

SINUS-Angebot

Sinus-Milieu-Lizenz

Die Sinus-Milieus als
Zählvariable in der

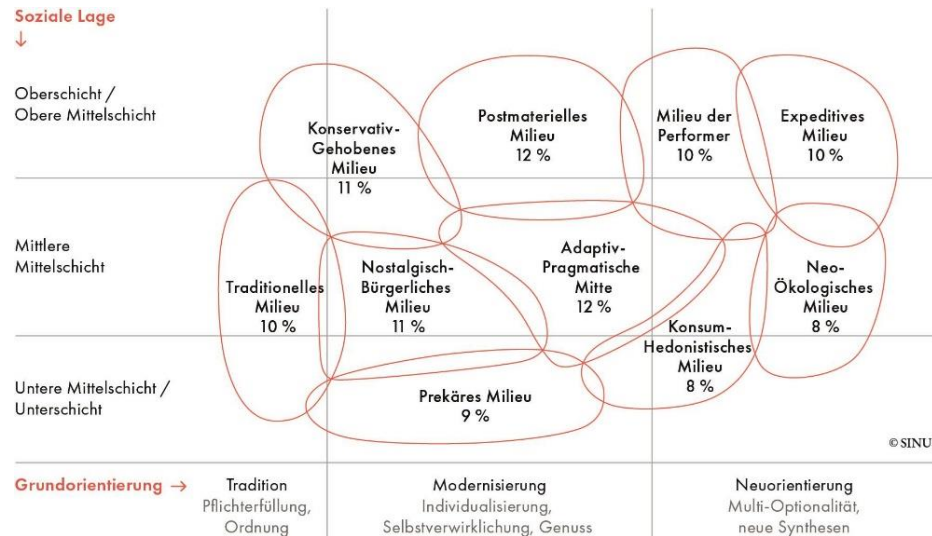
b4p best for
planning.



sinus:

Was sind Sinus-Milieus®?

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



Die Milieu-Landkarten 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.

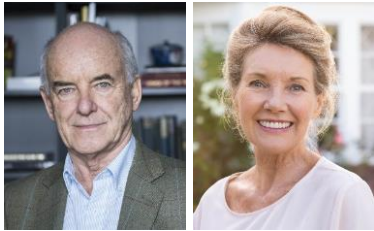
Die Sinus-Milieus wurden von SINUS vor über 40 Jahren entwickelt. Sie fassen Menschen mit ähnlichen Werten und einer vergleichbaren sozialen Lage zu „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammen. Die Übergänge zwischen den Milieus sind dabei fließend. Wir nennen das die „Unschärferelation der Alltagswirklichkeit“.

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® in Deutschland



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 progressiven Realisten



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



Sinus-Milieu-Lizenz in Best4Planning

Sinus-Milieus® in der Best4Planning

Markenpositionierung, Zielgruppenanalysen, Mediaplanung und mehr

- Die Einbeziehung in *Best4Planning (b4p)* macht das Zielgruppen-Instrument der Sinus-Milieus unmittelbar für die **strategische Marketing- und Media-Planung** nutzbar, bspw. bei Produktentwicklung, Markenpositionierung, Zielgruppenanalysen, Kommunikations-Strategie oder Media-Planung.
- Die *b4p* erhebt **bevölkerungsrepräsentativ** auf **hoher Fallzahlbasis** die Mediennutzung und das Konsumverhalten der Deutschen Wohnbevölkerung (Einstellungen und Verwendungen gleichermaßen).
- Sämtliche Markt- und Mediadaten können auch nach Sinus-Milieus ausgewertet werden.
- Mit einer Milieu-Zähl-Lizenz können Sie direkt auf dieses **umfangreiche Datenmaterial** zugreifen und **milieuspezifische Auszählungen** und **marktbeschreibende Analysen** vornehmen. Dabei können die Daten differenziert nach soziodemografischen Merkmalen und nach Sinus-Milieus - oder auch kombiniert - ausgewertet werden.
- SINUS bietet zusätzlich Zielgruppenhandbücher an mit grundlegenden Informationen zu allen 10 Sinus-Milieus. Einen Überblick über die verfügbaren Infopakete finden Sie auf der [SINUS-Homepage](#). **Lizenznehmer erhalten einen Rabatt auf die Infopakete Deutschland.**

