

Deutschlands Gesellschaft

## "Keiner will mehr Mitte sein"

22.09.2010, 14:50

Von Tilman Weigel

**Zwischen Individualisierung und Überforderung: Wie leben die Deutschen, wen wählen sie und wie konsumieren sie? Gesellschaftsforscher haben die Sozialmilieus Deutschlands neu umrissen.**

Seit etwa 30 Jahren untersucht das Sinus-Institut die Lebenswelten der Deutschen. Wie leben sie, wen wählen sie und wie konsumieren sie? Dazu ziehen die Forscher mit Kameras und Fragebögen durchs Land. Heraus kommt ein Modell, das die Deutschen in große soziale Gruppen einteilt. Gelegentlich braucht das Modell eine Rundumerneuerung, denn Deutschland ändert sich.



Sinus-Milieus in Deutschland Sinus-Milieus in Deutschland (© SZ-Grafik, Quelle: sinus)

Zur Grafik: So definiert das Sinus-Institut die deutschen Milieus:

**Konservativ-etabliertes Milieu:** Klassisches Establishment mit Exklusivitäts- und Führungsanspruch, zeigt aber auch Tendenz zum Rückzug. **Liberal-Intellektuelles Milieu:** Aufgeklärte Bildungselite mit liberaler Grundhaltung und postmateriellen Wurzeln, hat starken Wunsch nach Selbstbestimmung. **Milieu der Performer:** Effizienz-orientierte Leistungselite, denkt global, hohe IT-Kompetenz, sieht sich als stilistische Avantgarde. **Expeditives Milieu:** Unkonventionelle, kreative Avantgarde, individualistisch, sehr mobil, digital vernetzt, sucht nach Grenzen. **Bürgerliche**

**Mitte:** Der leistungs- und anpassungsbereite Mainstream, bejaht die gesellschaftliche Ordnung, strebt nach beruflicher und sozialer Etablierung sowie nach Sicherheit und Harmonie. **Adaptiv-pragmatisches Milieu:** Zielstrebige, junge Mitte der Gesellschaft mit ausgeprägtem Lebenspragmatismus und Nutzenkalkül. **Sozialökologisches Milieu:** Idealistisch, konsumkritisch, globalisierungsskeptisch, besitzt ausgeprägtes ökologisches und soziales Gewissen. **Traditionelles Milieu:** Ordnungsliebende Kriegs- und Nachkriegsgeneration, kleinbürgerlich oder der Arbeiterwelt verhaftet. **Prekäres Milieu:** Um Teilhabe bemühte Unterschicht, Zukunftsangst und Ressentiments. **Hedonistisches Milieu:** Spaß- und erlebnisorientiert, verweigert sich den Konventionen und Leistungserwartungen der Gesellschaft.

Das erste Modell hielt noch elf Jahre lang, das zweite zehn, jetzt kommt nach nur neun Jahren die dritte Überarbeitung. Und die Milieus wurden immer mehr. 1980 waren es noch acht, 1991 neun und 2001 wurden es durch die Zusammenführung der Modelle für Ost- und Westdeutschland zehn. Da erstaunt es fast, dass die Forscher auch 2010 mit zehn Milieus auskommen. Trotzdem steht für sie fest: Deutschland driftet auseinander.

Auf den ersten Blick fällt das Verschwinden der sogenannten DDR-Nostalgiker auf. Diese als traditionell und sozial unterprivilegiert beschriebene Gruppe habe sich weitgehend aufgelöst, erläutert Sinus-Geschäftsführer Bodo Flaig. Der Rest wird im neuen Modell dem prekären Milieu zugerechnet.

Dafür ist das expeditiv Milieu hinzugekommen:

"Hyperindividualistisch, mental und geografisch mobil, digital vernetzt und immer auf der Suche nach neuen Grenzen und nach Veränderung", beschreiben die Sinus-Forscher die Gruppe. Bei genauerem Hinsehen ist aber kein Milieu völlig gleich geblieben. Zu tiefgreifend sei der Wandel im vergangenen Jahrzehnt, heißt es aus Heidelberg.

Die Idee der sozialen Milieus geht zurück auf den französischen Soziologen Émile Durkheim, demzufolge sich gesellschaftliche Gruppen relativ gut anhand des sozialen Status und der Wertorientierung abgrenzen lassen. Anfang der 1980er Jahre entwickelte der Sozialwissenschaftler und SPD-Politiker Jörg

Ueltzhöffer zusammen mit dem Psychologen Bodo Flaig ein Milieu-Modell für Deutschland.

Heute leitet Flaig das Sinus-Institut, Ueltzhöffer gründete 1990 das Sigma-Institut. Die beiden Marktforscher sind heute die wichtigsten Anbieter von Milieu-Studien. Vor allem Marketingstrategen nutzen sie für Werbeplanung und Produktentwicklung, aber auch Parteien, Gewerkschaften und Kirchen zählen zu den Kunden.

Die Milieus lassen sich in eine Grafik mit den Achsen "Grundorientierung" und "Soziale Lage" einzeichnen. Eine bestimmte Kombination von beiden Merkmalen lässt sich dann einem - manchmal auch zwei - Milieus zuordnen. So erhält man am Ende eine Landkarte der großen gesellschaftlichen Gruppen. Die einzelnen Milieus sehen darin meist aus wie Kartoffeln unterschiedlicher Form und Größe.

