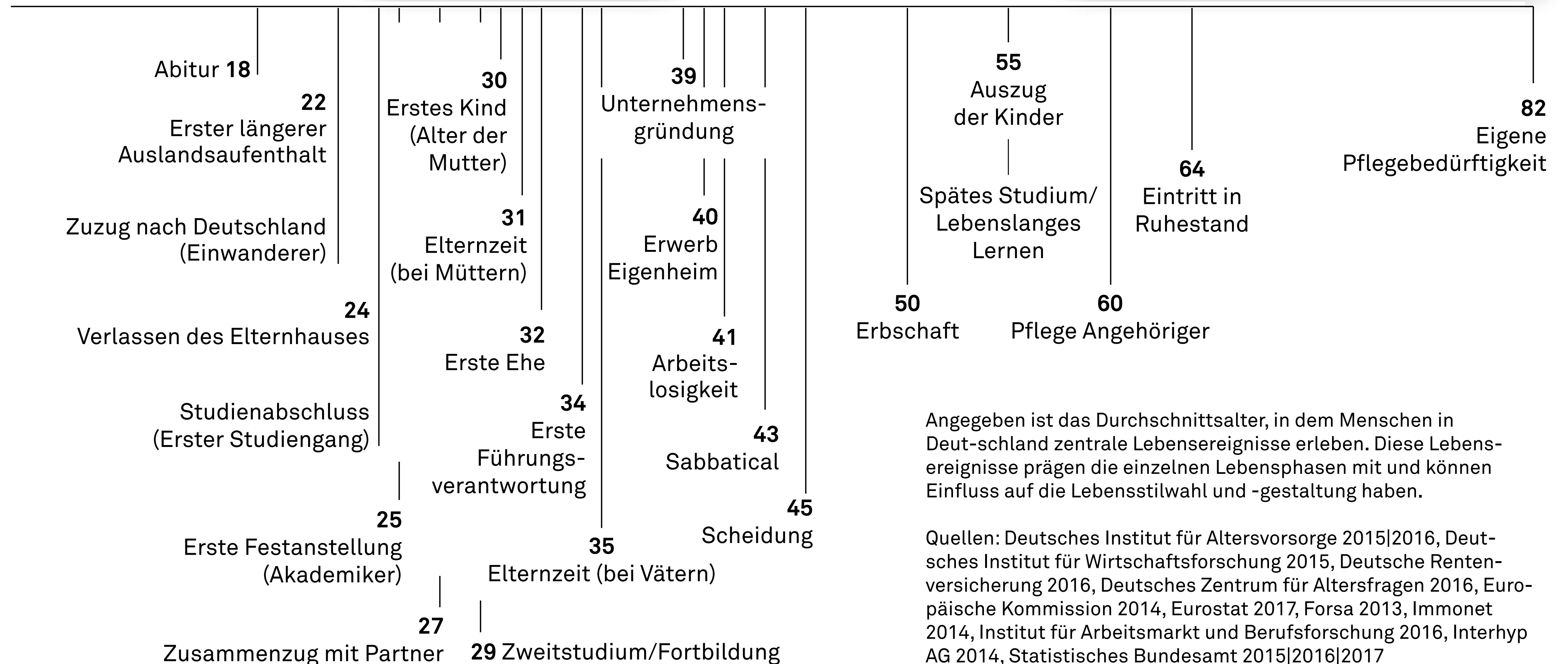
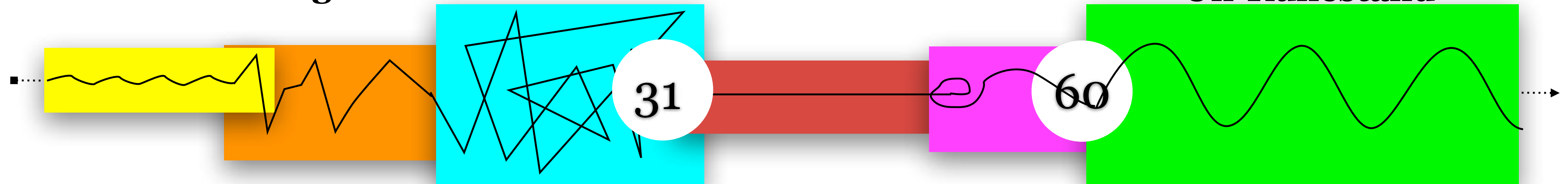
Post-Adoleszenz