Zähl-Lizenz für eigene Milieu-Analysen in der Best4Planning



Sinus-Milieus® als Zählvariable

Werbungtreibende, Agenturen oder Medien-Unternehmen können über die Sinus-Milieus® als Zählvariable im Datenbestand der Markt-Media-Studie Best4Planning verfügen und selbständig Auswertungen vornehmen.

Wie funktioniert es?

Voraussetzung ist eine Lizenzvereinbarung mit dem SINUS-Institut, die die Handling-Grundsätze, die Operating-Standards und die Nutzungsgebühren definiert. Die Datenbereitstellung mit dem gewünschten Auswertungstool (mediMACH, mds, M-Cloud) erfolgt direkt durch die Zähltool-Betreiber.

Kosten:

1. Vertragsjahr: 4.250 Euro (zzgl. MwSt.)
- ab 2. Vertragsjahr: 3.700 Euro (zzgl. MwSt.)

Für Agenturen gibt es abweichende Konditionen.



Ansprechpersonen



Naima Wisniewski
Research & Consulting
naima.wisniewski@sinus-institut.de
+49 6221 8089-54



Berthold Bodo Flaig
Gesellschafter
bodo.flaig@sinus-institut.de
+49 6221 8089-17



Weitere Informationen zur Zähl-Lizenz
auf unserer Website



Das Informationssystem
Sinus-Milieus®

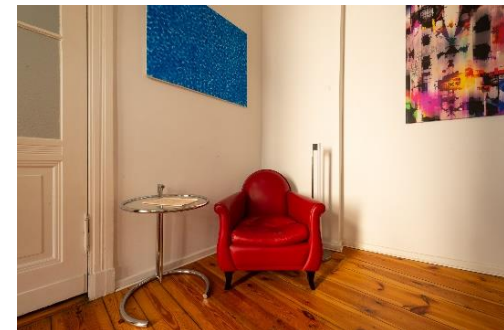
Warum ist der Milieu-Ansatz sinnvoll?

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 über 50 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.

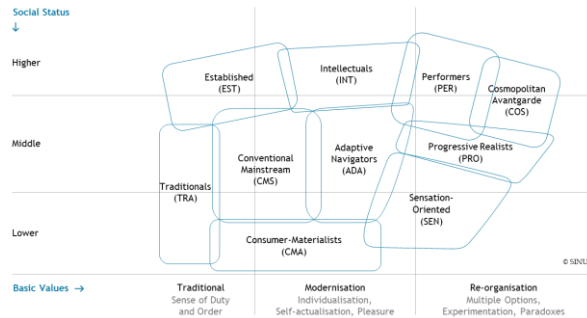
Wirtschaftlichkeit

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).

Meta-Milieus, Milieus in der Microgeographie und Digitale Milieus

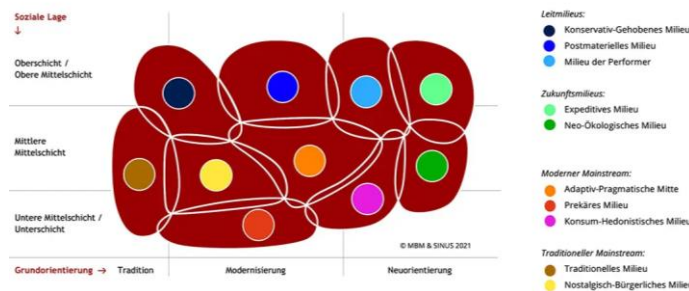
Sinus-Milieus global, im geografischen Raum und im Internet

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 mit jeweils neun Milieus. Diese beschreiben ganzheitlich vergleichbar die Lebenswelten - ohne dabei lokale Besonderheiten zu ignorieren.

