



#Zielgruppe #Postadressen #Printmailing #B2C

Psychografische Zielgruppe „Neuheiten“

Typische Persona und Adresskollektionen

Psychographische Zielgruppen stehen zunehmend im Fokus von datengetriebenem Direktmarketing. Einstellungen, Werte, Interessen und Motive des Kaufverhaltens beschreiben dabei die einzelnen Cluster. Extrem spannend ist für viele Unternehmen das Cluster der Neuheitenkäufer.

Was zeichnet Neuheitenkäufer aus?

Gerade Neuheitenkäufer sind eine starke psychografische Zielgruppe. Viele dieser Konsumenten sind über 60 Jahre alt, aber das eigentliche verbindende Merkmal ist etwas anderes:

- + sie sind offen für neue Produkte,
- + sie suchen nach praktischen Problemlösungen,
- + sie verbinden Käufe häufig mit der Hoffnung auf eine Verbesserung ihres Alltags,
- + sie probieren gerne Neues aus, wenn das finanzielle Risiko überschaubar bleibt,
- + sie vertrauen Printmedien und bestellen regelmäßig per Distanzhandel.

Zwei typische Personas

Persona 1: Monika, 71 Jahre

- + lebt allein in einer Mietwohnung
- + Rente im unteren bis mittleren Einkommens-bereich
- + liest regelmäßig Kataloge und adressierte Werbesendungen, shoppt auch ab und an im DRTV
- + interessiert sich für Haushaltshelfer, Gesundheitsprodukte und saisonale Angebote
- + kocht gerne, dekoriert ihre Wohnung jahreszeitlich passend und bevorzugt dabei ein heimeliges Umfeld
- + spendet für Tierschutz und ab und an für humanitäre Projekte
- + liest Romane und Yellow Press Titel und informiert sich über das TV Programmheft
- + ist begeisterungsfähig und reagiert auf verständliche Nutzenargumentation und klare Preisangebote



Team Adressen

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

adressen@dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 / 46 88 58-0
F 0 40 / 46 88 58-25

T 02173 / 8483-201

Büro Düsseldorf
Bahnhofstraße 39
40764 Langenfeld
T 0 21 73 / 84 83-0
F 0 21 73 / 84 83-2 22

W dialoghaus-adressen.de

Persona 2: Klaus, 68 Jahre

- + lebt mit seiner Partnerin in einem kleinen Haus am Stadtrand
- + pensionierter Facharbeiter
- + ist begeisterter Heimwerker, liebt Gartenarbeit, sammelt leidenschaftlich gerne
- + interessiert sich für praktische Alltagsprodukte, Werkzeuge, Garten- und Freizeitartikel, begegnet Altersbeschwerden mit passenden Hilfsmitteln
- + probiert gerne neue Produkte aus, wenn der finanzielle Einsatz überschaubar bleibt und der Mehrwert seines Erachtens nach hoch ist
- + schätzt Printmailings als Informationsquelle und entscheidet häufig in Ruhe zu Hause
- + kümmert sich intensiv um sein Auto und ist up to date mit Blick auf den KFZ-Markt



Diese Zielgruppe ist für zahlreiche Branchen interessant. Neben klassischen Versandhändlern zählen dazu unter anderem Anbieter aus den Bereichen Nahrungsergänzung, Sammelprodukte, Haushaltswaren, Garten, Freizeit, Hobby sowie ausgewählte Finanz- und Lotterieangebote. Entscheidend ist dabei weniger das einzelne Produkt als vielmehr die Ansprache eines konkreten Nutzens und eines nachvollziehbaren Mehrwerts.

Wie lässt sich die Zielgruppe ansprechen?

Abbilden lässt sich diese Zielgruppe perfekt über postalische Adressen für eine Mailingansprache. Hier Beispiele für einige Datenbanken:

Segment / Quelle	Gesamtpotenzial (ca.) (Über Aktivität / Recency eingrenzbar)	
Segment Alltagshelfer, Geschenkartikel, Deko-Artikel		
Neuheiten, Geschenkideen, Nützliches für den Haushalt	Kunden	800.000
Innovative Produkte, Alltagshelfer, Gesundheits- und Wellnessartikel, Technik	Kunden	500.000
Praktische Produkte für Alltag, Freizeit, Bewegung, Sicherheit, Mobilität etc.	Kunden	120.000



Team Adressen

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

adressen@dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 / 46 88 58-0
F 0 40 / 46 88 58-25

T 02173 / 8483-201

Büro Düsseldorf
Bahnhofstraße 39
40764 Langenfeld
T 0 21 73 / 84 83-0
F 0 21 73 / 84 83-2 22

W dialoghaus-adressen.de

Segment / Quelle		Gesamtpotenzial (ca.) (Über Aktivität / Recency eingrenzbar)
Segment Gesundheit		
Geschenkartikel, Heimdekoration, Alltagshelfer und Textilien	Kunden	450.000
Nahrungsergänzungsmittel und Stärkungsprodukte	Kunden	64.000
Nahrungsergänzungsmittel und alternative Heilmethoden	Kunden	31.000
Segment Sammeln		
Sammelobjekte, überwiegend Münzen	Kunden	26.000
Kostenpflichtige Gewinnspiele	Teilnehmer	300.000
Segment Spiritualität / Esoterik		
Produkte aus dem Themenbereich Spiritualität und Esoterik	Käufer	210.000
Segment Glücks- und Gewinnspiel		
Kostenpflichtige Gewinnspiele	Kunden/Leads	123.000
Kostenpflichtige Gewinnspiele	Spieler	260.000

Alle Potenziale sind über Recency-Kriterien eingrenzbar. Voraussetzung für eine Nutzung ist die Freigabe des jeweiligen Dateneigners und die Integration von Informationen, die gemäß der DSGVO erforderlich sind.

Mit Kollektionen wie diesen lassen sich Printmailings gezielt auf ein Publikum ausrichten, das aufmerksam auf Angebote reagiert und erfahrungsgemäß eine attraktive Response liefern kann.

Wenn du Interesse hast, sprich uns an - wir stellen dir gerne passende und transparente Informationen für deine Kampagne zusammen.



Team Adressen

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

adressen@dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 / 46 88 58-0
F 0 40 / 46 88 58-25

T 02173 / 8483-201

Büro Düsseldorf
Bahnhofstraße 39
40764 Langenfeld
T 0 21 73 / 84 83-0
F 0 21 73 / 84 83-2 22

W dialoghaus-adressen.de