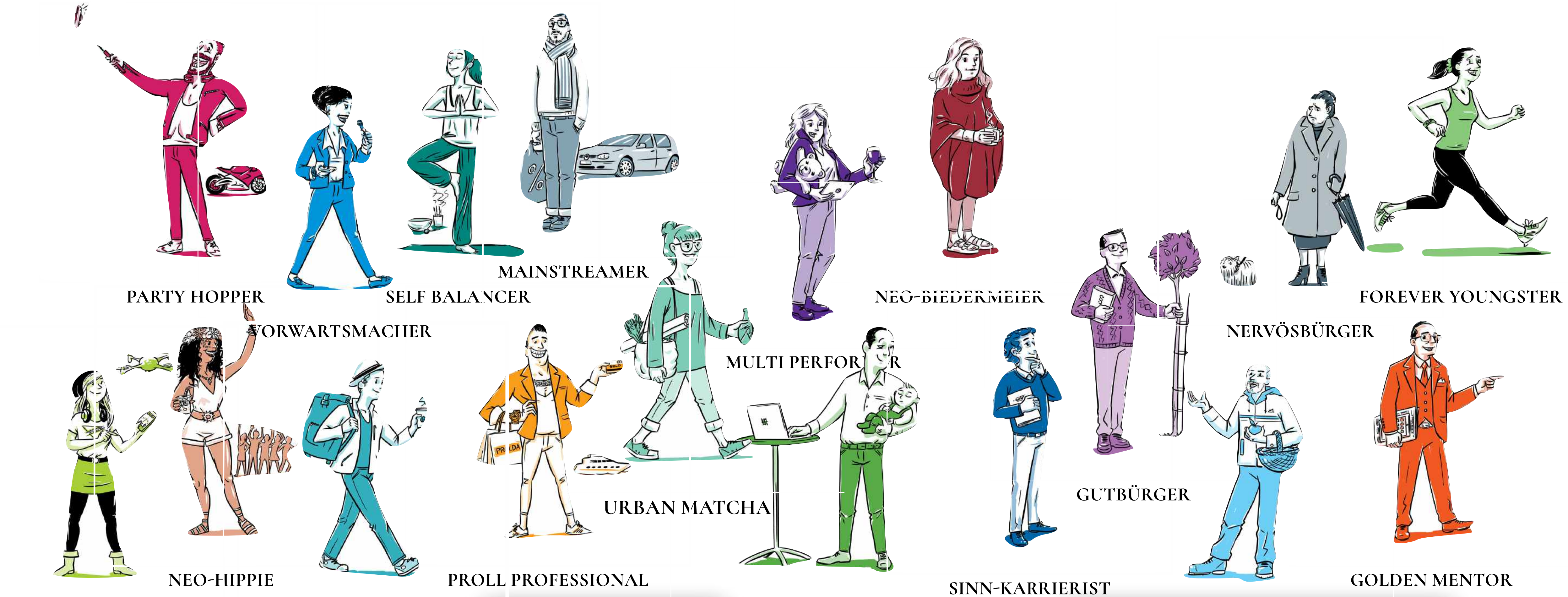
Zweiter Aufbruch

Jugend

RUSH HOUR

Un-Ruhestand





Kindheit

Jugend

Post-Adoleszenz

Zweiter Aufbruch

Un-Ruhestand

RUSH HOUR

31

60



SELF BALANCER



VORWÄRTSMACHER



URBAN MATCHA



NEO-BIEDERMEIER



MAINSTREAMER



FOREVER YOUNGSTER



NEO-HIPPIE



MODERNER NOMADE



FREE AGER



PARTY HOPPER



SINN-KARRIERIST



NERVÖSBÜRGER



DIGITAL CREATIVE