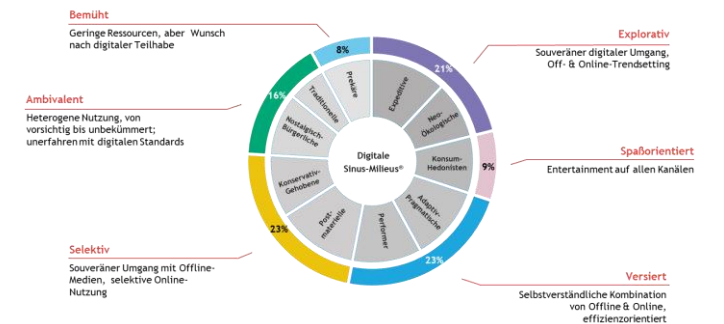


Sinus-Meta-Milieus „Established Markets“

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.

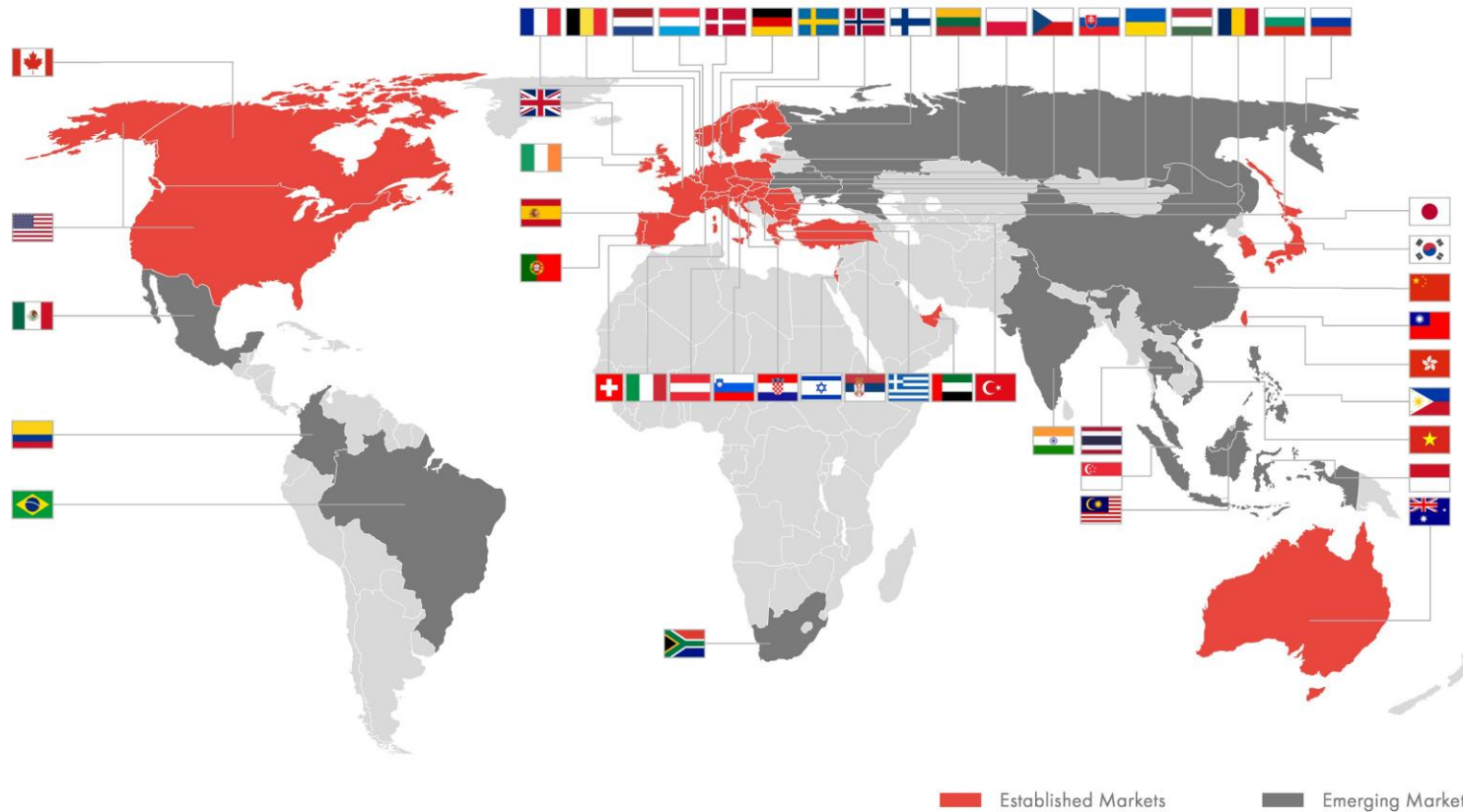


Mit den **Digitalen Sinus-Milieus** können strategische Zielgruppen punktgenau auch online ermittelt und angesprochen werden, etwa bei Traffic-Analysen von Webseiten, für Content-Bereitstellung nach Sinus-Milieus oder Online-Ad-Kampagnen nach Milieu-Zugehörigkeit. Die Übertragung der Milieus in die digitalen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



Sinus-Meta-Milieus®

Sinus-Milieumodelle gibt es für Deutschland, Österreich und die Schweiz sowie für zahlreiche Länder - weltweit



Ansprechpartner*innen



Nadine Laufer
Research & Consulting
nadine.laufer@sinus-institut.de
+49 6221 8089-59

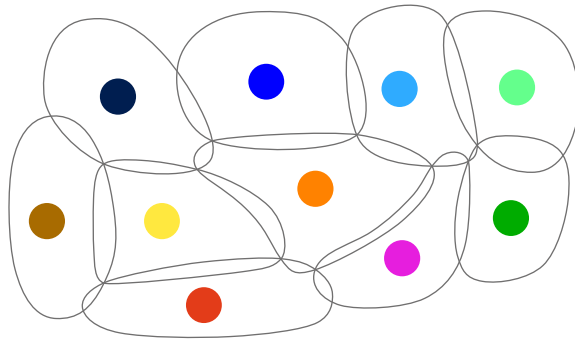


Manfred Tautscher
Geschäftsführender Gesellschafter
manfred.tautscher@sinus-institut.de
+49 6221 8089-70

Sinus-Milieus® in der Microgeographie

Einsatz für das Direktmarketing und die räumliche Planung

Die Sinus-Milieus®



Leitmilieus:

- Konservativ-Gehobenes Milieu
