

# Susanne (LOHA)



## Alter

35 bis 44 Jahre

## Höchster Schulabschluss

Abgeschlossene Ausbildung

## Soziale Netzwerke



## persönliche Lebenssituation

- verheiratet (Ehemann: Thomas, 45 J., mittleres Management einer Bank)
- 2 Kinder (Anna, 8 J., und Luke, 5 J.)
- wohnt im Speckgürtel von HH
- wohnt im eigenen Haus mit (Zier- und Nutz-) Garten (kreditfinanziert, noch nicht abbezahlt)
- Haustier: Hund
- 1 Auto im HH (VW T5 Diesel)
- fährt viel Fahrrad und ÖPNV
- 1 bis 2 Urlaubsreisen im Jahr, vorwiegend als Individualreisen in Europa mit dem eigenen Auto

## Werte

- Authentizität
- Ehrlichkeit
- Natürlichkeit/Nachhaltigkeit
- Verantwortung (sozial und ökologisch)
- Engagement
- Qualität
- Gesundheit
- Genuss/Konsum mit gutem Gewissen

## Ziele

- faire Gesellschaft
- Gerechtigkeit
- gesunde Umwelt
- Selbstverwirklichung
- persönliche Weiterentwicklung
- Körper, Geist und Seele im Einklang

## Interessen/Hobbys

- gesunde Ernährung/Kochen
- Fitness (2x die Woche)
- ehrenamtliches Engagement (Tafeln)
- DIY (Waschmittel u. ä. selber machen, aber auch Upcycling-Projekte wie Aufarbeitung von Möbelstücken)
- lesen
- moderne Erziehung
- Psychologie
- Nachhaltiger Lebensstil (sustainable living)
- Nachhaltige Produkte (sustainable products)
- Nachhaltige Energie
- Naturschutz/Umweltschutz
- Umweltschutzorganisationen
- Naturschutzbund Deutschland (Familienmitgliedschaft)
- Gartenarbeit (eigener Gemüsegarten)
- neuestes Projekt (geplant): Hühner im eigenen Garten

## Eigenschaften

- kritisch
- prüfend
- hinterfragend
- sozial
- neugierig
- kreativ
- selbstbewusst
- anspruchsvoll
- idealistisch

## Größte Herausforderungen

- Koordinierung des Familien-Alltags
- Verbindung von Familienleben und persönlichen Interessen wie ehrenamtlicher Tätigkeit
- unterstützende Begleitung der Kinder durch ihren (Schul-)Alltag
- Integration ihrer Werte (Achtsamkeit, ökologische Verantwortung, Qualitätsbewusstsein, Reduzierung von Konsum ...) in den Alltag

## Informationsgewinn durch

- TV (vorwiegend öffentlich-rechtlich)
- Tageszeitung (regional)
- Radio/Podcast
- Social Media
- Online-Portale

## Bevorzugtes Kommunikationsmittel

- Telefon
- Instant Messaging
- Social Media
- persönliches Gespräch

## Einkaufsverhalten

- Artikel des täglichen Bedarfs werden ausschließlich offline gekauft, dabei greift sie in erster Linie auf regionale/Bio-Produkte zurück, bzw. solche mit einer besonders guten Ökobilanz (Frosch, Ecover ...); Einkauf verstärkt bei lokalen Anbietern (Bäcker, Fleischer, Landmarkt ...)
- Kleidung, Medien etc. wird (auch) online gekauft, Fokus auf 2nd-Hand (MediMops, ebay, Kleiderkreisel ...)
- Bei neuen Produkten achtet sie darauf, bei ökologisch korrekten Anbietern zu bestellen (Hess Natur, Waschbär, Jakko ...)

## Magazine & SoMe-Accounts

- Mein schöner Garten
- Landlust
- Landidee
- Wohnen & Garten
- Kraut & Rüben
- Haus & Garten