PROGRESSIVE PARENT



GOLDEN MENTOR



PROLL PROFESSIONAL

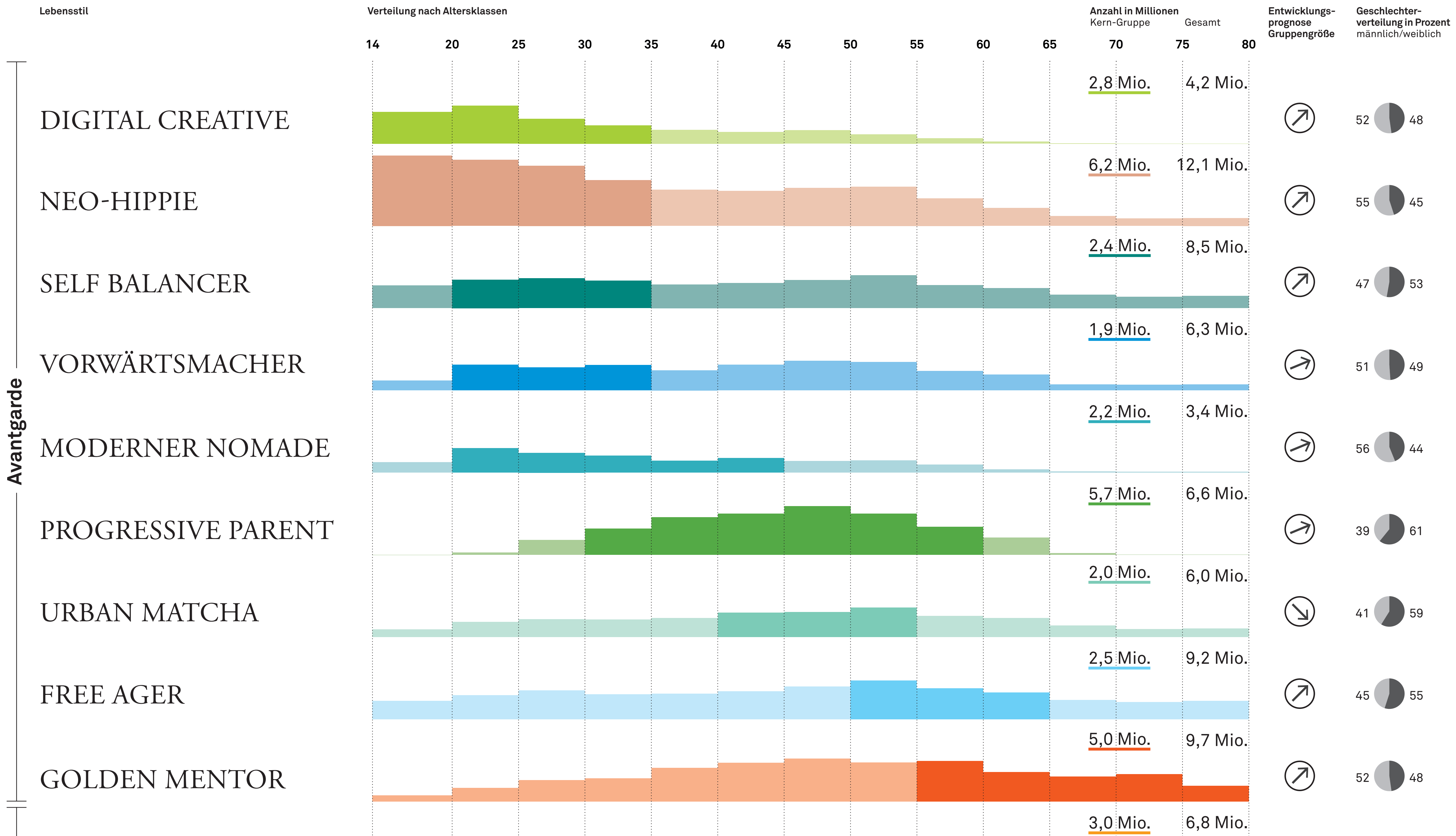


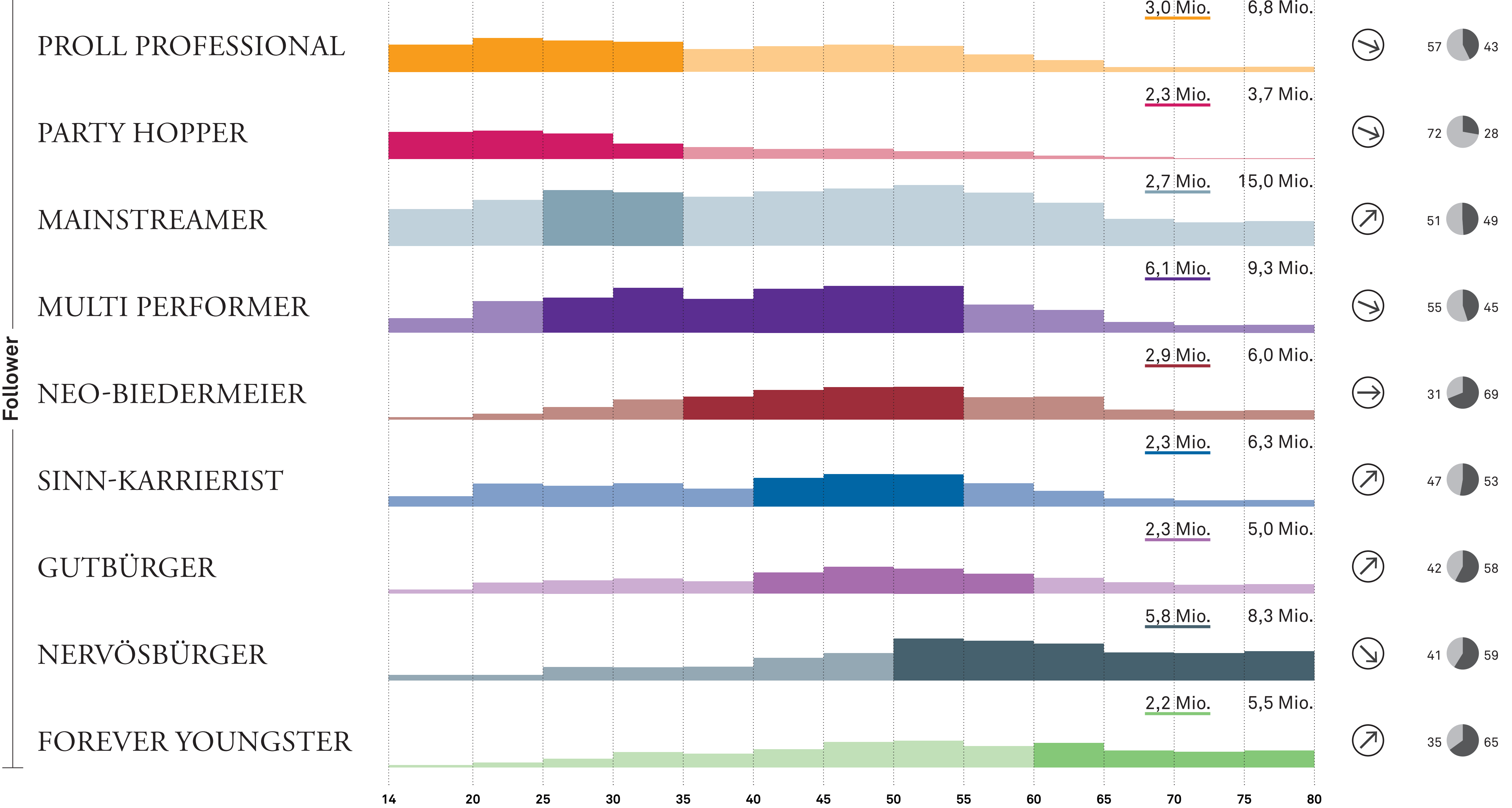
MULTI PERFORMER



GUTBÜRGER

Avantgarde Follower





Zur Festlegung der Kern-Gruppen:
Die Definition der Alterskerngruppe erfolgt über den Vergleich der relativen Verteilung der Gesamtbevölkerung mit der relativen Verteilung der Menschen eines Lebensstil jeweils über die Altersklassen hinweg. Sie richtet sich somit danach, wie sich die Altersverteilung in der Lebensstil-Gruppe von

der Altersverteilung in der Gesamtbevölkerung unterscheidet: Die Altersklassen, in denen die für den Lebensstil charakteristischen Einstellungen und Verhaltensweisen stärker vertreten sind als in der durchschnittlichen Bevölkerung, bilden die Kern-Gruppe eines Lebensstils.

