
PRESSEMITTEILUNG

Zur sofortigen Veröffentlichung | Unterkulm, August 2026

Schweizer Neuheit: Erstes Workbook verbindet Nudging mit Persönlichkeitstypologie für KMU

Stefan Märki veröffentlicht "The Nudge Matrix" – das erste deutschsprachige Praxis-Workbook, das verhaltenswissenschaftliche Prinzipien systematisch mit dem Persönlichkeitsmodell DISG verknüpft. Wissenschaftliche Grundlage liefert eine aktuelle Studie der HSLU (Zangger, 2026) mit 119 Schweizer KMU.

Unterkulm AG – Fast die Hälfte der Schweizer KMU kennt den Begriff Nudging nicht. Gleichzeitig schätzen über 60 Prozent das Potenzial dieser Methode als hoch ein. Niemand der Befragten sagt, dass Nudging keinen Mehrwert hat. Diese Lücke zwischen Potenzial und Praxis schliesst nun das Workbook "The Nudge Matrix" von Stefan Märki, Geschäftsführer der Märketing GmbH.

Was ist Nudging?

Nudging bedeutet, die Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass Botschaften besser ankommen. Ohne Druck, ohne Manipulation. Die Methode basiert auf den Erkenntnissen der Verhaltensökonomie und Psychologie, insbesondere auf den Arbeiten von Robert Cialdini, Daniel Kahneman sowie Richard Thaler, der 2017 den Wirtschaftsnobelpreis für seine Forschungen zur Verhaltensökonomie erhielt.

"Nudging ist keine neue Marketingstrategie", erklärt Märki. "Es ist eine Optimierung bestehender Kommunikation. Kleine Anpassungen, grosse Wirkung."

Wissenschaftliche Grundlage aus der Schweiz

Das Workbook stützt sich auf eine aktuelle Bachelorarbeit, die unter Ko-Begleitung des Autors entstanden ist. 119 Schweizer KMU wurden befragt, wie sie Nudging in ihrer Marketingkommunikation einsetzen und wahrnehmen.

Die Ergebnisse sind eindeutig: 47.9 Prozent kennen den Begriff Nudging nicht. 89.8 Prozent jener, die Nudging bereits anwenden, tun dies bewusst und bewerten die Wirkung als signifikant höher. 60.5 Prozent schätzen das Potenzial als hoch ein. Und niemand der Befragten sagt, dass Nudging keinen Mehrwert hat.

"Diese Zahlen zeigen, wie gross die Lücke zwischen Potenzial und Praxis in der Schweizer KMU-Landschaft ist", sagt Märki. "Genau diese Lücke wollen wir schliessen."

Die Schweizer Synthese: Cialdini trifft DISG

Das Workbook geht über die klassische Vermittlung von Nudging-Prinzipien hinaus. Es verknüpft die sechs Prinzipien von Robert Cialdini systematisch mit den vier Verhaltensstilen nach William Moulton Marston (DISG: Dominant, Initiativ, Stetig, Gewissenhaft).

Diese Synthese basiert auf Märkis über zehnjähriger Erfahrung mit Persönlichkeitstypologien, seinem CAS Angewandte Psychologie an der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) und einem Innovations-Check an der FHNW Olten (2022).

"Die meisten Bücher zu Nudging zeigen die Prinzipien. Aber sie verraten nicht, welches Prinzip bei welchem Menschen am besten wirkt. Genau das machen wir", erklärt Märki. "Konkret lernen Lesende, wie sie die gleiche Botschaft in vier verschiedene Versionen verpacken können, um alle Persönlichkeitstypen zu erreichen."

Für KMU, Selbstständige und Marketingverantwortliche

Das Workbook richtet sich an alle, die in ihrem KMU-Verantwortung für Kommunikation tragen. Es bietet:

- Über 60 Seiten mit konkreten Werkzeugen für den Marketing-Alltag
- Alle sechs Cialdini-Prinzipien mit Schweizer Beispielen und echten Geschichten
- Die systematische Verknüpfung der Prinzipien mit den vier DISG-Persönlichkeitsstilen
- Anwendungen für Social Media, Webseite, Newsletter, Offerten und Verkaufsgespräche
- Elf strukturierte Übungen mit Schreibplatz
- Einen umsetzbaren 30-Tage-Plan

"Wir wollten kein weiteres Marketing-Buch", betont Märki. "Wir wollten ein Workbook, dass man aktiv durcharbeitet. Eines, das nach 30 Tagen spürbare Veränderung bringt."

Über Stefan Märki und The Nudge Matrix

Stefan Märki ist Geschäftsführer der Märketing GmbH in Unterkulm AG. Er absolvierte den CAS Angewandte Psychologie für Strategie, Kommunikation und Marketing an der FHNW und beschäftigt sich seit über zehn Jahren mit Persönlichkeitstypologien. 2022 schloss er einen Innovations-Check an der FHNW Olten ab, der sich mit der Ableitung von Sprachmerkmalen aus Persönlichkeitsmodellen befasste. Zudem ist er Ko-Begleiter einer aktuellen Bachelorarbeit zum Thema Nudging und Teil eines laufenden Forschungsprojekts an Hochschule Luzern.

Mit der Marke The Nudge Matrix bündelt er sein Wissen rund um verhaltenswissenschaftliches Marketing für Schweizer KMU.

Verfügbarkeit

Das Workbook ist als PDF-Download für CHF 49.- erhältlich. Für alle, die das Maximum wollen, gibt es eine Premium-Variante inklusive 30-Minuten-Coaching mit dem Autor für CHF 249.-.

Bestellung und Informationen unter www.the-nudge-matrix.ch/workbook.

Zitat des Autors

"Mein Marketing funktioniert heute so, wie ich es möchte. Weil ich weiss, warum es wirkt. Genau diesen Weg möchte ich mit anderen teilen."

Stefan Märki, Autor

PRESSEKONTAKT

Stefan Märki

Märketing GmbH / The Nudge Matrix

Telefon: +41 79 355 85 51

E-Mail: info@maerkiting.ch

Web: www.the-nudge-matrix.ch

B I L D M A T E R I A L

Druckfähige Bilder von Autor und Workbook werden auf Anfrage zugestellt oder können unter <http://www.the-nudge-matrix.ch/presse> heruntergeladen werden.

I N T E R V I E W - A N F R A G E N

Stefan Märki steht für Interviews zu folgenden Themen gerne zur Verfügung:

- Nudging im Schweizer KMU-Marketing
- Verhaltenswissenschaftliches Marketing
- Persönlichkeitsbasierte Kommunikation
- Die Lücke zwischen Marketingpotenzial und Praxis in Schweizer KMU

– Ende der Pressemitteilung –