

Lina Schweizer (19)

Hintergrund zur Person: (Beruf, Karriere, Bildung, Familie)

- Studentin an der Universität in Jena, Geologie, Biologie, 2-Fach Bachelor
- Aushilfsjob im Floristengeschäft, ehrenamtlich tätig im Tierheim
- Abiturabschluss an einem Thüringer Gymnasium
- Verheiratete Eltern, ein kleiner Bruder (5 Jahre)

Demographie:

- 22
- weiblich
- Jena, Thüringen
- bei den Eltern

Foto:

Wie sieht der/die typische/r Vertreter:in der Gruppe aus?



Identifikatoren:

- Hobbies und Interessen?: Naturgewand, Kreativ, Aktivismus, Umwelt- und Klimaschutz
- Wie ist ihr Auftreten?: Freundlich, offen, redengewandt
- Kommunikationskanäle?: Instagram, WhatsApp, Foren
- Informationsverhalten?: Online über Social Media und Fachzeitschriften über Geologie und Biologie
- Einkaufsverhalten?: Lieber in örtlichen Geschäften, Regional, nur wenn es sein muss online
- Einfluss?: Familie, Freunde, Vorbilder im Aktivismus

Erwartungen, Ziele & Emotionen:

- Was mit dem Kauf erreichen?: Bedürfnis stillen, aber auch gleichzeitig etwas "gutes" tun, möchte wissen wen sie unterstützt
- Welche Probleme?: Ungerechtigkeit, Umweltverschmutzung, Fleischkonsum
- Welchen Nutzen?: Langfristig: gerechtere und nachhaltige Gesellschaft schaffen, Kurzfristig: Fußabdruck reduzieren, selber ein gutes Gewissen haben
- Gefühle?: Stolz, Tatendrang, "Stunde 0", sentimental
- Ängste?: Entscheidungen "von oben", die nicht ihr Weltbild unterstützen (Afd, CDU), Nicht genug tun zu können, hoher Selbstdruck
- Besonders begeistern?: Nachhaltige und praktische Lösungen, Fortschritte

Ideale Lösung:

- Wie Herausforderung meistern?: Einen expliziten Einfluss vorzeigen können
- Wie Erwartungen übertreffen?: Größerer Impact als erwartet, klare Ergebnisse
- Welche Emotionen?: Mut; "Change is now"
- Wie Ziele erreichen?: Hilfe anbieten, Nachhaltigkeit befürworten und leben

Herausforderungen:

- Welche Herausforderungen bei der Kaufentscheidung bzw. Anbieter- & Produktauswahl?: Nachhaltigkeit; Gerechtigkeit in der Produktion, kleiner Fußabdruck beim Kauf
- Womit hat sie zu kämpfen?: Vorurteile gegenüber Aktivisten, Extremismus aus den eigenen Reihen, Nicht ernst genommen werden von Dritten
- Was fällt ihr schwer?: Entscheidungen akzeptieren, andere Lebensweisen akzeptieren

Häufige Einwände:

- Warum würde die Persona unser/e Produkt/Dienstleistung nicht kaufen?: Zu schwammige Positionierung zum Thema Nachhaltigkeit/ Gerechtigkeit des Unternehmens, Minimalistische Lebensweise
- Welche Gegenargumente können aufkommen?: "Kann man auch regional kaufen", "Brauche ich nicht unbedingt"
- Was könnte sie stören oder verunsichern?: Herkunft des Produkts, Eigennutzen, evtl. auch Meinungen aus den eigenen Reihen