PROLL PROFESSIONAL

Der Proll Professional ist Individualist und Einzelkämpfer. Diese Menschen wollen finanziell unabhängig sein und legen hohen Wert auf gesellschaftliches Ansehen. Leistung, Luxus und Lebenslust stehen für sie im Fokus.

Lebensmotto im Alltag

„Meine Regel Nummer eins: Wer gut aussieht, der kann alles im Leben erreichen.“

Grundüberzeugung

„Jeder kann sich anstrengen und dafür sorgen, dass er sich die schönen Dinge des Lebens leisten kann.“

Lebensziel

„Mein Lebensziel ist ganz klar: Erfolg haben, in Luxus leben und einfach Spaß haben. Hierfür setze ich mir ehrgeizige Ziele und arbeite hart.“



9,7% aller Deutschen (6,8 Mio.) Kern-Gruppe: 3 Mio. (14–34 Jahre alt) Ø 1.706 € Einkommen



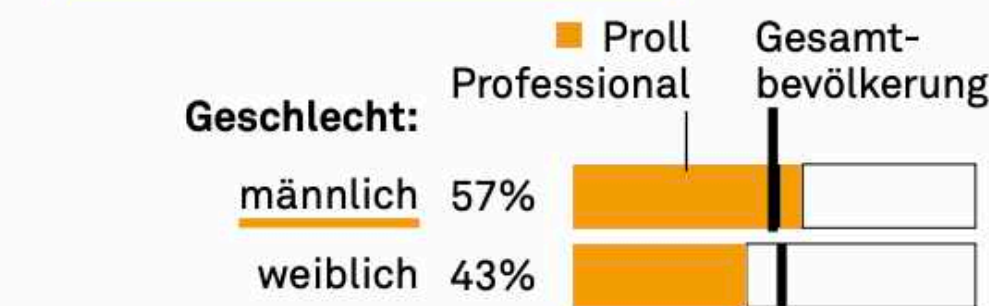
Entwicklungsprognose
der Gruppengröße

Grundbedürfnisse des Proll Professionals

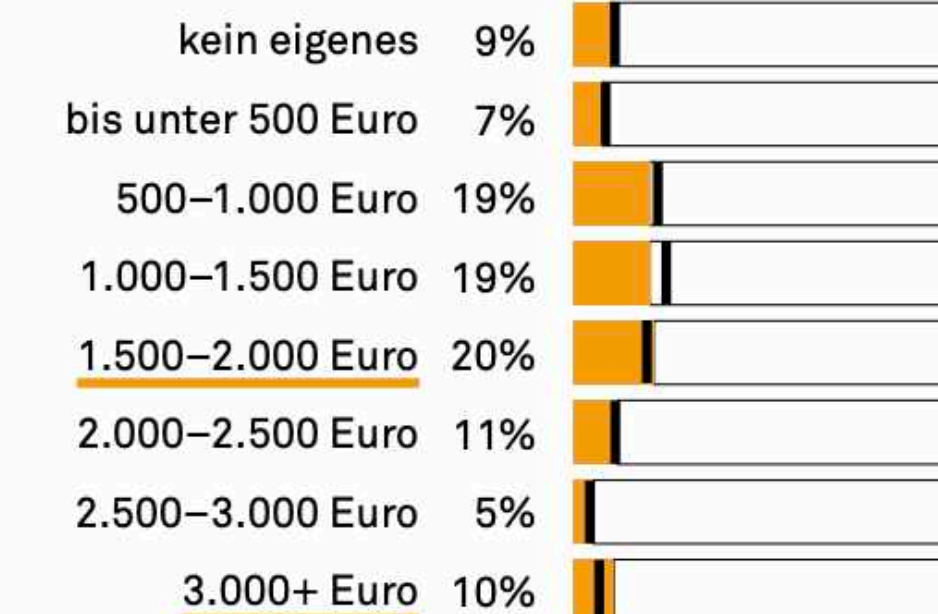
Der Proll Professional steht gerne im Mittelpunkt des Geschehens. Dort, wo Action ist und das Leben pulsiert, fühlt er sich wohl: sei es in der Disco, beim Besuch eines Fußballspiels oder auf Konzerten. Neues auszuprobieren übt eine starke Faszination auf ihn aus. Dies gilt für aktuellste Modetrends und technische Innovationen glei-

