



*Turning Insights
into Opportunities*



The Colibri Collection

Glück und Zufriedenheit bildlich erfassen



Die Colibri Collection...

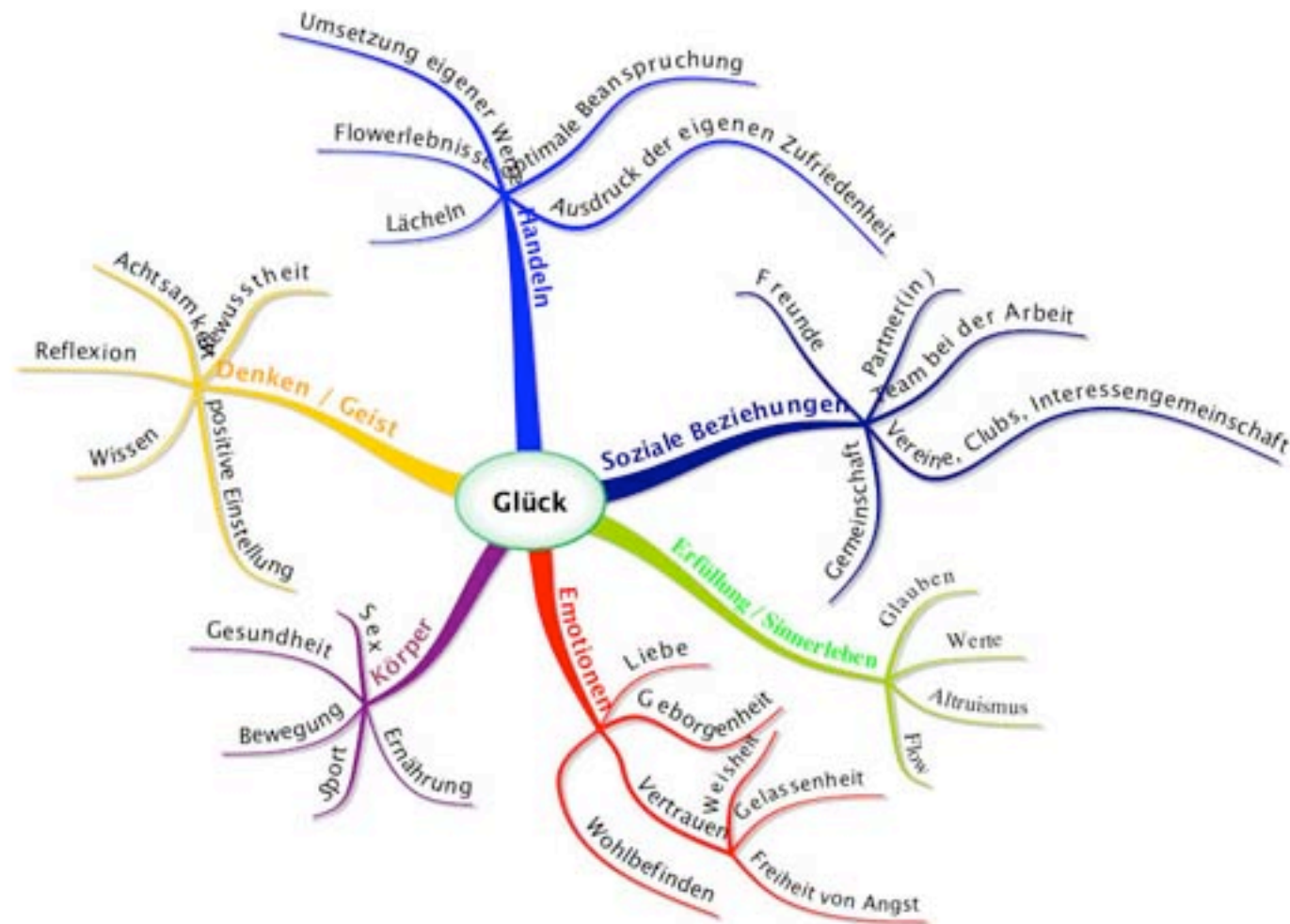
- ✈ ...ist ein qualitativ und quantitativ validierter Bilderpool zu verschiedenen Facetten von Glück und Zufriedenheit
- ✈ ...erlaubt den Transfer von Erkenntnissen der Positiven Psychologie auf das Marketing
- ✈ ...ist pragmatisch, ganzheitlich und lebensnah
- ✈ ...ermöglicht Ihnen den Zugang zu positiven, emotionalen Qualitäten jenseits rationaler Begriffe
- ✈ ...unterstützt die Exploration emotionaler und sozialer Komponenten des Markenbildes und der Kommunikation
- ✈ ...ist eine hilfreiche Brücke zwischen Marktforschung sowie strategischer Planung und Kreation

