





Matrix «Schweizer Holz-Typen»

Limbische Typen ▶	HARMONISER	TRADITIONALISTEN	HEDONISTEN	OFFENE
Persönlichkeits- und Verhaltensprofil ▼				
Wertesystem	Balance Positiv: Geborgenheit, Sicherheit, Ruhe, Harmonie Negativ: Zweifel und Unsicherheit		Stimulanz Positiv: Spass und Freude Negativ: Langeweile und Frustration	Balance - Stimulanz eine Mischform aus Harmoniser und Hedonist.
Denkhaltung	Es muss sich gut anfühlen	Das haben wir immer schon so gemacht	Es muss kreativ und ausgefallen sein	Es muss Fantasie und Genuss anregen
Was zählt ...	Tut mir und anderen gut	Über Jahre bewährt	Ich bin es mir Wert	–
Emotionale Treiber	Geborgenheit und Harmonie	Ordnung und Sicherheit	Individualismus	Wohlfühl und Toleranz
Eigenschaften	harmoniebedürftig, optimistisch, gemütlich, bequem, skeptisch, eher unsportlich, überblicken gerne alles	traditionsbewusst, sparsam, ängstlich gegenüber neuem, unsicher, lebt stark nach Gewohnheiten, sorgen gerne vor, korrekt, wenig modisch, vernünftig	extravagant, mode- und trendbewusst, freundlich, verspielt, individuell unkonventionell, spontan, will sich von anderen differenzieren, liebt Mobilität	genussorientiert, optimistisch und weltoffen, kontaktfreudig, tolerant
Soziale Ausrichtung	hohe soziale Orientierung, Bindung, Fürsorge und Familie	Traditionelle Lebensmodelle (Ehe), Familienverbunden	Wunsch nach Zugehörigkeit	Erlebnisse mit Familie und Freunden ist wichtig, immer neue Menschen kennenlernen
Lebensstil	gesund und nachhaltig	traditionell	individuell und urban	Multikulturell
Persönliche Ziele	Vorbild sein! Die Kinder sollen es besser haben	Alles bleibt wie es ist! Ruhe, Sicherheit, Wohlstand	Ich möchte etwas erreicht haben, was nicht jeder kann	–
Beruflich Job, häufig in ...	geringe Aufstiegs- und Statusorientierung ... Personal/HR, Produktion	geringe Zukunftsorientierung, bewahrende Funktionen ... Produktion, Gewerbe	ich strebe nach Berufen mit Anspruch und Abwechslung ... Marketing	mit vielen Menschen interagieren, international arbeiten
Interessen	Heim, Wohnen, Garten, Herd, Natur, Haustiere	Traditionen, Natur und Heimat, Gesundheit	Technik- und Trendorientiert, neue Produkte - v.a. Mode, Kosmetik, neueste Technologie	Wellness und Kulinarik
... als Konsument bzw. Käufer	Ich kaufe sinnvolle Produkte. Möchte fürsorglich behandelt werden und Mehrwerte, die für sich selbst und sein Umfeld gut sind, dann pflegt er langjährige Beziehungen; verhandelt nicht gerne, Recherchen zu aufwändig, möchte Unterstützung bei Überblick	Ich kaufe Produkte aus der Heimat/Region. Orientiert sich an der Masse. Prüft alles sehr genau, detailverliebt, typischer Stammkunde, Qualität ist wichtig, braucht starke Beratung, (Marken)Produkte geben mir Vertrauen und Sicherheit	Ich folge Produkttrends. Aktive Suche nach neuem, neugierig, will über den letzten Stand informiert sein, liebt Belohnungssysteme, individuelle Angebote und Behandlung, Herkunft ist untergeordnet, dafür sehr markenorientiert, klassischer Impulskäufer, verdrängt Risiken, geringe Treue	Die Produktherkunft ist wichtig. Achtet auf Qualität, liebt das Einkaufen - besonders von Markenprodukten mit Erlebnisfaktor und Shoppen mit Genusspausen
Wie müssen Produkte sein?	natürlich, Wohlgefühl ausstrahlen, gesund, nachhaltig, am besten von daheim, sorgfältig gearbeitet, Sorglosigkeit vermitteln, unkompliziert	sparsam wirken, hochwertig, vertrauenserweckend, Sicherheit geben, am besten von daheim, mit einer Marke im Hintergrund, garantiert oder zertifiziert, bewährt	extravagant, state-of-the-art, individuell, Fun-, Trend- und Luxussignale aussenden, neu - anders	Genuss, Fantasie und zum Träumen anregen, hochwertig, mit klarer Herkunft, Wohnfaktor und Wohlgefühl-charakter, aus natürlichen Rohstoffe