chermaßen. Hauptsache, es lässt ihn und sein Leben luxuriöser und eindrucksvoller erscheinen. Sein Leben folgt dem Leistungsprinzip und dient der Selbstverwirklichung. Alles, was nach Routine und Beschaulichkeit klingt oder sich so anfühlt, liegt ihm fern. Optimistisch schreitet der Proll Professional gern zielgerichtet auf seinem ambitionierten Lebensweg voran.

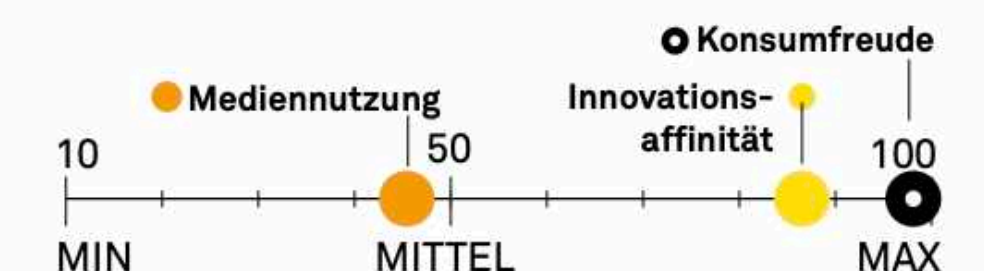
Wer sind die Proll Professionals?



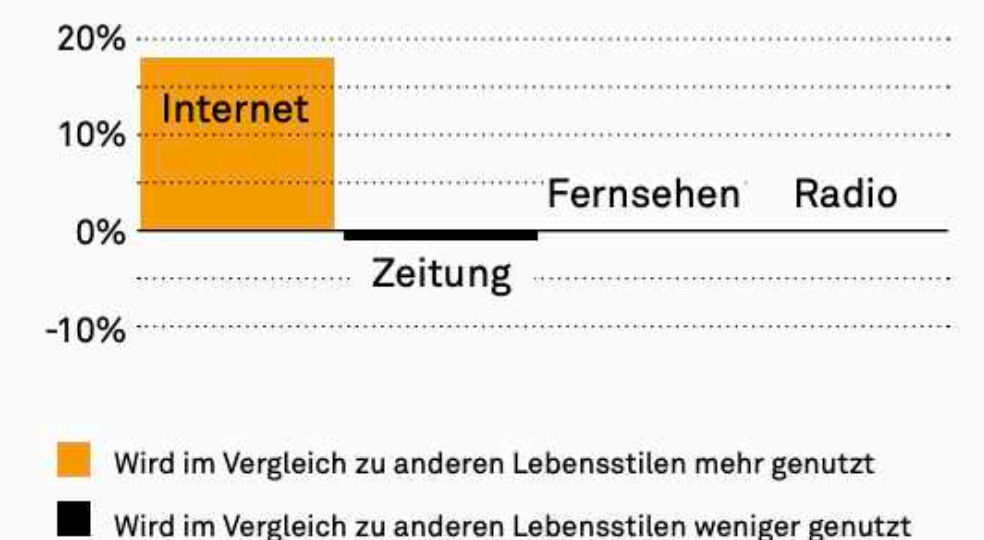
Netto-Einkommen:



