

sinus:

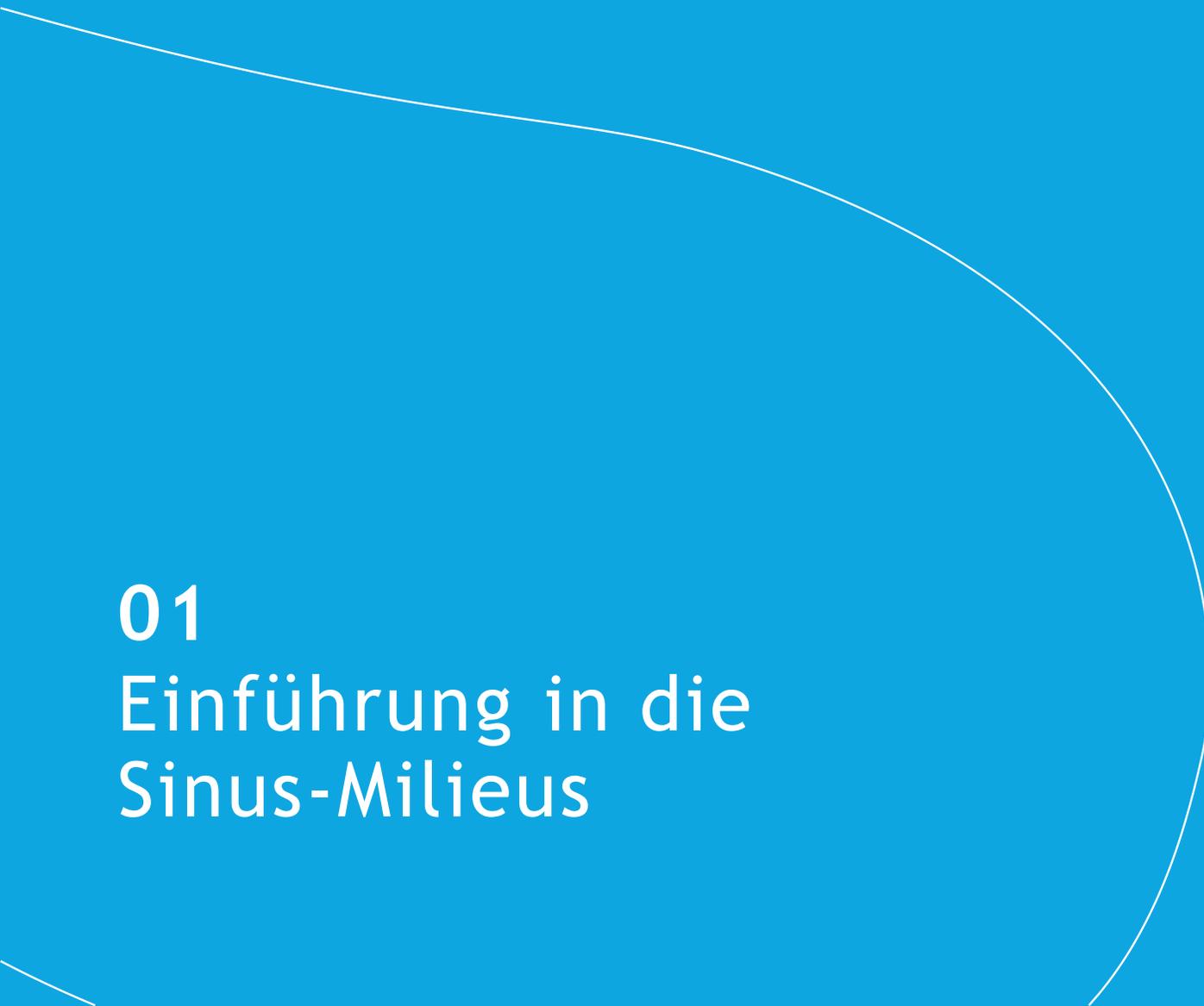
SINUS-Angebot

Milieu-Boost

Die Sinus-Milieus als Zielgruppenverstärker für Ihre Studien

2023



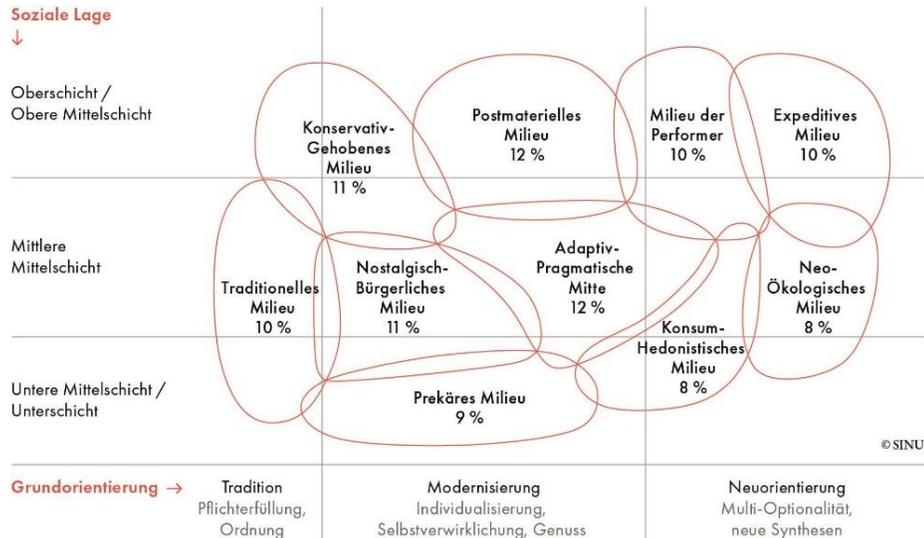


01

Einführung in die
Sinus-Milieus

Was sind Sinus-Milieus?

Die Sinus-Milieus gelten als Goldstandard der Zielgruppen-Segmentation.



Die Sinus-Modelle sind grafisch alle sehr ähnlich aufgebaut („Kartoffelgrafik“). In der vertikalen Achse ist die soziale Lage dargestellt und in der horizontalen Achse die Wertorientierung. Je höher ein Milieu angesiedelt ist, desto gehobener sind Bildung, Einkommen und Berufsgruppe; je weiter nach rechts es sich erstreckt, desto moderner im soziokulturellen Sinn ist die Grundorientierung.

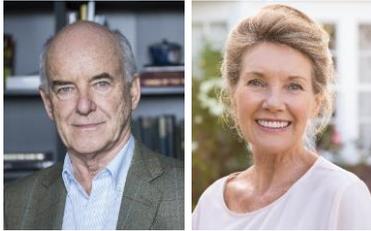
Die Sinus-Milieus sind ein Gesellschaftsmodell.

Die Sinus-Milieus wurden von SINUS vor über 40 Jahren entwickelt. Sie fassen Menschen mit ähnlichen Werten und einer vergleichbaren sozialen Lage zu „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammen. Die Übergänge zwischen den Milieus sind dabei fließend. Wir nennen das die „Unschärferelation der Alltagswirklichkeit“.

