

Marktsegmentierung (Zielgruppeneinteilung) nach Lebensphasen

| | Lebensstadium | Charakteristika | Kaufverhalten |
|---|----------------------|---|---|
| 1 | Jungesellenstadium | Jung, alleinstehend, nicht mehr bei den Eltern wohnend; geringe finanzielle Verpflichtungen; Meinungsführer bei Modetrends; freizeitorientiert. | Küchenausstattungen, Autos, Grundmobiliar, Kleidung, Urlaubsreisen, Life-Style-Produkte etc. |
| 2 | Frisch verheiratet | Jung, noch ohne Kinder, finanziell relativ gut gestellt. | Relativ hohe Mietausgaben, relativ höchste Erwerbsrate bei Gebrauchsgütern |
| 3 | Volles Nest I | Das jüngste Kind ist unter sechs Jahre alt. Knapp bei Kasse, Unzufriedenheit mit Lebensstandard gegenüber Kinderlosen. | Tendenz zu demonstrativem Konsumverhalten: Kauf stark umworbener Produkte; Kindermöbel, Tiefkühltruhen, Geschirrspüler, Kinderspielzeug, Grillgeräte. |
| 4 | Volles Nest II | Das jüngste Kind ist sechs Jahre oder älter. Finanziell wieder besser gestellt, Ehepartner teilweise auch erwerbstätig. | Geringere Beeinflussung durch Werbung; Lebensmittel, Fahrräder, Musikinstrumente. |
| 5 | Volles Nest III | Ältere Ehepaare mit noch abhängigen Kindern; finanziell noch besser gestellt; noch mehr Ehepartner berufstätig; Kinder beginnen teilweise schon mit dem Broterwerb. | Schwer beeinflussbar durch Werbung; Ersatzbeschaffungen und Erweiterung der Wohnungseinrichtung; persönlicher Bedarf der Eltern steht wieder im Vordergrund. |
| 6 | Leeres Nest I | Ältere Paare; Kinder sind aus dem Haus, ein Partner ist noch berufstätig, hohes Einkommen. | Hochwertiger Konsum; kein Interesse an neuen Produkten Organisierte Urlaubsreisen, Bücher, Gesundheitsprodukte, viel geringere Außensteuerung als in früheren Stadien; schlechte Beeinflussbarkeit durch Marktkommunikation. |
| 7 | Leeres Nest II | Ältere Paare, beide im Ruhestand, Kinder aus dem Haus, spürbarer Einkommensrückgang. | Sicherung des Eigenheims, Rückzug ins Private; Medizinische Vorrichtungen, gesundheits-, verdauungs-, schlaffördernde Mittel. |

Marktsegmentierung (Zielgruppeneinteilung) nach Lebensphasen

| | | | |
|---|---------------|---|---|
| 8 | Alleinstehend | Im Ruhestand; starker Einkommensrückgang; besonderes Aufmerksamkeits-, Zuneigungs- und Sicherheitsbedürfnis. | Gleicher oder höherer Bedarf an medizinischer Versorgung; gleiche Produktansprüche. |
|---|---------------|---|---|