

Einteilung Kundengruppen

| demografische sozialök. Merkmale | sinnvolle Einteil. | bisherige Einteil. | Notizen |
|--|---------------------------|---------------------------|----------------|
| Altersstruktur der Kunden | | | |
| Geschlecht | | | |
| Familienstand | | | |
| Haushaltsgröße | | | |
| Einkommen, Vermögen | | | |
| Beruf | | | |
| Ausbildung, Bildungsniveau | | | |
| Freizeitverhalten, Kulturverhalten | | | |
| Wohngegend | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| Persönlichkeitsmerkmale | sinnvolle Einteil. | bisherige Einteil. | Notizen |
| Qualitätsorientierung | | | |
| Sicherheitsorientierung | | | |
| Umweltorientierung | | | |
| Trendsetter | | | |
| kritischer Konsument | | | |
| Lebenssituation (Student, Schwangerschaft, Erbschaft) | | | |
| | | | |
| | | | |