Die Sinus-Milieus verdeutlichen, was die verschiedenen Lebenswelten bewegt (Werte, Lifestyles) - und wie sie bewegt werden können (Medien- und Kommunikationspräferenzen). In der Milieu-Landkarte können Produkte, Marken, Parteien, Medien etc. positioniert werden.

Kurzvorstellung der Sinus-Milieus®

Übersicht



Konservativ-Gehobenes Milieu
Die alte strukturkonservative Elite



Postmaterielles Milieu
Engagiert-souveräne Bildungselite mit postmateriellen Wurzeln



Milieu der Performer
Die effizienzorientierte und fortschrittsoptimistische Leistungselite



Expeditives Milieu
Die ambitionierte kreative Bohème



Neo-Ökologisches Milieu
Die Treiber der globalen Transformation



Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte
Der moderne Mainstream



Konsum-Hedonistisches Milieu
Die auf Konsum und Entertainment fokussierte (untere) Mitte



Prekäres Milieu
Die um Orientierung und Teilhabe bemühte Unterschicht



Nostalgisch-Bürgerliches Milieu
Die harmonieorientierte (untere) Mitte



Traditionelles Milieu
Die Sicherheit und Ordnung liebende ältere Generation

Warum ist der Milieu-Ansatz sinnvoll?