Wie alles begann...



- Colibri Research unterstützt die am 4. und 5. April 2008 stattfindende Expertenkonferenz für Glücksforschung als Kooperationspartner und
- ...erarbeitet eine Struktur für unterschiedliche Facetten von Glück und Zufriedenheit
 - ☺ im persönlichen Austausch mit internationalen Experten aus Psychologie, Soziologie, Philosophie, Ökonomie, Religionswissenschaften, Personalentwicklung, Coaching und Unternehmensberatung
 - ☺ Initiiert und moderiert einen Experten-Workshop zum Thema ‚Quellen des Glücks‘, aus dem das Psychologische Strukturmodell hervorgeht
- Experten bewerten eine Auswahl von vorselektierten Visuals durch (N=60 Bilder): das erste Bilderset entsteht.

Psychologisches Strukturmodell von Glück und Zufriedenheit





Die qualitative Validierung

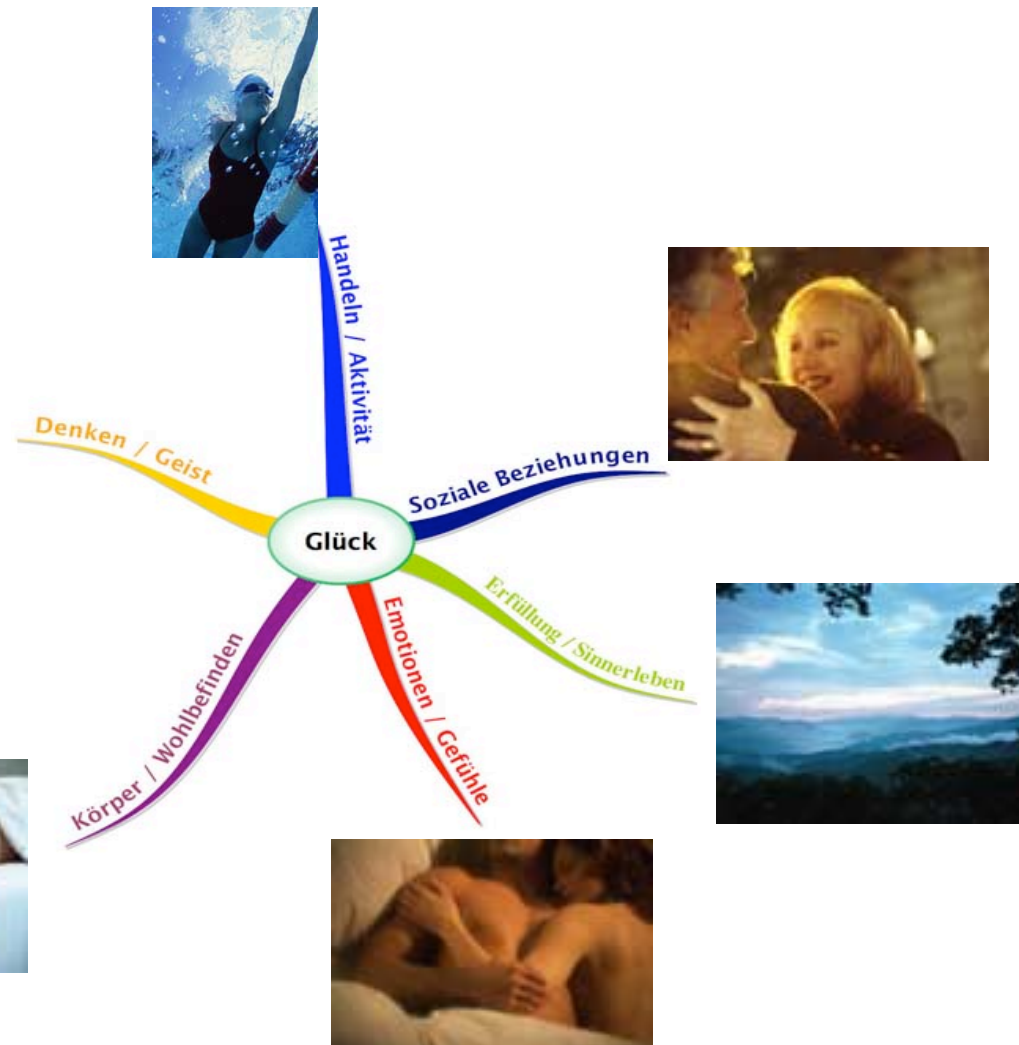
- ✈ Durchführung von 28 Tiefeninterviews mit
 - 50% Frauen und 50% Männern
 - Von 16 bis 60 Jahren
 - Mix der Lebens- und familiären Situation
 - Mix hinsichtlich Bildungs- und Einkommensniveau
 - Mix Großstadt, Kleinstadt, ländliche Gegenden
 - Mix West-, Ost-, Nord- und Süddeutschland
- ✈ Mit kreativen und explorativen Techniken überprüfen wir das Strukturmodell und gehen vertiefend der Frage nach: ‚Was bedeutet für mich Glück und Zufriedenheit?‘...
- ✈ ...und erkunden, wie gut die Bilder aus dem Bilderset diese Aspekte visuell transportieren



