

## Die Wandlung des Ottonormalverbrauchers

06.01.2009, 16:20 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Legion Libertine GmbH i.G.*

---



Dieses Foto stammt von Beige Alert's photostream, <http://flickr.com/photos/beigephotos/558703/>

Damals hatte der Konsument noch einen Namen. Als "Otto Normalverbraucher" kannte man ihn. Die Werbung zeigte ihm was er brauchte und er kaufte. Doch die Zeiten änderten sich. Otto wurde erwachsen, wurde selbstbewusst und stellte Fragen. Heute ist Otto ein Individualist. Sein Kaufverhalten lässt sich kaum durch Zielgruppenstudien einordnen, er ist sein eigener Produktdesigner, sein eigener Regisseur und Distributor. Er hat verstanden dass er mit seinem Konsum die Welt in der er lebt beeinflusst und dass seine Entscheidungen zählen. Kritisch hinterfragt er bestehende Normen, legt Wert auf Ökologie, überprüft Inhaltsstoffe seiner Konsumgüter und recherchiert die Produktionsprozesse. Und weil er nicht allein ist, kann er sich mit anderen Konsumenten im Web austauschen, seine Meinung kund tun und die Erfahrungen anderer für seine Entscheidung nutzen.

Legion Libertine ist sich freudig darüber bewusst, dass Otto sich zu einer kritischeren Person gewandelt hat. Deshalb ist die Herangehensweise von Legion Libertine, zusammen mit interessierten Kunden den Dialog herzustellen und die Werte, als auch die Bedürfnisse des Verbrauchers herauszufinden. Auf diese Weise müssen die Bedürfnisse nicht durch die herkömmliche Werbeflut künstlich erzeugt werden. Mit diesem Wissen werden Strategien entwickelt, wie man nachhaltiges und verantwortungsvolles Handeln nutzen kann, um Kunden für das eigene Produkt zu gewinnen und auch dauerhaft zu überzeugen.

Legion Libertine lädt alle die ein, die klassisches Marketing satt haben und etwas bewegen wollen, die Homepage auf <http://www.legionlibertine.com> zu besuchen.

**Portrait**

Firmenportrait:

Legion Libertine ist Deutschlands erste Agentur für werte- und innovationsorientierte Lösungen. Werkzeuge für die neuen Prämissen des Marketings sind neben Nachhaltigkeit und Transparenz auch Innovationsmanagement und Querdenken. Legion Libertine wurde von Tim Heckhausen und Konrad Förstner 2008 in Berlin gegründet und wird von beiden erfolgreich geführt. Die Kompetenzen von Legion Libertine umfassen unkonventionelle Herangehensweisen und sind in ihrer Summe einzigartig. Durch freundschaftliche Partnerschaften und Kooperationen liefert Legion Libertine werteorientierte Impulse für gebietsübergreifende Themen wie beispielsweise Kommunikation, Prozesse, Markt oder Fortbildung. Für den Kunden bedeutet dies ein völlig neues und auf die jeweiligen Bedürfnisse zugeschnittenes, ressourcenschonendes Marketing mit Substanz und Qualität.

---

News-ID: 270979 • Views: 1096 (Stand: 30.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/270979/Die-Wandlung-des-Ottonormalverbrauchers.html>