Der Milieuansatz verfeinert rein demografische Analysen um die Werteperspektive

- Die Sinus-Milieus beschreiben differenziert die Lebenswelt eines Menschen, denn die Unterschiedlichkeit von Lebensstilen ist oft bedeutsamer für Konsum- und Markenpräferenzen als sozioökonomische Lebensbedingungen.
- Soziale Zugehörigkeit wird heute nicht nur von sozioökonomischen, schichtspezifischen Kriterien geprägt, sondern v.a. auch von Lebensstil-Gemeinsamkeiten. Das Modell der Sinus-Milieus basiert auf den Wertorientierungen, Lebensstilen und ästhetischen Präferenzen, berücksichtigt aber auch die soziale Lage.
- Von Beginn an wurden deshalb auch Alltagsästhetik und Stilpräferenzen in den Sinus-Milieus systematisch untersucht, beschrieben und fotografisch oder per Video dokumentiert.
- Dieses Bildmaterial wird genutzt, um stilistischen Wandel präziser zu verstehen, um Produkte, Strategien und Kommunikation darauf abzustimmen - und nicht zuletzt auch als anschauliche Hilfe bei Mitarbeiterschulungen (Marketing, Vertrieb) und Werbe-Briefings für Agenturen.



Typische Wohnwelt *Konservativ-Gehobene*



Typische Wohnwelt *Postmaterielle*

Welchen Nutzen hat das Sinus-Milieukonzept?

Ein Ansatz mit vielen Benefits

Aktualität

Die Sinus-Milieus werden ständig weiterentwickelt. Basis dafür ist die Trendforschung des SINUS-Instituts sowie SINUS-Studien zu den Lebenswelten der Menschen.

Nachhaltigkeit

Die Sinus-Milieus sind keine „One-off-Typologie“ wie viele andere Modelle, sondern ein seit Jahrzehnten etablierter Ansatz mit großer Marktdurchdringung.

Verfügbarkeit

Die Sinus-Milieus sind in die wichtigsten Markt-Media-Studien, Verbraucher- und TV-Zuschauer-Panels in Deutschland integriert.

Internationalität

Mit den Sinus-Milieus können Zielgruppen nicht nur im deutschsprachigen Raum, sondern inzwischen in 48 Ländern ins Visier genommen werden.

Wirklichkeitsgetreues Abbild

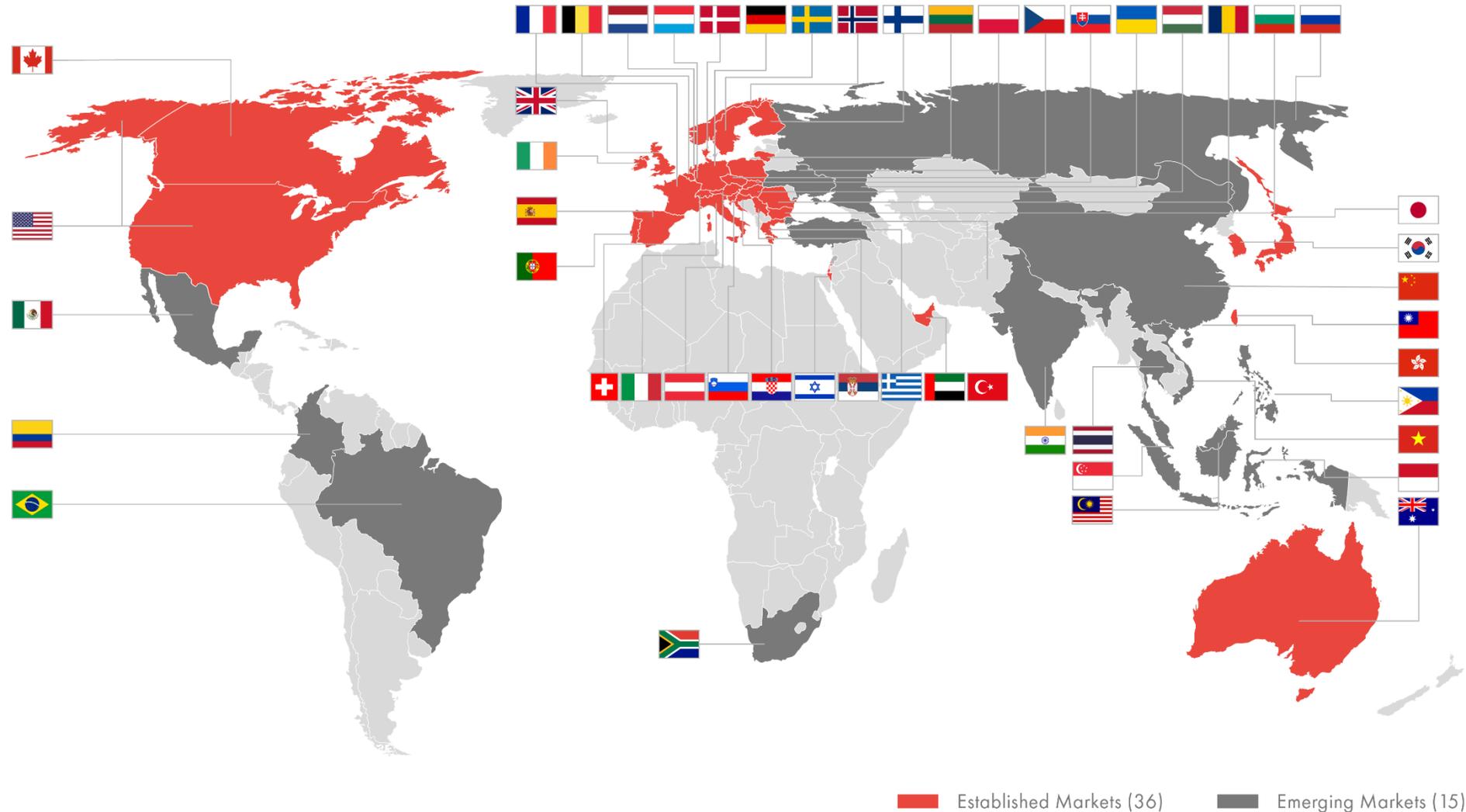
Die Sinus-Milieus liefern ein holistisches Bild der real existierenden Vielfalt in der Gesellschaft, indem sie Werte, Lebensstile und soziale Lage der Menschen genau beschreiben.

