

Schweizer haben ihre eigenen Milieus

Seit Juli 2003 sind die schweizerischen Sinus-Milieus auch im Fernsehpanel verfügbar. Die drei Sprachregionen offenbaren unterschiedliche Wertorientierungen, aber identische Milieustrukturen. Die Fernsehnutzungsmuster zeigen Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu Deutschland.

Sinus-Milieu Schweiz

Seit den 70er Jahren hat Sinus Sociovision in Deutschland das Zielgruppenmodell der Sinus-Milieus entwickelt, das Menschen zusammenfasst, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln. Ab April 2000 kann auch auf Basis des GfK Fernsehpanels milieubezogen analysiert werden. 2002 wurden die Sinus-Milieus für die Schweiz erhoben. Seit Juli 2003 sind die Daten auch im IHA Fernsehpanel verfügbar.

Mit Blick auf die drei schweizerischen Sprachregionen lassen sich eine Reihe von Unterschieden in der jeweils dominierenden Wertorientierung feststellen. In der Deutschschweiz dominieren Leistungsbeusstsein, Selbstvertrauen in die eigenen Fähigkeiten sowie Zukunfts- und Technikoptimismus. Neben einer ausgeprägten Status- und Prestigeorientierung ist allerdings auch ein nicht geringes Maß an ökologischem und sozialem Bewusstsein in der deutschsprachigen Schweiz anzutreffen.

Demgegenüber ist die Westschweiz geprägt durch Erlebnisorientierung, Lebensgenuss und Savoir-vivre. Mehr als in anderen schweizerischen Landesteilen wird selbstbewusst eine eigene regionale Identität betont, ohne dass dies jedoch zu Abschottungstendenzen führt – die französischsprachigen Kantone zeigen sich generell weltoffen.

Im italienischsprachigen Tessin (wie auch in der Westschweiz) besitzt das Streben nach Status und Prestige eine deutlich geringere Bedeutung. Traditionelle Werte bezogen auf Arbeitsethos, Geschlechterrollen und christliche Ethik bestimmen demgegenüber deutlich das Alltagsbewusstsein der Tessiner Bevölkerung. Eine ausgeprägte Familienorientierung, das Bedürfnis nach Harmonie treffen jedoch auf ausgeprägte Zukunftsängste, ökonomisch wie auch sozial zurückzufallen.

Trotz dieser Unterschiede in der Wertorientierung zwischen den drei Sprachregionen hat sich jedoch bei der

Entwicklung des Sinus-Milieu-Modells für die Schweiz klar gezeigt, dass die verschiedenen Mentalitäten nicht zur Etablierung regionspezifischer Milieumodelle führen – mit anderen Worten, die Milieustrukturen sind in den Sprachregionen identisch. Allerdings unterscheidet sich die Größe einzelner Milieus in den Sprachregionen zum Teil doch recht erheblich.

Während der prozentuale Anteil Postmaterieller, der Bürgerlichen Mitte und der Experimentalisten in allen Landesteilen vergleichbar ist, sind die Arrivierten, die Statusorientierten und die Modernen Performer am stärksten in der Deutschschweiz vertreten. Die Eskapisten und Konsumorientierten Arbeiter haben ihre höchsten Anteile in der Westschweiz, die Genügsamen Traditionellen im Tessin.

Ein Vergleich des schweizerischen mit dem deutschen Milieumodell offenbart auf den ersten Blick grob strukturelle und inhaltliche Gemeinsamkeiten. Vor allem die jungen Milieus – von den leistungsorientierten Modernen Performern, über die kreativen Experimentalisten bis zu den Spaß-orientierten Eskapisten – sind nahezu identischen Zuschnitts. Auch die Postmateriellen sowie die moderne Unterschicht sind in beiden Ländern – bezogen auf ihre Wertorientierung – sehr ähnlich.

Anders verhält es sich im traditionellen Segment. In der Schweiz teilt sich dieses in das traditionelle (Klein-)Bürgertum und in die teilweise ländlich ge-

Deutsche Privatsender locken Moderne Performer

Milieuspezifische TV-Senderaffinitäten in der Deutschschweiz					
	SF1 (28,10)	SF2 (7,40)	RTL (7,80)	Sat 1 (6,10)	Pro Sieben (5,20)
Leitmilieu					
Arrivierte	100	108	100	90	81
Postmaterielle	114	108	74	87	69
Moderne Performer	57	101	142	115	192
Traditionelle Milieus					
Traditionell-Bürgerliche	140	80	76	90	23
Genügsame Traditionelle	120	107	91	92	46
Moderne Mainstream					
Statusorientierte	113	100	100	105	81
Bürgerliche Mitte	99	95	110	95	112
Konsumorientierte Arbeiter	99	120	91	84	87
Unkonventionelle Milieus					
Experimentalisten	50	109	110	136	221
Eskapisten	66	104	106	116	163

nach Index, Durchschnitt = 100; Werte in Klammern: Marktanteil in Prozent
Quelle: Sinus Sociovision / IHA Telecontrol / Juli-Dezember 2003

prägte traditionelle Arbeiterkultur. In Deutschland hingegen hat der industrielle Strukturwandel der letzten 20 Jahre zu einem deutlichen Schrumpfen des traditionellen Arbeitermilieus geführt, sodass dieses Milieu quasi nicht mehr existiert ist. Demgegenüber findet sich in Deutschland ein gehobenes, konservatives und humanistisch geprägtes Bildungsbürgertum, das es in dieser Weise in der Schweiz nicht gibt.

