



## Gezielt unterschiedliche Verbraucher-Typen ansprechen

Gezielt unterschiedliche Verbraucher-Typen ansprechen  
Neues Formulierungskonzept für Haar-Conditioner basiert auf Ansatz aus der Konsumentenforschung  
Exklusive Studiendaten und ein validiertes Typologie-System ermöglichen Einblicke in emotionale und funktionale Bedürfnisse von sechs Konsumenten-Archetypen  
BASF bietet außergewöhnliche Conditioning-Lösungen für die gezielte Ansprache verschiedener Persönlichkeitsprofile  
Market Empathy und Science Excellence sind die Säulen des Personal Care-Geschäfts der BASF. Nun verfolgt das Unternehmen einen neuen Ansatz, um beide Stärken noch besser miteinander zu verbinden: ein validiertes Typologie-System aus der Konsumentenforschung, mit dessen Hilfe sich unterschiedliche Verbraucherpersönlichkeiten und ihre emotionalen und funktionalen Bedürfnisse charakterisieren lassen. "Auf Grundlage des Typologie-Systems können wir unsere Kunden dabei unterstützen, Marken- und Produkterlebnisse zu schaffen, die die Bedürfnisse der Verbraucher erfüllen", sagt Thomas Schröder, bei BASF verantwortlich für das Business Management von Personal Care Europe.  
Für Haar-Conditioning hat die BASF diesen verbraucherorientierten Ansatz unter Einsatz wissenschaftlich-basierter Methoden erstmals konsequent weiter geführt: Ein neues Formulierungskonzept greift die Persönlichkeitseigenschaften verschiedener Konsumenten-Archetypen und ihre emotionalen Bedürfnisse auf und übersetzt diese Anforderungen in innovative Conditioning-Produkte. "Mit Hilfe unseres Haar-Conditioning-Konzepts können wir unseren Kunden nicht nur neue, außergewöhnliche Formulierungsvorschläge anbieten, sondern auch geeignete Darreichungsformen und Verpackungen empfehlen, mit denen sie die funktionalen und emotionalen Bedürfnisse der Verbraucher erfüllen", sagt Sybille Cornelsen, bei BASF im Marketing von Personal Care Europe verantwortlich für das Segment Shampoo und Conditioning.  
Bestimmung von Konsumenten-Archetypen  
Das neue Haar-Conditioning-Konzept basiert auf einer Studie, die BASF gemeinsam mit TNS Infratest, einem renommierten Institut für Markt- und Meinungsforschung, durchgeführt hat. Dabei wurden Verbraucher im Alter von 18 bis 65 Jahren auf Basis ihrer jeweiligen intrinsischen Motivationen und unter Anwendung eines validierten Typologie-Systems einem von sechs Konsumenten-Archetypen zugeordnet. Ihre Bezeichnungen - "Energetic", "Perfect", "Professional", "Protected", "Authentic" und "Creative" - stehen vor allem für die emotionalen Bedürfnisse, welche die jeweiligen Archetypen charakterisieren.  
Innovative und bedürfnisorientierte Produkte  
So wünscht sich der nach Makellosigkeit und Erfolg strebende Archetyp "Perfect" zum Beispiel besonderen Haarglanz und Schutz gegen Wettereinflüsse sowie ein mit Luxus assoziiertes Markenimage. Der Powerful Gloss Enhancer-Conditioner, der intensiven Glanz mit einem ausgefeilten sensorischen Profil verbindet, ist eine der Formulierungsoptionen im Portfolio der BASF, die speziell die Bedürfnisse dieses Archetyps erfüllen.  
Der lebhafteste Archetyp "Creative" legt hingegen besonderen Wert auf schnelle Wirksamkeit und ein einfaches Frisieren der Haare nach der Anwendung. Er ist besonders für exzentrische Marken zu begeistern. Color Kick, ein Leave-On-Color-Conditioner wird mit einer Mascara-Bürste aufgetragen. So lassen sich je nach Laune Farbakzente setzen.  