Wirtschaftlichkeit

Da kontinuierlich Sinus-Milieustudien veröffentlicht werden, lernen Sie immer mehr über Ihre Zielgruppen. Vieles muss nicht von Grund auf neu erhoben bzw. gedacht werden (z.B. Mediennutzungsverhalten).

Für welche Länder gibt es Sinus-Milieumodelle?

Weltweit seit 1997 in über 50 Ländern



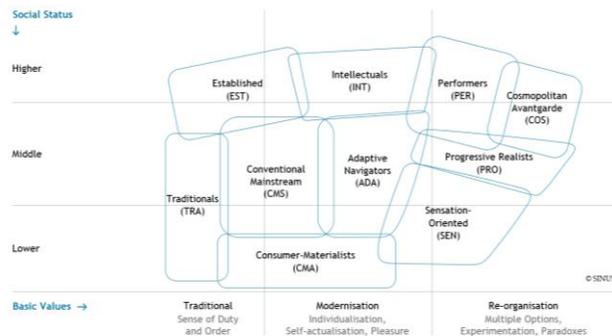
Meta-Milieus, Milieus in der Microgeographie und Digitale Milieus

Sinus-Milieus global, im geografischen Raum und im Internet

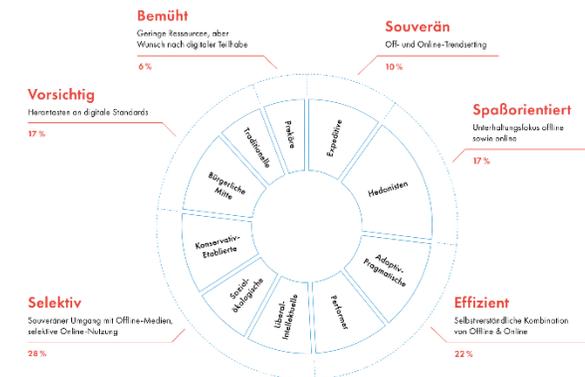
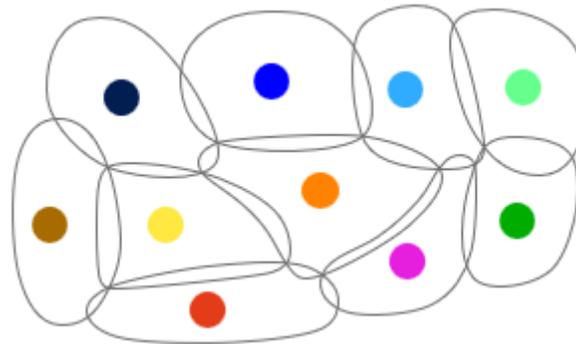
Mit den **Sinus-Meta-Milieus** steht ein länderübergreifendes Zielgruppenmodell auf Milieubasis für das internationale Marketing zur Verfügung. Wir unterscheiden dabei zwischen *established markets* und *emerging markets*. Für beide ökonomischen Sphären gibt es ein eigenständiges Modell. Diese beschreiben ganzheitlich vergleichbar die Lebenswelten - ohne dabei lokale Besonderheiten zu ignorieren.