- Postmaterielles Milieu
- Milieu der Performer

Moderner Mainstream:

- Konsum-Hedonistisches Milieu
- Adaptiv-Pragmatische Mitte
- Prekäres Milieu

Zukunftsmilieus:

- Expeditives Milieu
- Neo-Ökologisches Milieu

Traditioneller Mainstream:

- Nostalgisch-Bürgerliches Milieu
- Traditionelles Milieu

MB-Micromarketing

Finest Data & Analytics

Wo wohnen welche Milieus?

Für jedes Haus in Deutschland wird die statistische Wahrscheinlichkeit berechnet, mit der die einzelnen Sinus-Milieus® vorkommen und zusätzlich ein dominantes Milieu bestimmt. Damit können zwei wichtige Themen im Marketing verbessert werden: Das Verständnis der eigenen Kunden in Bezug auf Lebensstil und Konsum-Verhalten und die zielgruppengerechte Ansprache potenzieller Kunden über die gesamte Customer Journey.

Kooperation mit Michael Bauer Micromarketing GmbH

In Zusammenarbeit mit Michael Bauer Micromarketing GmbH wurde das bewährte Zielgruppenmodell der Sinus-Milieus® mit der Microgeographie verknüpft. Kundendatenbestände können über diese geographische Verknüpfung mit den Sinus-Milieus® angereichert und qualifiziert werden.