Preisverhalten >Wie muss der Preis wahrgenommen werden?	Vermeidet aufwändige Preisvergleiche. > Der Preis ist auf meine persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten	Vermeidet Risiko bei großen Ausgaben. >Preis-Leistung stimmt	Preis eher unwichtig. >Das"Erlebnis" mit der Marke/Produkt stimmt	Preis nicht vordergründig, aber achtet auf seine Ausgaben. > Bekommt viel Genuss für wenig Geld
Kauf- und Entscheidmotiv	Ich bekomme das beste für mich und meine Familie, einfach und unkompliziert	Ich bekomme das Beste für den besten Preis. Ein gutes Investment, dass sich schnell amortisiert	Ich entscheide mich bewusst für etwas das sonst (fast) niemand bekommt	Mit diesem Kauf gönne ich mir etwas und verwöhne ich mich
Wie müssen Services ausgerichtet sein?	Fürsorge und Wert "Ich kümmere mich um dich persönlich". Menschliche Nähe. Persönlich ausgerichtet Mehrwerte anbieten. Praktisch und bequem. Persönliche Hilfe und Beratung, Tipps und Tricks, Gemeinschaft und Bindung fördernd etc.	Vertrauen und Sicherheit. "Mir kannst du voll und ganz vertrauen." Ich biete dir Verlässlichkeit, und Transparenz. Services, die Vergleiche und Kontrolle ermöglichen. Beratung durch Experten! Berechnungsmodelle, Statusberichte, Koop mit Versicherungen etc.	Inspiration. "Ich biete dir das kleine Mehr." Zugaben sind beliebt. Neugierig machen, belohnen, überraschen, inspirieren. Z.B. unerwartete Angebote und Inhalte, Trends aufbereiten, Interaktive Elemente, Couponing u.v.m.	Genuss und Einfachheit. "Wir machen dir das Leben leicht und einfach, dann bleibt dir viel Zeit zu genießen."Das "Alles aus einer Hand-Prinzip" (evtl. Handwerksbetriebe, Generalunternehmen)
Häusertyp	Klassische Einfamilienhäuser mit konventionellen Formen, Gesundes Bauen, Ausstattung zum Wohlfühlen	Mögen Luxus im schlichten Gewand, ökologisches Bauen, langlebig und nachhaltig, auch Landhausstil	Das eigene Haus zur Selbstenfaltung, Avantgarde-Architektur, dekorativ & extravagant in Bau und Einrichtung	Mix aus alten und neuen Stilen und Möbel, große Räume
Was kann Schweizer Holz für mich tun?	Mit SH kann ich für die Zukunft meiner Familie bauen, und der Natur etwas zurück geben	Mit SH kann ich auf nachhaltige Werte bauen. Damit fühle ich mich daheim	SH verschönert mein Leben und liege voll im Trend. Damit kann ich mich in der Gestaltung Selbstverwirklichen	Mit SH kann ich mein Traumhaus genießen
Bedeutung Wald und Holz	Gesundheit, Harmonie mit der Natur, gesunde Umwelt, natürliches gesundes Baumaterial zum Wohlfühlen Holz ist Ergonomie.	Gehört zu uns, muss erhalten bleiben, Gesundheit, ein ökologisch wertvolles Baumaterial. Holz ist Zuverlässigkeit.	Freizeit, Sport, Erholung vielseitiges und trendiges Baumaterial Holz ist Design.	Lebensqualität, tut mir gut, angenehmes, modernes und natürliches Baumaterial Holz ist Flexibilität.
Relevante Holzthemen	z.B. Gesundheit und Ökologie, Wohlfühlfaktor, Ergonomie	z.B. Qualität und Nachhaltigkeit, Holztraditionen	z.B. Trends und Innovationen, neue Formen, Holz-Design, außergewöhnliche Objekte, Holz und High-Tech	Holz als Material des Genusses und des Wohlfühlens. Vielseitigkeit Holz
Anteil SH-Zielgruppe	29%	26%	13%	12%
Gewichtung	Kernzielgruppe		Dynamischer Gegenpol	Schwingt mit