Die **Sinus-Milieus in der Microgeographie** können für die räumliche Planung und das Direktmarketing genutzt werden. In Deutschland und in der Schweiz können sie auf Kunden-Adressbestände und beliebige Flächengliederungen projiziert werden (z.B. Straßenzug, Häuserebene als kleinste Raumeinheit). Für Österreich können die Sinus-Milieus auf Zählsprengelbene angeboten werden.

Mit den **Digitalen Sinus-Milieus** können strategische Zielgruppen punktgenau auch online ermittelt und angesprochen werden, etwa bei Traffic-Analysen von Webseiten, für Content-Bereitstellung nach Sinus-Milieus oder Online-Ad-Kampagnen nach Milieu-Zugehörigkeit. Die Übertragung der Milieus in die digitalen Kommunikationskanäle ist ein entscheidender Vorteil bei der cross-medialen Zielgruppenansprache.

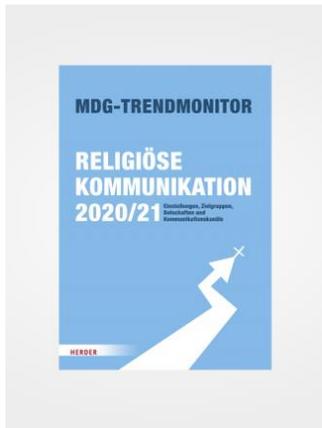
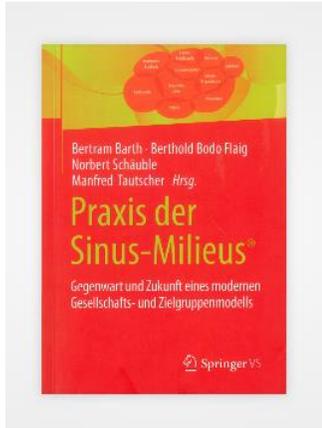


Sinus-Meta-Milieus „Established Markets“



Mehr über die Sinus-Milieus erfahren

Zahlreiche publizierte Sinus-Milieustudien



02

Milieu-Boost:
Anreicherung von Studien
mit den Sinus-Milieus

Anreicherung Ihrer quantitativen Daten mit den Sinus-Milieus

Integration der Sinus-Milieus oder der internationalen Sinus-Meta-Milieus (verfügbar für 48 Länder) in Studien

Welche Milieu-Zuspielungsmodelle bieten wir an?

Für eine unkomplizierte und kosteneffiziente Integration der Sinus-Milieus bieten wir folgende Optionen an:

- Sie entscheiden spontan und bezahlen pro Boost
- Sie erwerben Kontingente ab 5 Zuspielungen innerhalb von 2 Jahren zu einem reduzierten Preis

Milieu-Boost für welche Studien?

Die Anreicherung mit Milieus ist geeignet für alle Studien-Formate:

- Usage&Attitude-Studien (U&A)
- Produkt- und Konzepttests
- Kundenzufriedenheitsanalysen
- Werbemittel-Tests
- Image-Studien
- Tracking-Studien
- Besucher- und Nutzeranalysen
- Werbewirkungsforschung etc.

Vorteile des Milieu-Boosts

Arbeiten Sie mit einem Zielgruppen-Wissen, das sich kontinuierlich weiterentwickelt

01

Soziokulturelle Tiefenanalysen

Mit der Integration der Sinus-Milieus bzw. Sinus-Meta-Milieus in Ihre Studien können Sie Ihre bestehenden Typologien und Segmentationen vertiefen, oder auch Ihre Persona-Entwicklung ergänzen, verfeinern und quantifizieren.