In der neuesten Kartoffel-Grafik spiegeln sich nach Auskunft der Sinus-Forscher mehrere große Trends: Die beständige Modernisierung und Individualisierung der Gesellschaft führt dazu, dass viele, vor allem jüngere Menschen besser gebildet sind und mehr Entfaltungsmöglichkeiten haben. Doch dieser Wandel überfordert auch viele Bürger, die deshalb verunsichert sind und nach Halt suchen.

### **Digitalisierung und Globalisierung**

Insbesondere führen Digitalisierung und Globalisierung dazu, dass die Lebenswelten und das Wertempfinden der Menschen auseinanderdriften - nicht alle können mithalten, manche werden sozial deklassiert. Insbesondere in der ökonomischen Mittelschicht grassieren Abstiegsängste. Vorbei sind die Zeiten, als die deutschen Soziologen über die nivellierte Mittelstandsgesellschaft stritten, eine Gesellschaft also, in der fast alle zur Mittelschicht gehören. Allein von 2001 bis 2009 sank der Anteil der Mittelschicht von 65 auf 62 Prozent.

Die gesellschaftlichen Veränderungen führen aber selten dazu, dass gestandene Erwachsene ihr Leben neu ausrichten und in ein neues Milieu wechseln. "Wir wissen aus empirischen Studien, dass die Milieuzuordnung nach dem Berufseinstieg relativ stabil ist", erläutert Flaig. Eine typische Milieu-Karriere könnte so aussehen: Wie die Eltern gehört man zunächst der bürgerlichen Mitte an.

Als Student wechselt man ins hedonistische Milieu, die spaß- und erlebnisorientierte moderne Unterschicht. Sie ist eine typische Durchgangsstation, bis man im Berufsleben traditioneller und wohlhabender wird und beispielsweise ins adaptiv-pragmatische Milieu aufsteigt oder gar ins Milieu der Performer, das die Sinus-Forscher als effizienz-orientierte Leistungselite beschreiben.

Allerdings ist sich die Forschung uneins, wie stark die gesellschaftlichen Änderungen tatsächlich sind.

"Deutschland ist aktuell ein ziemlich stabiler Markt", relativiert Sigma-Geschäftsführer Carsten Ascheberg, obwohl er die langfristigen Trends ähnlich sieht. Vor allem aber streiten Soziologen darüber, ob es tatsächlich einen langfristigen Rückgang der Mitte gibt. In den ersten Jahren des Jahrtausends hatte die Ungleichheit zwar deutlich zugenommen, seit 2007 aber wächst die Mittelschicht wieder, und die Einkommensungleichheit - gemessen mit dem Polarisierungsindex des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung - geht schon seit 2006 zurück. Trendwende oder Verschnaudpause?

Allerdings ist die gefühlte Mittelschicht weit größer als jene 62 Prozent, die zur mittleren Einkommensschicht gerechnet werden. Zur oberen Einkommensschicht gehört laut offizieller Statistik ein kinderloses Ehepaar schon, wenn jeder Partner netto 1384 Euro verdient, ein Alleinstehender ab einem Nettoeinkommen von 1844 Euro. Viele Industrie-Facharbeiter gehören damit zur Oberschicht, obwohl sie sich selbstverständlich der Mittelschicht zuordnen würden.

Für die Milieu-Forscher Bodo Flaig und Carsten Ascheberg ist diese ökonomische Diskussion nur bedingt relevant. Denn sozialer Status heißt bei ihnen nicht nur Einkommen und Vermögen, sondern auch Prestige, Bildung und Sicherheit. Entscheidend sei, ob die Mittelschicht sich subjektiv bedroht sieht. Und diese gefühlte Verschlechterung der sozialen Lage wiederum sei weit größer als die reale. "Vereinfacht kann man sich das wie eine Presse vorstellen", sagt Flaig. "Wenn von oben und unten Druck kommt, strebt die Mitte auseinander." Die Mittelschicht bleibt, aber sie wird unterschiedlicher.

Ohnehin wollen alle Mittelschicht, aber kaum jemand will Mitte sein. "Mitte hört sich nach Durchschnitt an", erklärt Carsten Ascheberg vom Sigma-Institut. Das zeigt sich auch am Bedeutungsverlust der klassischen Mitte-Marken, während Premium- und Billig-Marken zulegen konnten. Auch hier deutet sich jedoch eine Trendumkehr an. Durch die Wirtschaftskrise haben klassische Werte wie Vertrauen wieder an Bedeutung gewonnen, vermutet Wolfgang Adlwarth vom Nürnberger Marktforscher GfK.

Fast alle Forscher bestätigen hingegen die These vom Aufweichen der klassischen Wertekataloge. Möglicherweise wird es in Zukunft schwerer werden, überhaupt noch große Milieus festzustellen. Vor allem Jugendliche kombinieren heute traditionelle mit modernen Werten. Sie finden traditionelle Lebensformen wie die Familie wichtig, haben aber kein Problem mit neuen Lebensformen wie der Ehe ohne Trauschein oder homosexuellen Beziehungen. Schon heute rät das Sinus-Institut deshalb davon ab, pauschal verschiedene Milieus zu Obergruppen zusammenzufassen. Dafür sei Deutschlands Gesellschaft einfach zu heterogen geworden.

**URL:** <http://sueddeutsche.de/wissen/deutschlands-gesellschaft-keiner-will-mehr-mitte-sein-1.1003475>

**Copyright:** sueddeutsche.de GmbH / Süddeutsche Zeitung GmbH

**Quelle:** (SZ vom 22.09.2010/mcs)