**Persona 1: Lisa M. – Modebewusste Städterin**

**Cluster:** Design & Stilbewertung  
**Zitat:** „Mir fehlt der modische Pfiff.“

* **Alter & Beruf:** 29 Jahre, Social-Media-Managerin
* **Lebensumfeld:** Wohnt in Berlin, Single, urbanes Umfeld, kulturell interessiert
* **Bedürfnisse und Erwartungen:** Sucht stylische, moderne Kleidung, die ihrem Lebensgefühl entspricht. Mode soll Individualität ausdrücken.
* **Typische Kaufentscheidungskriterien:** Design, Trendfaktor, Passform, Kombinierbarkeit
* **Mögliche Barrieren oder Vorbehalte:** Designs, die zu schlicht oder altmodisch wirken; fehlende Farbvielfalt
* **Informations- und Kommunikationskanäle:** Instagram, Pinterest, Modeblogs, Influencer:innen

---------------------------------------

**Persona 2: Martin K. – Praktischer Qualitätskäufer**

**Cluster:** Materialqualität & Verarbeitung  
**Zitat:** „Top-Material, fühlt sich wertig an.“

* **Alter & Beruf:** 45 Jahre, Projektleiter im Maschinenbau
* **Lebensumfeld:** Lebt mit Familie im Speckgürtel einer Großstadt, eher pragmatisch orientiert
* **Bedürfnisse und Erwartungen:** Legt Wert auf Langlebigkeit, Komfort und Qualität; Kleidung muss alltagstauglich und robust sein
* **Typische Kaufentscheidungskriterien:** Hochwertige Materialien, gute Verarbeitung, angenehmes Tragegefühl
* **Mögliche Barrieren oder Vorbehalte:** Enttäuschung bei mangelhafter Verarbeitung (z. B. Nahtprobleme), schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis
* **Informations- und Kommunikationskanäle:** Produktbewertungen, Trusted Shops, persönliche Empfehlungen, YouTube-Vergleichstests

----------------------------------

**Persona 3: Jana S. – Werteorientierte Idealistin**

**Cluster:** Nachhaltigkeit & Werte  
**Zitat:** „Nachhaltigkeit ist mir wichtig – deshalb kaufe ich bei euch.“

* **Alter & Beruf:** 35 Jahre, Lehrerin an einer Gesamtschule
* **Lebensumfeld:** Wohnt in einer mittleren Stadt, engagiert sich in sozialen Projekten und lebt vegetarisch
* **Bedürfnisse und Erwartungen:** Möchte mit dem Kauf von Kleidung einen positiven Beitrag leisten, sucht transparente, faire Marken
* **Typische Kaufentscheidungskriterien:** Soziale Verantwortung, Transparenz, faire Produktion, CO₂-Bilanz
* **Mögliche Barrieren oder Vorbehalte:** Greenwashing, unklare Herkunft der Produkte, fehlende Nachweise zur Fairness
* **Informations- und Kommunikationskanäle:** Dokumentationen, nachhaltige Markenplattformen, Social Media mit Fokus auf ethischen Konsum

-------------------------------------

**Persona 4: Timo L. – Umweltbewusster Minimalist**

**Cluster:** Umweltfreundliche Materialien  
**Zitat:** „Recycling-Material ist für mich ein Kaufargument.“

* **Alter & Beruf:** 41 Jahre, UX-Designer, Teilzeit im Homeoffice
* **Lebensumfeld:** Wohnt in Freiburg, fährt Lastenrad, lebt minimalistisch
* **Bedürfnisse und Erwartungen:** Legt großen Wert auf Ressourcenschonung und eine klare, ehrliche Materialpolitik
* **Typische Kaufentscheidungskriterien:** Recycelte Materialien, Ökobilanz, Vermeidung von Verpackungsmüll
* **Mögliche Barrieren oder Vorbehalte:** Zweifel an echter Umweltwirkung, schlechte Haptik von nachhaltigen Stoffen
* **Informations- und Kommunikationskanäle:** Nachhaltigkeitsforen, Umweltblogs, Eco-Fashion-Plattformen, Newsletter

--------------------------------

**Persona 5: Sabine T. – Komfortsuchende Online-Shopperin**

**Cluster:** Lieferung & Sortiment  
**Zitat:** „Lieferung war super schnell, aber ich finde die Größenauswahl eingeschränkt.“

* **Alter & Beruf:** 52 Jahre, kaufmännische Angestellte
* **Lebensumfeld:** Lebt mit Partner in einer Kleinstadt, bestellt fast ausschließlich online
* **Bedürfnisse und Erwartungen:** Erwartet zuverlässigen Versand, reibungslose Rücksendung, passgenaue Kleidung
* **Typische Kaufentscheidungskriterien:** Verfügbarkeit ihrer Größe, einfache Bestell- und Retourenprozesse, schnelle Lieferung
* **Mögliche Barrieren oder Vorbehalte:** Unvollständiges Sortiment, unklare Passforminformationen, lange Lieferzeiten
* **Informations- und Kommunikationskanäle:** Google Reviews, Newsletter, E-Mail, klassische Online-Shops