Der mittlere und gehobene moderne Mainstream in der Schweiz wird durch zwei Milieus repräsentiert, nämlich das der Bürgerlichen Mitte sowie der Statusorientierten. Während die Bürgerliche Mitte auch in Deutschland vertreten ist und in puncto Lebensstil identische Züge aufweist, so ist ein leistungs- und statusorientierter moderner Mainstream in Deutschland als eigenständiges Milieu nicht mehr vorhanden.

Eine weitere Differenzierung bezieht sich auf die moderne Elite. Die Arrivierten in der Schweiz pflegen, wie ihr Pendant in Deutschland (Etablierte) einen distinktierten Lebensstil und zeichnen sich durch ein modernes Wirtschaftlichkeits- und Leistungsdenken aus. Anders als die Etablierten in Deutschland sind die Arrivierten jedoch geprägt durch eine stärker genussorientierte Lebensführung (Savoir-vivre) – mit durchaus postmateriellen Anklängen.

Bei einem Vergleich der Fernsehnutzung in Deutschland und der Deutschschweiz zeigen sich nicht nur Divergenzen in der Nutzungsdauer – durchschnittlich 217 gegenüber 147 Minuten pro Tag –, sondern auch Milieuunterschiede. Die höchste Nutzungsrate liegt im traditionellen Mainstream sowie in der modernen Unterschicht vor. Demgegenüber weisen die jüngeren, mobilen und nach Bildung gehobenen Milieus eine unterdurchschnittliche TV-Nutzung auf.

Diese Struktur findet sich auch im Wesentlichen in der Deutschschweiz wieder. Die intensivste Fernsehnutzung ist hier bei den Traditionell-Bürgerlichen sowie den Konsumorientierten Arbeitern zu verzeichnen. Die Postmateriellen und die Experimentalisten stehen am Ende der Nutzungsskala. Die Modernen Performer weisen allerdings in der Schweiz eine durchschnittliche Nutzungsintensität auf.

Auch die Senderaffinitäten in der Deutschschweiz und in Deutschland zeigen aus der Milieuperspektive ein sehr ähnliches Bild. SF 1 rekrutiert seine Seherchaft vor allem aus den traditionellen Milieus, den Statusorientierten sowie den Postmateriellen. Deutlich unterrepräsentiert sind alle modernen, jüngeren Milieus. Diese Milieustruktur findet sich auch in Deutschland bei ARD und ZDF. SF 2 erreicht im Vergleich zu SF 1 die modernen Milieus besser, die traditionellen Milieus haben jedoch gleichzeitig leicht an Bedeutung verloren.

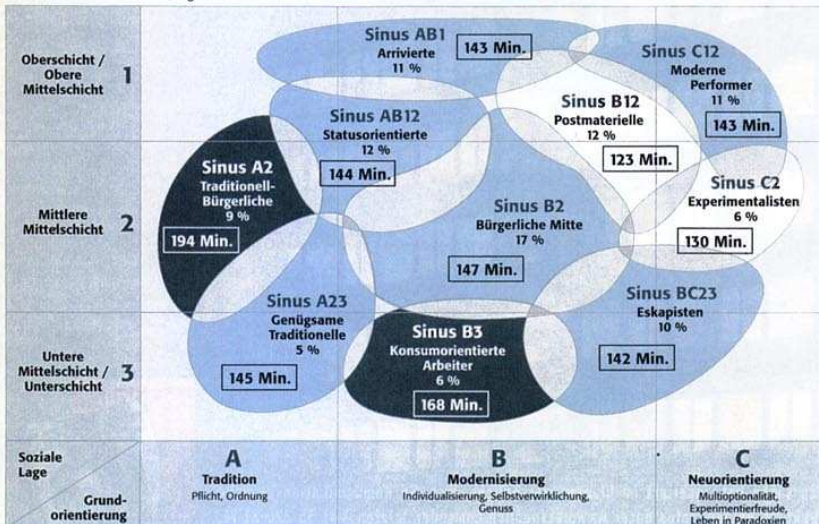
Über ein sehr spitzes, pointiertes Milieuprofil verfügt Pro Sieben in beiden Ländern. Die höchste Senderaffinität zeigt sich bei den Experimentalisten, gefolgt von den Modernen Performern sowie den Eskapisten/Hedonisten. RTL weist in der Deutschschweiz und in Deutschland ein vergleichbares Milieuprofil auf. Geringe Affinitätswerte bei den traditionellen Milieus und den Postmateriellen treffen auf eine größere Attraktivität im modernen Mainstream und bei den jungen Milieus – bei den Letzteren jedoch nicht so stark ausgeprägt wie bei Pro Sieben. Sat 1 besitzt in beiden Ländern eine in etwa ähnliche Milieustruktur wie RTL, wobei das Milieuprofil in der Deutschschweiz etwas stärker von der deutschen Milieustruktur abweicht. Der Autor Wolfgang Plöger ist Direktor für Forschung und Beratung bei Sinus Sociovision in Heidelberg.

Schweizer sind andere Fernsehtypen

Milieuspezifische TV-Nutzungsdauer in der Deutschschweiz

Durchschnittswert: 147 Min./Tag

■ überdurchschnittlich ■ durchschnittlich □ unterdurchschnittlich



Quelle: Sinus Sociovision / IHA Telecontrol / Juli bis Dezember 2003