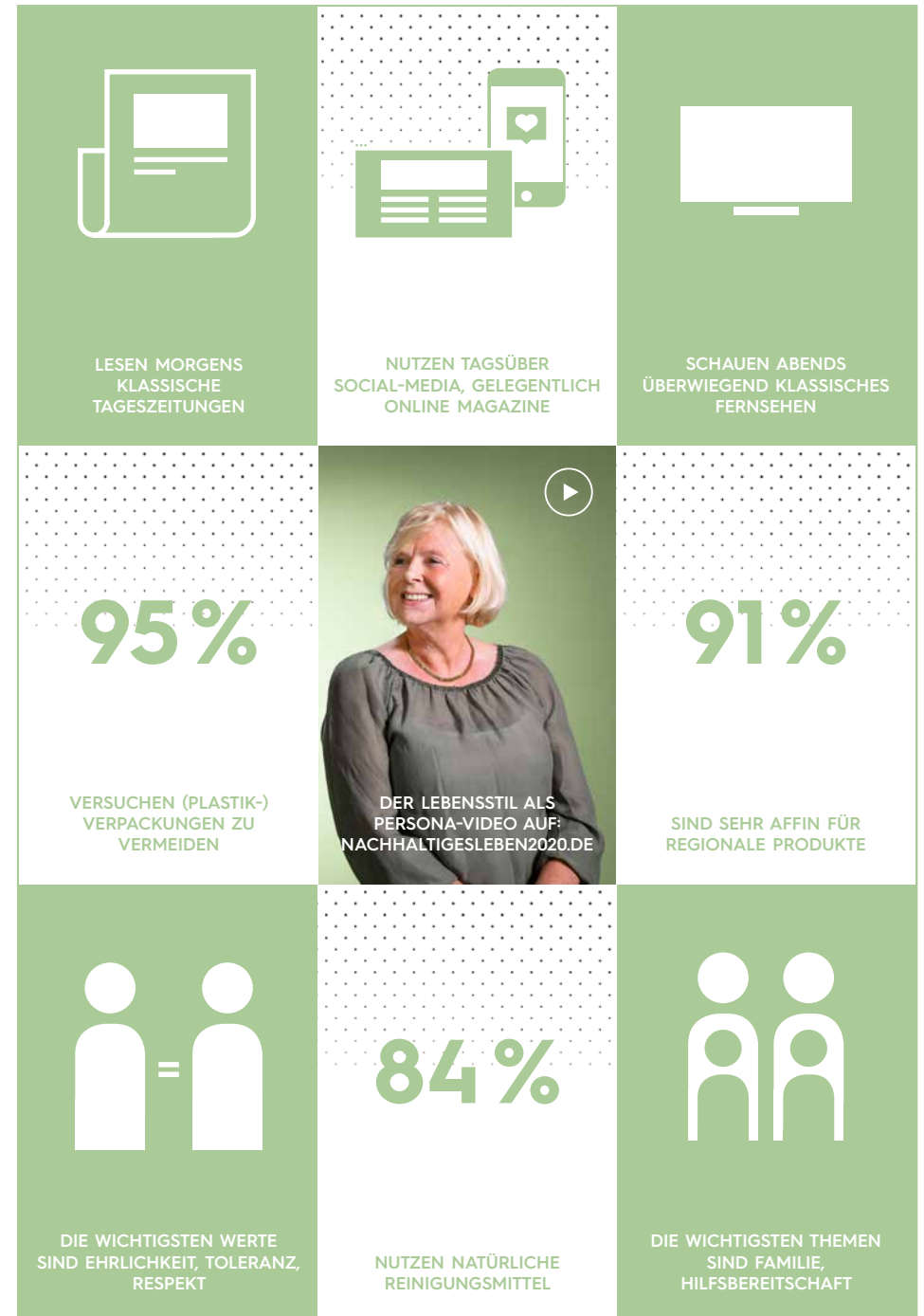
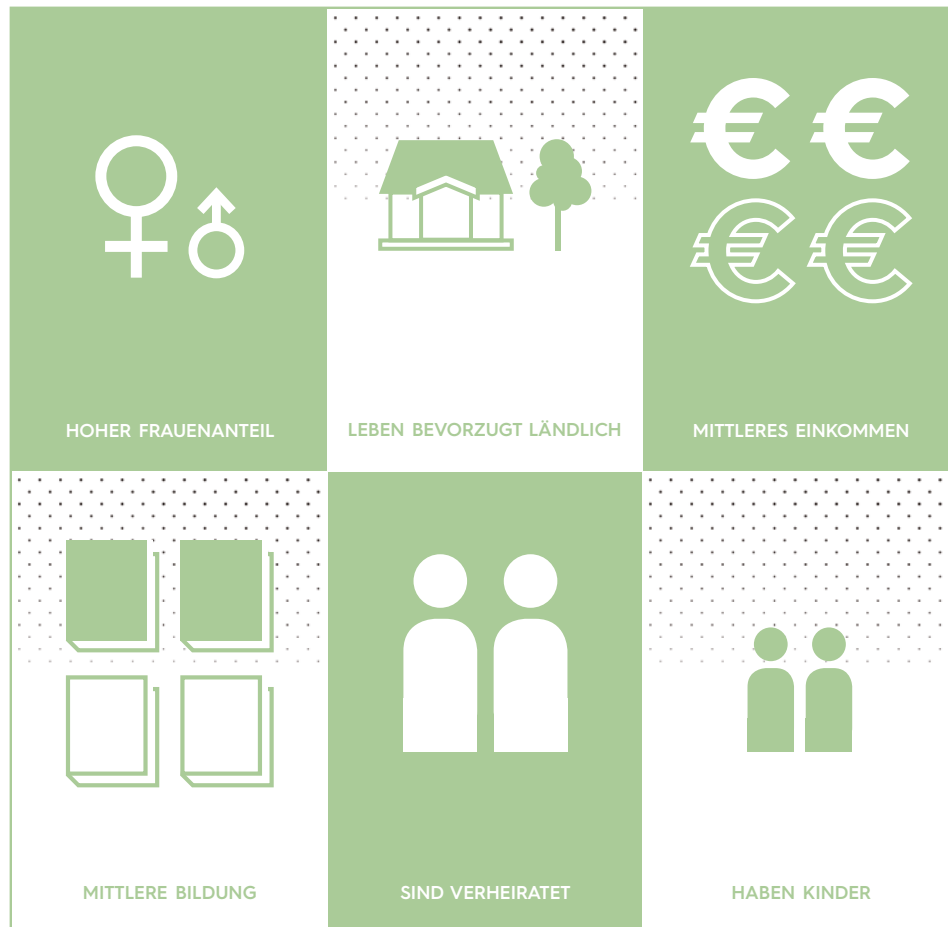


