

NAVIGATOR

Der Newsletter von SINUS SOCIOVISION

Ausgabe 2/2007

Insight

Migranten-Milieus in Deutschland

Über 15 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund gibt es in Deutschland. Wer sind diese Migranten? Wie leben sie? Welche Wertvorstellungen haben sie?

Gesponsert von einem Auftraggebergremium aus Politik, Medien und Verbänden hat Sinus Sociovision 2006/2007 eine qualitative Untersuchung der Lebenswelten von Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland durchgeführt. Ergebnis ist die Identifikation und Beschreibung von acht unterschiedlichen Migranten-Milieus.

Der Sinus-Milieuansatz beruht auf drei Jahrzehnten sozialwissenschaftlicher Forschung und orientiert sich an der Lebensweltanalyse moderner Gesellschaften. Die Sinus-Milieus[®] gruppieren Menschen, die sich in ihrer Lebensauffassung und Lebensweise ähneln. Grundlegende Wertorientierungen gehen dabei ebenso in die Analyse ein wie Alltagseinstellungen – zur Arbeit, zur Familie, zur Freizeit, zu Medien, zu Geld und Konsum.

Die Sinus-Milieus[®] rücken den Menschen und seine Lebenswelt ganzheitlich ins Blickfeld. Und sie bieten deshalb den Anwendern in Politik und Marketing mehr strategische Informationen und bessere Entscheidungshilfen als herkömmliche Zielgruppenansätze.

Sinus-Milieus[®] gibt es derzeit in 18 Ländern (von USA bis China) und zum ersten Mal jetzt auch für die Migranten-Population in Deutschland.

Die "Kartoffelgrafik"

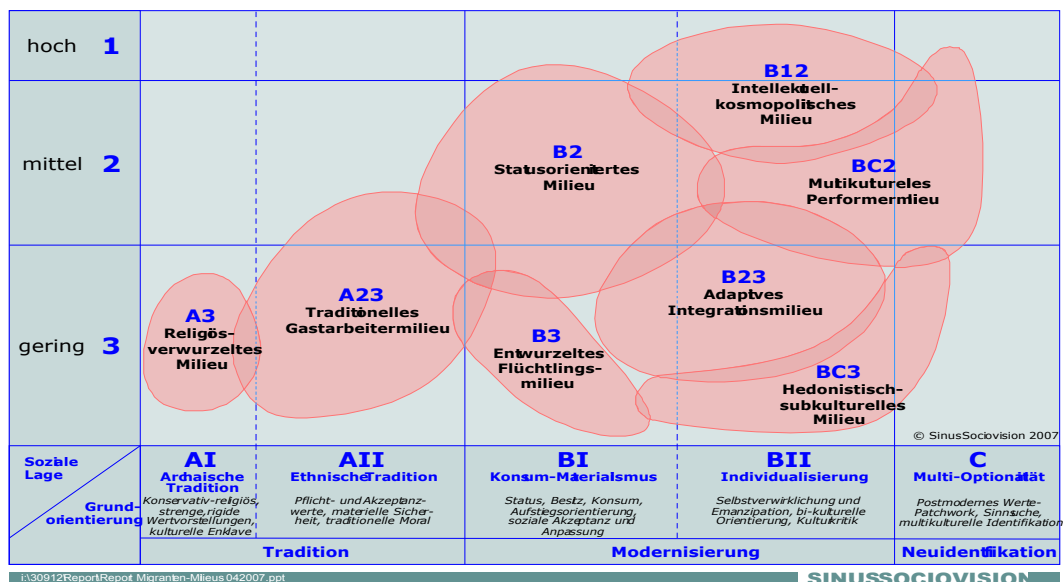
Seit vielen Jahren ist die Landkarte der Sinus-Milieus als "Kartoffelgrafik" bekannt. Wie man sieht, ergeben acht "Kartoffeln", eine für jedes Milieu, ein

modellhaftes Abbild der sozialen Schichtung und der Wertestruktur unserer Migranten-Population: Je höher ein Milieu in dieser Grafik angesiedelt ist, desto gehobener sind Bildung, Einkommen und Berufsgruppe; je weiter rechts es positioniert ist, desto moderner ist die Grundorientierung.

In dieser strategischen Landkarte können Produkte, Marken, Medien etc. positioniert werden.

1

Die Migranten-Milieus in Deutschland 2007 Soziale Lage und Grundorientierung



Einige Beispiele: Sinus A3, das "Religiös-verwurzelte Milieu", ist eine archaische, bäuerlich geprägte Lebenswelt, die in den sozialen und religiösen Traditionen der Herkunftskultur verhaftet bleibt. Wichtig sind das Bewahren der kulturellen Identität, die Familienehre, die Erfüllung der religiösen Pflichten und eine strikte Moral.

Dagegen steht Sinus B23, das "Adaptive Integrationsmilieu", mitten im Prozess der Modernisierung. Bei diesem Milieu handelt es sich um die pragmatische moderne Mitte der Migranten-Population, die nach sozialer Integration und einem harmonischen Leben in gesicherten Verhältnissen strebt.

Sinus BC2, das "Multikulturelle Performermilieu", ist ein junges, flexibles und leistungsorientiertes Milieu mit bi- bzw. multikulturellem Selbstbewusstsein, das auf Autonomie, beruflichen Erfolg und intensives Leben gepolt ist.

Ihr Unternehmen / Ihre Institution kann sich an der Studie beteiligen!

Die Forschungsarbeiten der qualitativen Projektphase sind abgeschlossen. Ein umfangreicher Ergebnisbericht liegt vor. Als nächster Forschungsschritt ist eine Quantifizierung des Modells geplant, um die Migranten-Milieus auf Basis repräsentativer Daten zu validieren und ihre Größe und Struktur zu bestimmen.

Wenn Sie Interesse haben, kann sich Ihr Unternehmen / Ihre Institution jetzt noch an der Studie beteiligen.

Kontaktieren Sie dazu bitte Dr. Carsten Wippermann bei Sinus Sociovision, Tel. 06221 – 808933, **E-Mail:** carsten.wippermann@sociovision.de

Hier ist der Steckbrief der Studie "Migranten in Deutschland"

Ziel der Studie:

Untersuchung der Lebenswelten von Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland

Entwicklung eines Migranten-Milieumodells (Sinus-Milieus Migranten)

Studientyp:

Multi-Client-Studie

Methode:

Qualitative sozialwissenschaftliche Studie mit ca. 100 mehrstündigen Lebensweltexplorationen

Grundgesamtheit:

Rund 15 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland

Untersuchungszeitraum:

- Vorarbeiten, Desk Research und Setup der Studie bis Ende September 2006
- Erhebung und Analyse: Oktober 2006 bis April 2007
- Sperrfrist für Veröffentlichung: 30.6.2007

Kosten für eine Beteiligung an der Studie:

15.000 Euro (zzgl. MwSt.)

Leistungen:

- Schriftlicher Bericht über die Ergebnisse der Studie einschließlich eines Informationspakets zu den Lebenswelten / Milieus der Menschen mit Migrationshintergrund
- Präsentationsworkshop für die Bezieher der Studie

Auftraggeber (Stand: 1.1.2007):

- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
- Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW
- MW Malteser Werke eGmbH
- SWR Südwestrundfunk, Medienforschung / Programmstrategie
- vhw Bundesverband für Wohneigentum und Stadtentwicklung e. V.

Kontakt:

Dr. Carsten Wippermann
Sinus Sociovision GmbH
Ezenvillestraße 59
69118 Heidelberg
Tel.: 06221-8089-33
Fax: 06221-8089-25
E-Mail: carsten.wippermann@sociovision.de