

PRESSEMITTEILUNG, Heidelberg / Berlin, 28.01.2025

Shopper Intelligence trifft Lebensweltforschung: YouGov CP Germany GmbH kooperiert mit dem SINUS-Institut

Erstmals werden die Sinus-Milieus® in die Lösungen von YouGov Shopper Intelligence, ehemals Consumer Panel Services (bis 2023 Teil der GfK-Gruppe), integriert.

YouGov CP Germany GmbH hat heute eine strategische Kooperation mit dem renommierten SINUS-Institut bekannt gegeben. Ab Februar 2025 werden die Sinus-Milieus in die Panels von YouGov Shopper Intelligence (ehemals Consumer Panel Services und bis 2023 Teil der GfK-Gruppe) integriert, um eine präzise und differenzierte Analyse des Konsumverhaltens zu ermöglichen. Konkret umfasst die Integration aktuell folgende Panels: DE YouGov FMCG Haushalts- und Individualpanel, Mobility und Move, Total Shopper sowie Media & Entertainment.

Sinus-Milieus® treffen auf datenbasierte Konsumforschung

Die Integration der Sinus-Milieus in die Plattform von YouGov Shopper Intelligence ermöglicht eine tiefgehende, empirische Analyse des Kauf- und Nutzungsverhaltens in unterschiedlichsten Bereichen innerhalb spezifischer sozialer Milieus. Dies ermöglicht es, Konsumverhalten, Einstellungen und Werthaltungen mit ökonomischen Faktoren und gesellschaftlichen Entwicklungen in Einklang zu bringen. Die Sinus-Milieus teilen die deutsche Bevölkerung vor dem Hintergrund ihrer Werte, Lebensstile und der sozialen Lage in zehn „Gruppen Gleichgesinnter“ ein. Das vom SINUS-Institut entwickelte Modell unterstützt Unternehmen seit über 40 Jahren dabei, die sozialen und kulturellen Hintergründe ihrer strategischen Zielgruppen zu verstehen und gezielte Produkt- und Kommunikationsstrategien zu entwickeln.

Dr. Robert Kecskes, Insights Director bei YouGov Shopper Intelligence, kommentiert: „Gerade in der heutigen Zeit des Übergangs von der Industrie- zur Kulturgesellschaft stehen Unternehmen vor gewaltigen sozio-ökonomischen Herausforderungen. Die Erkenntnisse über das faktische Kaufverhalten in den Sinus-Milieus ermöglichen es der Industrie und dem Handel, den Wandel besser zu verstehen und gezielt auf die Bedürfnisse der Konsumenten einzugehen. Dadurch erhalten sie wertvolle Instrumente zur strategischen Ausrichtung.“

„Die Symbiose aus unseren Sinus-Milieus und den umfassenden Data-Science-Kapazitäten von YouGov Shopper Intelligence ermöglicht es uns, unseren Kunden noch tiefere Einblicke in die Konsumdynamiken und Verhaltensweisen zu bieten. In der neuen Kooperation mit YouGov Shopper Intelligence können wir nun objektiv gemessene Verhaltensdaten mit den Sinus-Milieus kombinieren.“, ergänzt **Jan Hecht**, Director Research & Consulting beim SINUS-Institut. „Diese Erkenntnisse sind unerlässlich, um den Herausforderungen einer sich ständig verändernden Gesellschaft gerecht zu werden und unseren Kunden evidenzbasierte Entscheidungen zu erleichtern.“

Gemeinsame Workshops für zielgruppenspezifische Kommunikationsstrategien

Zusätzlich zur Bereitstellung von Daten planen YouGov Shopper Intelligence und das SINUS-Institut gemeinsame Kunden-Workshops, die das Zusammenspiel von Konsumverhalten, Einstellungen, Werthaltungen und ökonomischen Möglichkeiten vertiefen. Ziel ist es, maßgeschneiderte Kommunikationsstrategien für die jeweils relevanten sozialen Milieus zu entwickeln und damit die Ansprache der Zielgruppen zu optimieren. „Die Zusammenarbeit mit dem SINUS-Institut ist ein bedeutender Schritt, um unseren Kunden umfassende Insights und Handlungsempfehlungen zu bieten. Wir freuen uns darauf, im Rahmen dieser Kooperation innovative Lösungen zu entwickeln, die auf die komplexen Bedürfnisse des Marktes zugeschnitten sind“, betont Kecskes.

Wertvolle Insights für eine sich wandelnde Marktlandschaft

Die heutige komplexe Marktlandschaft ist geprägt von einem schnellen technologischen Wandel, demografischen Veränderungen und wachsendem Wettbewerb. Vor diesem Hintergrund ist die Fähigkeit, fundierte Konsum-Insights zu gewinnen, entscheidend für den Erfolg von Unternehmen. Durch die Kombination der differenzierten Datenmodelle von YouGov Shopper Intelligence mit dem fundierten Wissen des SINUS-Instituts über soziale Milieus erhalten Unternehmen die Möglichkeit, ihre Marketingstrategien gezielt anzupassen. Darüber hinaus lassen sich die veränderten Verbraucherpräferenzen frühzeitig erkennen, Kommunikationsstrategien optimieren und in einem dynamischen Marktumfeld fundierte und maßgeschneiderte Entscheidungen treffen.

Über das SINUS-Institut

Die SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH mit Standorten in Heidelberg und Berlin, ist seit über 40 Jahren Spezialist für psychologische und sozialwissenschaftliche Forschung und Beratung. Das Institut entwickelt Strategien für Unternehmen und Institutionen, die den soziokulturellen Wandel als Erfolgsfaktor nutzen.

Ein zentrales Tool dafür sind die [Sinus-Milieus](#) - ein Gesellschafts- und Zielgruppenmodell, das Menschen nach ihren Lebenswelten in „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammenfasst. Die Sinus-Milieus zählen seit Jahrzehnten zu den bekanntesten und einflussreichsten Segmentationsansätzen und sind mittlerweile für über 50 Länder verfügbar.

SINUS kooperiert eng mit den Schwesterunternehmen INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung in Wien und OPINION Market Research & Consulting, Nürnberg (INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe).

Weitere Informationen über das SINUS-Institut unter www.sinus-institut.de.

Kontakt für Rückfragen

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH

Jan Hecht

Telefon: +49 (0)6221 - 80 89 - 53

Mail: jan.hecht@sinus-institut.de

Über YouGov

YouGov ist ein internationales Unternehmen für Online-Marktforschung und Analysetechnologie mit dem Ziel, umfassende Einblicke in das zu bieten, wie die Welt wirklich denkt und handelt.

Mit Niederlassungen im Vereinigten Königreich, Nord- und Südamerika, Europa, im Nahen Osten, Indien und im asiatisch-pazifischen Raum verfügen wir über eines der größten Marktforschungsnetzwerke der Welt.

Vor allem aber ist YouGov von der Realität geleitet. Dahinter steht ein einzigartiges Panel von Millionen registrierter Mitglieder in 55 Ländern, das etwa 18 Millionen Einkaufstouren abbildet und Millionen miteinander verknüpfter Datenpunkte umfasst. Unser einmaliger Ansatz bei der Rekrutierung und Betreuung unseres Panels in Kombination mit unseren hochmodernen Technologieplattformen ermöglicht es uns, praxisnahe Erkenntnisse in Echtzeit zu liefern, die zu besseren Entscheidungen und einem Wettbewerbsvorteil für unsere Kunden führen.

Als Innovatoren und Pioniere der Online-Marktforschung haben wir einen ausgezeichneten Ruf als zuverlässige Quelle für präzise Daten und Insights. Ein Beweis dafür ist, dass Medien weltweit regelmäßig auf YouGov-Daten verweisen, und wir durchgehend zu den meistzitierten Marktforschungsinstituten der Welt gehören.

YouGov / Research Reality

Weitere Informationen finden Sie unter www.business.yougov.com/de

Kontakt für Rückfragen

FleishmanHillard

Naomi Lahner

+49 (0)152-09556977

yougov.de@fleishman.com

YouGov Shopper Intelligence

Robert Kecskes

Robert.Kecskes@yougov.com