Zurückgezogene Pragmatiker

UNTERGRUPPE DER BABYBOOMER

FÜR EINEN GROSSTEIL DIESES SEGMENTS GILT:



»Die Umwelt meiner Kinder und Enkelkinder zuliebe nicht zu viel zu belasten, wird mir mit zunehmendem Alter immer wichtiger.«

MASSNAHMEN

Die zurückgezogenen Pragmatiker engagieren sich vor allem in ihrem direktem Umfeld. Sie spenden beispielsweise hin und wieder Kleidung für die Kirchengemeinde.

Für ihre eigene bessere Welt versuchen sie sich bewusst Zeit für sich zu nehmen, z.B. um sich um ihren Garten zu kümmern. Sie kaufen Bio- und regionale Produkte – vor allem von Marken, die sie kennen und denen sie vertrauen können. Bei Haushaltsreinigern achten sie auf Nachhaltigkeitssiegel.

MOTIVE

Dieses Segment möchte die Welt vor allem für ihre Nachkommen erhalten. Zurückgezogene Pragmatiker möchten insgesamt in einer gerechteren Welt leben.

Für sie spielen ihre Gesundheit und eigene innere Zufriedenheit eine wichtige Rolle.

BARRIEREN

Sie empfinden es häufig als anstrengend, nachhaltig zu konsumieren, da ihnen die Transparenz und Klarheit im Handel fehlt: »Außerdem finde ich es sehr schwierig und zeitintensiv, rauszufinden, welche Siegel auch wirklich das halten, was sie auf den ersten Blick versprechen oder welches Fleisch tatsächlich artgerecht produziert wird. Ja, es gibt das Internet, aber auch dort gibt es so viele Informationen, dass es schwer ist, die richtigen zu finden.«

Sie haben das Gefühl, auf Dinge verzichten zu müssen, wenn sie rein nachhaltig konsumieren, das möchten sie nicht.

MARKENWELT

- BEKANNTE UND VERTRAUTE DACHMARKEN
- ETABLIERTE BIO-MARKEN MIT TRADITION
- WERBUNG, DIE GENUSS VERSPRICHT
- MARKEN, DIE SICHERHEIT GEBEN
- KLARE KOMMUNIKATION
- »SPASSBEFREITE« OPTIK
- GEFÜHL VON VERZICHT
- UNÜBERSICHTLICHKEIT