Ansprechpartner*innen



Sandra Cerny
Associate Director
Research & Consulting
sandra.cerny@sinus-institut.de
+43 1 7991994-21



Claudia Rasche
Sales Director
c.rasche@mb-micromarketing.de
+49 151 51675246



Weitere Informationen zu
Microgeographie auf unserer Website



SINUS Lösungen

Kompaktes SINUS-Zielgruppenwissen

Informationspakete zu den Sinus-Milieus® weltweit



Infopakete Schweiz

- Basis
- Medien
- Mobilität & Reisen
- Konsum & Nachhaltigkeit
- Spenden & Wohltätigkeit

Infopakete Österreich

- Basis
- Medien
- Lebenswelten
- Jugend
- Booklet „Trends“

Infopakete Deutschland

- Basis
- Medien
- Konsum & Lifestyle
- Reisen
- Nachhaltigkeit
- Wohnen, Einrichten, Leben
- Finanzen & Versicherungen
- Religiöse Kommunikation
- Generation Z
- Video-Tutorials

Infopakete International

- Established Markets
- Emerging Markets
- Country Booklets

Ansprechpartnerinnen



Nadine Laufer
Research & Consulting
nadine.laufer@sinus-institut.de
+49 6221 8089-59



Naima Wisniewski
Research & Consulting
naima.wisniewski@sinus-institut.de
+49 6221 8089-54



Weitere Informationen zu
Infopaketen auf unserer Website

SINUS Kurzbefragungen

Schnelle Antworten auf Ihre Fragen - milieuspezifisch ausgewertet



Kosteneffizient: Unsere Kurzbefragungen können wir kosteneffizient anbieten, da wir die Fragestellungen mehrerer Auftraggeber zu einer Mehrthemenumfrage bündeln und die Visualisierung in einem standardisierten Format erfolgt.

Repräsentativ: Online-Erhebung mit 1.000 oder 2.000 Befragten der deutschsprachigen Wohnbevölkerung von 18 bis 74 Jahren, repräsentativ nach Alter, Geschlecht, Bildung und Sinus-Milieus

Unkompliziert: Sie liefern uns Ihre Fragestellungen und die Ergebnisse erhalten Sie grafisch aufbereitet im Laufe von 1-2 Wochen nach Befragungsbeginn.

Kompakt: Sie bekommen übersichtliche Kreuztabellen (Sinus-Milieus, Geschlecht, Alter, Bildung) und eine standardisierte grafische Aufbereitung nach Sinus-Milieus.

Ansprechpartnerinnen



Naima Wisniewski
Research & Consulting
naima.wisniewski@sinus-institut.de
+49 6221 8089-54



Nadine Laufer
Research & Consulting
nadine.laufer@sinus-institut.de
+49 6221 8089-59



Weitere Informationen zu
[Kurzbefragungen auf unserer Website](#)

SINUS-MILIEU-BOOST

Anreicherung quantitativer Studien mit den Sinus-Milieus®



Integration der Sinus-Milieus® in Ihre Studie

Mit dem Sinus-Milieu-Boost können Sie die Sinus-Milieus® oder das internationale Zielgruppenmodell unkompliziert in Ihre Studien integrieren und diese kosteneffizient um Zielgruppen-Insights vertiefen.

Wie funktioniert's?

Die Zuspiegelung erfolgt mit Hilfe des Sinus-Milieu-Indikators, durch den die Milieu-Struktur Ihrer Stichprobe bestimmt werden kann.