02

Einbettung in ein Info-Ökosystem

Wenn Umfrage-Daten milieuverortet sind, können Sie auf zahlreiche milieukorrelierte Datenbestände zurückgreifen und müssen viele Variablen nicht eigens neu erheben (z.B. zu Medienverhalten oder Alltagsgewohnheiten).

03

Profitieren Sie von Insights aus vielen Milieu-Studien

Viele Sinus-Studien sind zudem öffentlich zugänglich und können als Abgleich und Ergänzung des eigenen Zielgruppenwissens genutzt werden.

04

Möglichkeit zu Geo-Marketing und digital Advertising

Um Sinus-Milieus angereicherte Studien sind anschlussfähig an Markt-Media-Daten, und sie sind übertragbar in die Microgeographie und in den digitalen Raum sowie in das Internet.

Wie genau verläuft der Prozess beim Milieu-Boost?

Leistung Auftraggeber

Entwicklung des Fragebogens, in den der Milieu-Indikator integriert werden soll



Lieferung des bereinigten und gelabelten (ggf. gewichteten) Datensatzes



Lieferung Milieu-Analyse in Word oder PPTX



Leistung SINUS-Institut



Bereitstellung des Milieu-Indikators und Anforderungen an Datensatz



Lieferung der Milieukennungen zur Integration in den Datensatz



Plausibilitätscheck der Milieu-Analyse und ggf. Ergänzung von Milieu-Insights (max. 4h)
Optional: fokussierte Milieu-Auswertung inkl. Handlungsempfehlungen

Wie funktioniert die Milieu-Zuspielung?

- Die Zuspielung der Milieus erfolgt auf Grundlage des Sinus-Milieu-Indikators. Dieser Indikator ist ein **standardisiertes Instrument zur Diagnose der Milieu-Zugehörigkeit** von Befragten - vorzugsweise in Breitenerhebungen. Durch den Milieu-Indikator kann die Milieu-Struktur Ihrer Stichprobe nachgezeichnet werden.
- Die Milieuzuordnung von Befragten erfolgt anhand eines Wahrscheinlichkeitsmodells mit Hilfe einer **speziell adaptierten Form der Clusteranalyse**. Für jede Milieugruppe wird eine spezifische Verteilung von Antwortwahrscheinlichkeiten über alle Indikator-Items bestimmt (Normprofile).
- Die Milieuklassifikation von neuen Fällen erfolgt dann nach Ähnlichkeit der individuellen Antwortmuster mit dem Wahrscheinlichkeitsmodell (Logik des Profilvergleichs).
- Die Normprofile und Zuordnungsmodelle aktualisieren wir dabei kontinuierlich, um jederzeit ein gültiges Modell bereit zu stellen, das die gesellschaftlichen Entwicklungen abbildet.
- Für eine zuverlässige Milieudiagnose benötigen wir das gesamte Antwortprofil eines Befragten über alle Statements; die Bejahung oder Ablehnung einzelner Statements ist nicht aussagekräftig.
- Zur Interpretation der Befunde empfehlen wir Ihnen optional eine fokussierte Milieu-Auswertung inkl. Handlungsempfehlungen. Diese kann um weiteres Informationsmaterial zu Einstellungs- und Werteprofilen, Freizeit- und Konsumaktivitäten, Medienverhalten und Wohnwelten der Bevölkerung ergänzt werden.



04
Kontakt

Ihre Ansprechpartner*innen



Jan Hecht

Associate Director Research & Consulting

Jan.hecht@sinus-institut.de

+49 6221 8089-53



Sandra Cerny

Associate Director Research & Consulting

sandra.cerny@sinus-institut.de

+49 6221 8089-28



Ünal Furtana

Research & Consulting

uenal.furtana@sinus-institut.de

+49 6221 8089-85



© Copyright 2021

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH

Das vorliegende Werk ist urheberrechtlich geschützt. Kein Teil davon darf ohne schriftliche Einwilligung der Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren), auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Zitate und Nachdrucke, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung und Quellenhinweisen gestattet

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe