

Überblick über die verfügbaren Informationen pro Sinus-Milieu

Seitenangaben	Sozial gehobene Milieus				Milieus der Mitte			Milieus der unteren Mitte / Unterschicht		
	KET	LIB	PER	EPE	ADA	SÖK	BÜM	TRA	PRE	HED
☰ Kurzprofil	25	42	59	76	93	110	127	144	161	178
☰ Grundorientierung	26	43	60	77	94	111	128	145	162	179
☰ Typische Vertreter	27	44	61	78	95	112	129	146	163	181
☰ Wichtige Fakten im Überblick	28	45	62	79	96	113	130	147	164	183
☰ Werteprofil & wichtige Lebensgüter	29	46	63	80	97	114	131	148	165	184
☰ Identität & Weltsicht	30	47	64	81	98	115	132	149	166	185
☰ Zukunftsperspektiven	31	48	65	82	99	116	133	150	167	186
☰ Freizeitaktivitäten	32	49	66	83	100	117	134	151	168	187
☰ Aussagen zu ...										
• Geldanlagen und Versicherungen	33	50	67	84	101	118	135	152	169	188
• Einkauf und Konsum	34	51	68	85	102	119	136	153	170	189
• Ernährung	35	52	69	86	103	120	137	154	171	190
• Gesundheit	36	53	70	87	104	121	138	155	172	191
• Ökologie und Nachhaltigkeit	37	54	71	88	105	122	139	156	173	192
☰ Persönlichkeitsfaktoren	38	55	72	89	106	123	140	157	174	193
☰ Digitalisierung	39	56	73	90	107	124	141	158	175	194
☰ Verteilung in Deutschland: Sinus-Geo-Milieus®	40	57	74	91	108	125	142	159	176	195

Vorschau
Basis-Paket

Überblick über die verfügbaren Informationen pro Sinus-Milieu

Seitenangaben	Sozial gehobene Milieus				Milieus der Mitte			Milieus der unteren Mitte / Unterschicht		
	KET	LIB	PER	EPE	ADA	SÖK	BÜM	TRA	PRE	HED
☐ Kurzprofil	21	46	71	96	121	146	171	196	221	246
☐ Wichtige Fakten im Überblick	22	47	72	97	122	147	172	197	222	247
☐ Mediennutzer-Typologie	23	48	73	98	123	148	173	198	223	248
☐ Medien-Nutzung und Kontaktintensität	24	49	74	99	124	149	174	199	224	249
☐ Anforderungen an Medien allgemein	25	50	75	100	125	150	175	200	225	250
☐ Mediale Touchpoints	26	51	76	101	126	151	176	201	226	251
☐ Internet-Nutzung	27	52	77	102	127	152	177	202	227	252
☐ Gerätenutzung und Anwendungen	28	53	78	103	128	153	178	203	228	253
☐ Einstellung zu Internet/Soziale Netzwerke	29	54	79	104	129	154	179	204	229	254
☐ Soziale Netzwerke/Communities/Blogs	30	55	80	105	130	155	180	205	230	255
☐ App-Nutzung	31	56	81	106	131	156	181	206	231	256
☐ Online-Angebote	32	57	82	107	132	157	182	207	232	257
☐ Nutzung Digitaler Dienste	35	60	85	110	135	160	185	210	235	260
☐ TV-Präferenzen	36	61	86	111	136	161	186	211	236	261
☐ Einstellung zum Thema Print-Medien	37	62	87	112	137	162	187	212	237	262
☐ Media-Verhalten Print	38	63	88	113	138	163	188	213	238	263
☐ Themeninteresse Zeitschriften/Zeitungen	39	64	89	114	139	164	189	214	239	264
☐ Informationsquellen für den Kauf	40	65	90	115	140	165	190	215	240	265
☐ Informations- & Kaufverhalten im Internet	41	66	91	116	141	166	191	216	241	266
☐ Werbung in Medien/Internet	42	67	92	117	142	167	192	217	242	267

Vorschau
Medien-Paket

Überblick über die verfügbaren Informationen pro Sinus-Milieu

Seitenangaben	Sozial gehobene Milieus				Milieus der Mitte			Milieus der unteren Mitte / Unterschicht		
	KET	LIB	PER	EPE	ADA	SÖK	BÜM	TRA	PRE	HED
☐ Kurzprofil	21	44	67	90	113	136	159	182	205	228
☐ Wichtige Fakten im Überblick	22	45	68	91	114	137	160	183	206	229
☐ Lebensstil	23	46	69	92	115	138	161	184	207	230
☐ Typische Vertreter	24	47	70	93	116	139	162	185	208	231
☐ Lebenswelt-Collage	25	48	71	94	117	140	163	186	209	232
☐ Persönlichkeitsfaktoren/Lebensbereiche	26	49	72	95	118	141	164	187	210	233
☐ Wohnwelt und Ausstattung	27	50	73	96	119	142	165	188	211	234
☐ Freizeitaktivitäten	28	51	74	97	120	143	166	189	212	235
☐ Mobilität	29	52	75	98	121	144	167	190	213	236
☐ Urlaub und Reisen	30	53	76	99	122	145	168	191	214	237
☐ Aussagen zu Einkaufen und Konsum	31	54	77	100	123	146	169	192	215	238
☐ Bestellhäufigkeit	32	55	78	101	124	147	170	193	216	239
☐ Konsum-Collage	33	56	79	102	125	148	171	194	217	240
☐ Einkaufsstätten	34	57	80	103	126	149	172	195	218	241
☐ Aussagen zu Mode und Bekleidung	36	59	82	105	128	151	174	197	220	243
☐ Produktinformationsinteresse	37	60	83	106	129	152	175	198	221	244
☐ Marke-Preis-Beachtung	38	61	84	107	130	153	176	199	222	245
☐ Mediennutzung	39	62	85	108	131	154	177	200	223	246
☐ Kommunikationsbeispiele	40	63	86	109	132	155	178	201	224	247
☐ Markenaffinität	42	65	88	111	134	157	180	203	226	249

**Vorschau
Infopaket „Konsum & Lifestyle“**