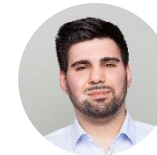
Die Anreicherung mit Milieus ist geeignet für:

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

Ansprechpersonen



Jan Hecht
Associate Director
Research & Consulting
jan.hecht@sinus-institut.de
+49 6221 8089-53



Ünal Furtana
Research & Consulting
uenal.furtana@sinus-institut.de
+49 6221 8089-85



Weitere Informationen zu Milieu-Zuspiegelungen auf unserer Website

Videographie

Zielgruppen in Bild und Ton - als Tutorial-Reihe oder im Einzelbezug für alle Sinus-Milieus®



Die Sinus Videographie

Lebendige Zielgruppen bzw. Personas in Bild und Ton als Video-Reporting oder Add-On zum Forschungsbericht

Was sind die Vorteile von Videografie?

- Audiovisuelle Zielgruppeneindrücke sind eindrucksstark und inspirierend
- Non-verbale Ausdrucksformen werden eingefangen
- Hard-to-reach-Gruppen (z.B. Digital Natives) können erreicht werden
- Videografie findet in Alltagskontexten statt, wo Menschen sich wohlfühlen und auf natürliche Weise agieren
- Auto-Videografie (Eigenproduktion der Befragten) ermöglicht weltweiten, schnellen und kostengünstigen Zugang zu den Gesprächspersonen

Wir bieten:

- ✓ Video-Interviews
- ✓ Video-Ethnographie
- ✓ Video-Tagebücher
- ✓ Visual Storytelling
- ✓ Moments of Truth-Videos
- ✓ Video-Reporting
- ✓ Image-Clips
- ✓ Tutorials
- ✓ Erklärfilme

Ansprechpartner



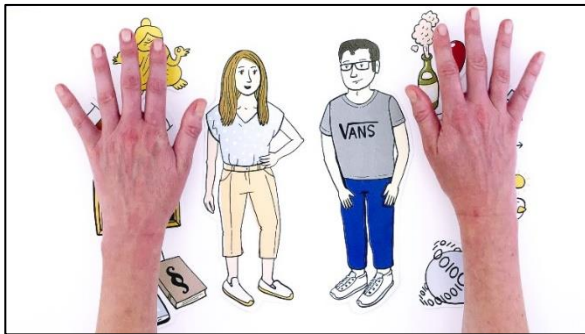
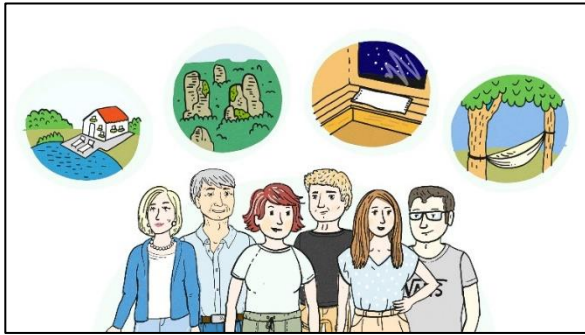
Jochen Resch
Associate Director
Research & Consulting
jochen.resch@sinus-institut.de
+49 30 20613098-17



Beispielclips und weitere Informationen
zu Videographie auf unserer Website

Personas

Persona-Entwicklung mit SINUS: Archetypen statt Stereotypen



Nutzermodelle, die Zielgruppen ein Gesicht geben

Fiktive, aber realistische Entwürfe von Charakteren, die typische Zielgruppenvertreter*innen repräsentieren - mit einem konkreten Gesicht, einer lebendigen Geschichte und einer individuellen Gefühlswelt

Orientierungshilfe für strategische Entscheidungen

Die Entwicklung von Personas hilft dabei, strategische Entscheidungen eng an den Bedürfnissen, Verhaltensweisen, ästhetischen und kommunikativen Präferenzen Ihrer Kunden auszurichten.

Auf Ihr Anliegen abgestimmte Formate

Von Persona-Profilen im PowerPoint-Format über Postkarten, Pappaufsteller und Printbroschüren hin zu Video-Clips mit realen Persona-Vertretern und (teil-)animierten Erklärfilmen

„Personas sind kein Ersatz für Zielgruppen. Zielgruppen sind abstrakt und umfassend, Personas sind konkret und idealtypisch.“

Ansprechpartner



Jochen Resch
Associate Director
Research & Consulting
jochen.resch@sinus-institut.de
+49 30 20613098-17

Workshops und Vortragsveranstaltungen

Informativ. Interaktiv. Kreativ.