Mit unserem Haar-Conditioning-Konzept bieten wir unseren Kunden etwas ganz Neues: Sie haben die Möglichkeit, die verschiedenen Verbraucherpersönlichkeiten mit außergewöhnlichen Conditioning-Systemen gezielt anzusprechen", sagt Bettina Jackwerth, bei Personal Care Europe verantwortlich für das Marketing von Hair und Oral Care-Produkten der BASF. "Wir freuen uns darauf, auf Basis dieses Konzepts gemeinsam mit unseren Kunden individuelle Lösungen für Haar-Conditioning zu entwickeln, die neue Positionierungen im Markt ermöglichen und die Bedürfnisse der Konsumenten erfüllen."  
Über den Unternehmensbereich Care Chemicals der BASF  
Als BASF-Unternehmensbereich Care Chemicals bieten wir ein breites Portfolio an Inhaltsstoffen für Hygiene, Personal Care, Home Care und Industrial Institutional Cleaning sowie für technische Anwendungen. Wir sind der führende Anbieter für die Kosmetikindustrie sowie für die Wasch- und Reinigungsmittelindustrie und unterstützen unsere Kunden auf der ganzen Welt mit innovativen und nachhaltigen Produkten, Lösungen und Konzepten. Das hochwertige Produktsortiment des Unternehmensbereichs umfasst Tenside, Emulgatoren, Polymere, Emollients, Komplexbildner, kosmetische Wirkstoffe, Pigmente und UV-Filter. Abgerundet wird das Angebot durch Superabsorber, die für die Anforderungen sämtlicher Hygieneanwendungsbereiche entwickelt wurden. Wir betreiben Produktions- und Entwicklungsstandorte in allen Regionen und bauen unsere Präsenz in den Wachstumsmärkten weiter aus. So sind wir weltweit für unsere Kunden da.  
Über BASF  
BASF ist das weltweit führende Chemieunternehmen: The Chemical Company. Das Portfolio reicht von Chemikalien, Kunststoffen, Veredelungsprodukten und Pflanzenschutzmitteln bis hin zu Öl und Gas. Wir verbinden wirtschaftlichen Erfolg mit dem Schutz der Umwelt und gesellschaftlicher Verantwortung. Mit Forschung und Innovation unterstützen wir unsere Kunden in nahezu allen Branchen, heute und in Zukunft die Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Unsere Produkte und Lösungen tragen dazu bei, Ressourcen zu schonen, Ernährung zu sichern und die Lebensqualität zu verbessern. Den Beitrag der BASF haben wir in unserem Unternehmenszweck zusammengefasst: We create chemistry for a sustainable future. Die BASF erzielte 2013 einen Umsatz von rund 74 Milliarden € und beschäftigte am Jahresende mehr als 112.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. BASF ist börsennotiert in Frankfurt (BAS), London (BFA) und Zürich (AN). Weitere Informationen zur BASF im Internet unter [www.basf.com](http://www.basf.com)  
BASF AG  
Carl-Bosch-Straße 38  
67056 Ludwigshafen  
Deutschland  
Telefon: +49 621 60-0  
Telefax: +49 621 60-42525  
Mail: [global.info@basf.com](mailto:global.info@basf.com)  
URL: <http://www.basf.de>  
 [http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n\\_pintr\\_=561252](http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pintr_=561252) width="1" height="1">

## Pressekontakt

BASF AG

67056 Ludwigshafen

[basf.de](http://basf.de)  
[global.info@basf.com](mailto:global.info@basf.com)

## Firmenkontakt

BASF AG

67056 Ludwigshafen

[basf.de](http://basf.de)  
[global.info@basf.com](mailto:global.info@basf.com)

>In ihren fünf Geschäftssegmenten erzielte die BASF 2004 einen Umsatz von 37,5 Milliarden €. Strategisches Ziel ist es, weiter profitabel zu wachsen. Auf fünf Kontinenten schaffen rund 82.000 Mitarbeiter den Erfolg der BASF. In Ludwigshafen befinden sich das Stammwerk der BASF und die Zentrale

der BASF-Gruppe. 16 weitere Produktionsstätten und fast 30 der BASF Gruppe sind in Deutschland präsent