**Markt-Segment**

Typische Angaben zur Zielgruppe (basierend auf Umfragen von Kunden aus DE).

|  |  |
| --- | --- |
| **Geografie**  | 80 % der Kunden leben in einer größeren Stadt (>200.000 Einwohner) oder in einem direkten Vorort.  |
| **Demografie**  | Das Alter streut zwischen 19 und 40 Jahren, währenddessen 64 % das Alter zwischen 23 -28 Jahren repräsentieren. 75 % der Kunden sind weiblich. Das Einkommen liegt zwischen 0 und 125.000 Euro. Der größte Anteil von 28 % sind Personen, die ein eigenes Einkommen von 0 bis 15.000 Euro haben, dicht gefolgt (20 %) von der Gruppe mit einem Einkommen von 30.000 Euro bis 55.000 Euro und 55.000 bis 90.000 Euro. Die Kunden sind zu 35 % in der Ausbildung (vor allem Studierende). Ein beachtlicher Anteil von 23 % ist in der Kreativbranche tätig, 17 % im Bereich BWL/Handel, 12 % im Bildungssektor und 8 % im Bereich IT.  |
| **Psychografisch** (Lebensstil, Persönlichkeit)  | 89 % der Befragten nutzen die Rollschuhe in der Freizeit für ihr Lernen (Lernumfeld), 11 % für den Weg zur Arbeit. 21 % Aller nutzen Rollschuhe intensiv als Fortbewegungsmittel, 5% davon sogar als primäres Fortbewegungsmittel. |
| **Verhalten** | 73 % der Kunden nutzen ihr Mobiltelefon für die Recherche von Produkten. Für den Kaufabschluss nutzen jedoch nur 45 % das Handy, der Rest macht das auf dem Desktop oder vereinzelt am Tablet. 87 % der Kunden nutzen soziale Medien, wobei Instagram und Facebook die wichtigsten sozialen Medien sind.Kaufentscheidungen werden bewusst getroffen. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Schlüssel. Ökologie und Nachhaltigkeit sehen 74 % der Befragten als eines von drei wichtigen Kaufentscheidungskriterien an. 64 % sehen die Optik und Stil (Fashion) als wichtig an, 39 % finden den Preis wichtig. |

Erstellter: Michael Hugot, Ludwig-Erhard-Berufskolleg Münster [bearbeitet]

Stand: 01.09.2021