Insights zu den Sinus-Milieus® und Q&A

60 min., online

20 min. Kurz-Vortrag zu den Hintergründen des Milieu-Modells + 40 min. Besprechung Ihrer Fragen rund um Zielgruppen-Strategie und Sinus-Milieus®

Deutschland 2030 - die wichtigsten Trends

90 min., online, inkl. Diskussion

60 min. Präsentation + 30 min. Diskussion zu aktuellen gesellschaftlichen Trends und ihren Ausprägungen in der Milieulandschaft und in den Zielgruppen der Zukunft.

Kommunikationsworkshops und Deep-Dives

Auf Anfrage, da die Fragestellungen und der Vorbereitungsaufwand variieren

Kontaktieren Sie uns, wir unterbreiten Ihnen gern ein Angebot für Ihre Veranstaltung.

Ansprechpartnerin



Susanne Ernst

Field and Organization

susanne.ernst@sinus-institut.de

+49 6221 8089-26



Weitere Informationen zu Workshops und Vortragsveranstaltungen auf unserer Website

SINUS Milieu-Zertifizierung

Lassen Sie sich vom SINUS-Institut zum/zur offiziell zertifizierten Milieu-Experten/in weiterbilden.



Jede/r Teilnehmer/in erhält das offizielle Sinus-Milieu-Zertifikat

Kompaktes, branchenübergreifendes Basis-Seminar

Die Sinus-Milieus sind die Grundlage für eine zielgruppengerechte Ansprache, Kommunikation und Markenpositionierung, für die Produkt- und Angebotsentwicklung und für die Wahl der idealen Media-Kanäle.

In dem Basis-Seminar erhalten Sie eine umfassende Schulung zu den Sinus-Milieus (Werte, Lebensziele, Einstellungen, Lifestyles, ästhetische Präferenzen, Kommunikation, Mediennutzung) und ihrer Anwendung in der Praxis.

Effektiv und praxisorientiert lernen Sie in einer kleinen Gruppe mit den Sinus-Milieus zu arbeiten und Ihre Zielgruppen strategisch auszurichten.

Dieses Basis-Wissen ermöglicht Ihnen, Ihre Zielgruppe richtig auszuwählen, sie besser zu verstehen und emotional zu erreichen.



Susanne Ernst
Field and Organization
susanne.ernst@sinus-institut.de
+49 6221 8089-26



Weitere Informationen zu Milieu-Zertifizierung auf unserer Website



Kontakt

Ihre Ansprechpartner*innen



Naima Wisniewski
Research & Consulting
naima.wisniewski@sinus-institut.de
+49 6221 8089-54



Berthold Bodo Flaig
Gesellschafter
bodo.flaig@sinus-institut.de
+49 6221 8089-17

© Copyright
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



Das SINUS-Institut

Mit ethnologischer Neugier, Empathie, Respekt, wissenschaftlicher Verlässlichkeit und nicht zuletzt über 40 Jahren Erfahrung erforscht SINUS die Alltagswirklichkeit der Menschen, den soziokulturellen Wandel und seine Bedeutung für Unternehmen und Institutionen.

Was macht SINUS?



SINUS untersucht Motive und Verfassungen der Menschen



SINUS setzt Forschungsergebnisse in strategische Beratung um



SINUS erfasst den soziokulturellen Wandel und identifiziert Trends



SINUS identifiziert Zielgruppen, die die Trends der Zukunft bestimmen



SINUS entwickelt und beschreibt Zielgruppen - maßgeschneidert



SINUS ist breit vernetzt in Wirtschaft und Wissenschaft

Zahlen & Fakten