Die quantitative Validierung

- Durchführung von 100 Interviews online durch Toluna
- Repräsentativ gewichtet hinsichtlich Alter (18-55 Jahre), Geschlecht, Einkommens- und Bildungsniveau
- Evaluation jedes Visuals hinsichtlich
 - Gemeinschaft / Zusammensein
 - Emotion / Gefühl
 - Denken / Geist
 - Erfüllung / Sinn
 - Spiritualität / Glaube
 - Handlung / Aktivität
 - Glück / Zufriedenheit
- Auswertung mittels Korrelations-, Regressions- und Faktorenanalysen

Strukturmodell und exemplarische Visuals der Coibri Collection



Die Colibri Collection kann eingesetzt werden...



- ...als Grundlage für die Gestaltung von **Moodboards** (z.B. bei der Entwicklung von Kommunikationsstrategien)
- ...als **non-verbales Instrument** zur Bestimmung von Glück und Zufriedenheit (z.B. als Produktbenefit, in der Werbewirkungsforschung, beim POS Design)
- ...zur differenzierten visuellen Darstellung von **Markenkernelementen** (z.B. Positionierungsstudien, Markenkernanalysen, Imagestudien)
- ...als Stimulus **bei innovationsbegleitenden Studien** (z.B. als Ice Breaker, zur Stimulation kreativer und emotionaler Prozesse)



- ✓ Sprachunabhängigkeit erleichtert **emotionalen** Zugang
- ✓ Einsetzbar **für unterschiedlichste Zielgruppen**
- ✓ Setzt relevante Bereiche von Glück und Zufriedenheit **verständlich und klar** in Bildern um
- ✓ Gründet sich auf **gesicherte** Erkenntnisse der Positiven Psychologie und Ökonomie
- ✓ Verankerung in **Psychologischem Strukturmodell**
- ✓ Gesicherte Interpretation durch qualitative und quantitative **Validierung** der Visuals
- ✓ **Gewichtung** der einzelnen Faktoren für Glück und Zufriedenheit
- ✓ Erlaubt **geschlechts- und altersspezifische** Auswahl geeigneter Visuals



*Turning Insights
into Opportunities*

**„Es gibt Nichts Gutes, außer man tut es“ (Erich Kästner)
Nutzen Sie die Stärken der Colibri Collection für Ihre Vorhaben!**

Dr. Ute Rademacher
Inhaberin Colibri Research
+ 49 (0)40 – 46 96 68 82
info@colibri-research.de
www.colibri-research.de