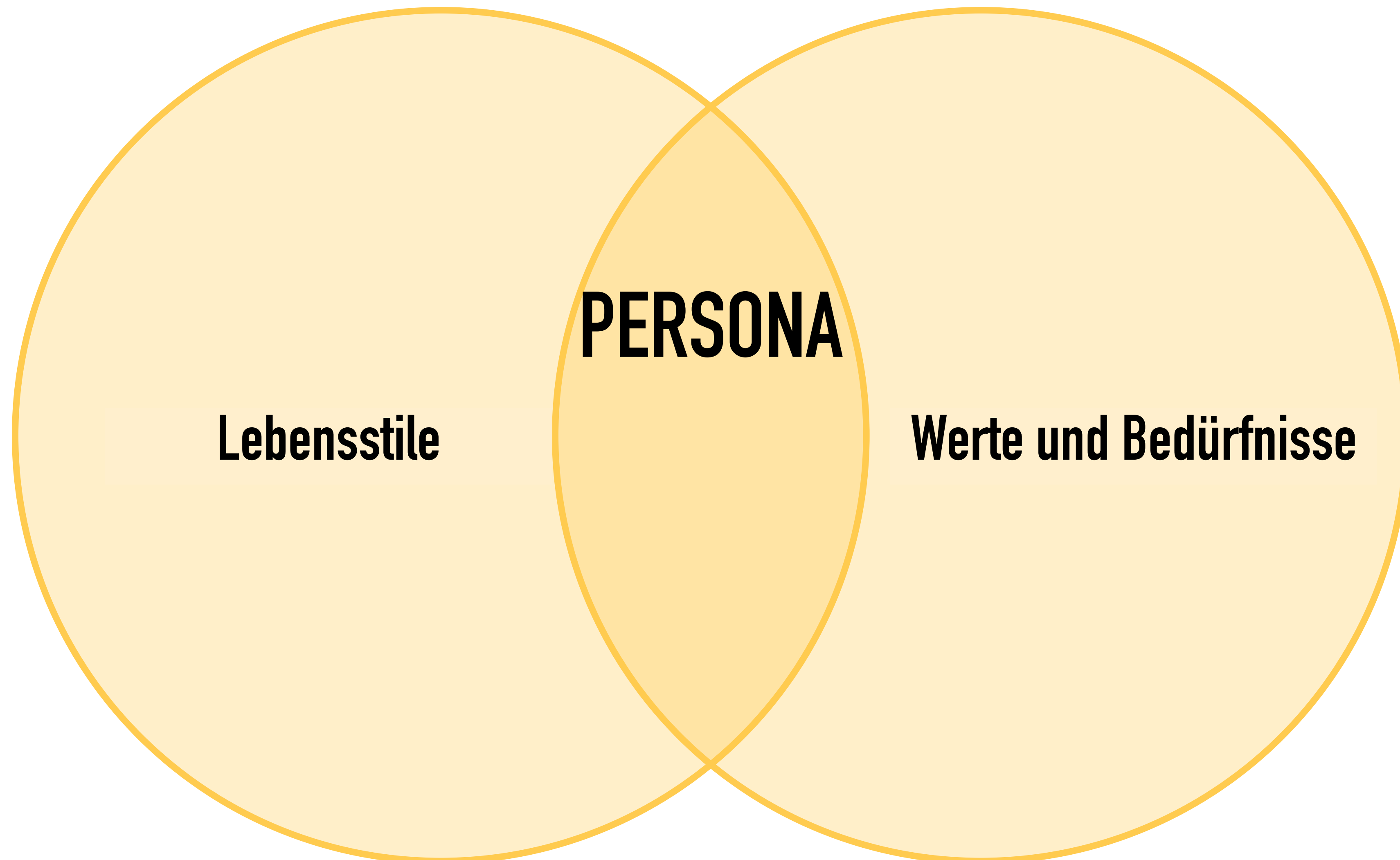
Konsum und Innovationsgrad



Mediennutzung im Vergleich



Die Persona als verbindendes Element



PERSONA

- **Bietet Orientierungshilfe für das operative Geschäft; gerade wenn kein direkter Kundenkontakt besteht**
- **Sollte relevante Business-Faktoren abbilden**
- **Sollte empirisch fundiert sein!**



**Menschen und die Gesellschaft ändern sich zu
dynamisch um ihnen nachzujagen.**

**In Zukunft steht es nicht im Vordergrund,
auf den Markt zu reagieren, sondern
sein eigenes Profil herauszuarbeiten
und klare Werte zu vertreten.**

**Die Zukunft von Organisationen liegt
in ihrer realen Gegenwart –
die eine Vergangenheit hat!**