



INTEGRAL ■■■ MARKT- UND
MEINUNGS-
FORSCHUNG
Partner von SINUS Heidelberg ■ Berlin ■ Zürich

Die Sinus-Milieus® als Tool zur Identifikation und Ansprache strategischer Zielgruppen

Präsentation auf der Fachveranstaltung „Kundensegmentierung“ des VMÖ
am 16. Juni 2015



„Nur wer versteht, was die Menschen bewegt, kann sie auch bewegen.“
(Bodo Flaig, GF SINUS-Institut)





- Die Grundlagen der Sinus-Milieus®
- Die zehn österreichischen Milieus
- Die Besonderheiten
- Anwendungsmöglichkeiten



- **Die Grundlagen der Sinus-Milieus®**
- Die zehn österreichischen Milieus
- Die Besonderheiten
- Anwendungsmöglichkeiten

Die Alltagswelt ist die Lebenswirklichkeit

*„Ein Tapetenwechsel im Wohnzimmer wird
im Alltagsleben gemeinhin als große Veränderung
wahrgenommen, kaum jedoch ein Regierungswechsel.“*

Erstellung eines Sinus-Milieu-Modells durch ein zweistufiges Vorgehen:

- ◆ Schritt 1: Qualitativ/Psychologisch - ganzheitliches Verstehen, durch
 - qualitatives Vorgehen (mehrstündige „Lebensweltinterviews“)
 - teilnehmende Beobachtung
 - Bilddokumentation
 - etc.



Ethnologie des Alltags

- ◆ Schritt 2: Überleitung in ein quantifizierbares Modell

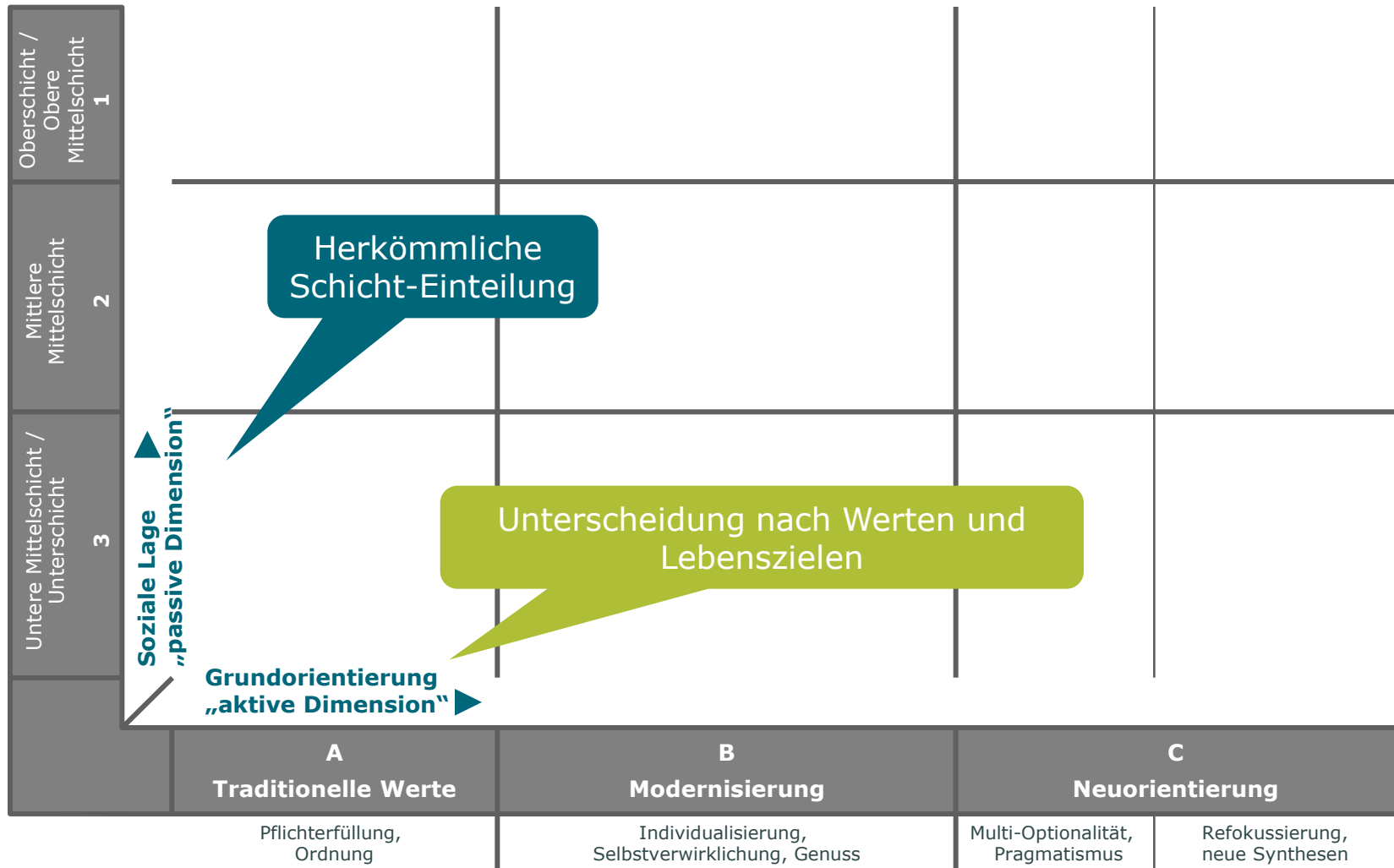
Das Ergebnis: die Sinus-Milieus®

- Fortgeschrittene Individualisierung führt zu neuen Gruppenbildungen
- Die Sinus-Milieus® beschreiben diese neuen Gruppen: Menschen, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln
 - ◆ Ähnliche Grundorientierung, Mentalität, Werte
- Daher auch:
 - ◆ Ähnlicher Lebensstil, Geschmack
 - ◆ Ähnliche Wohnumfelder

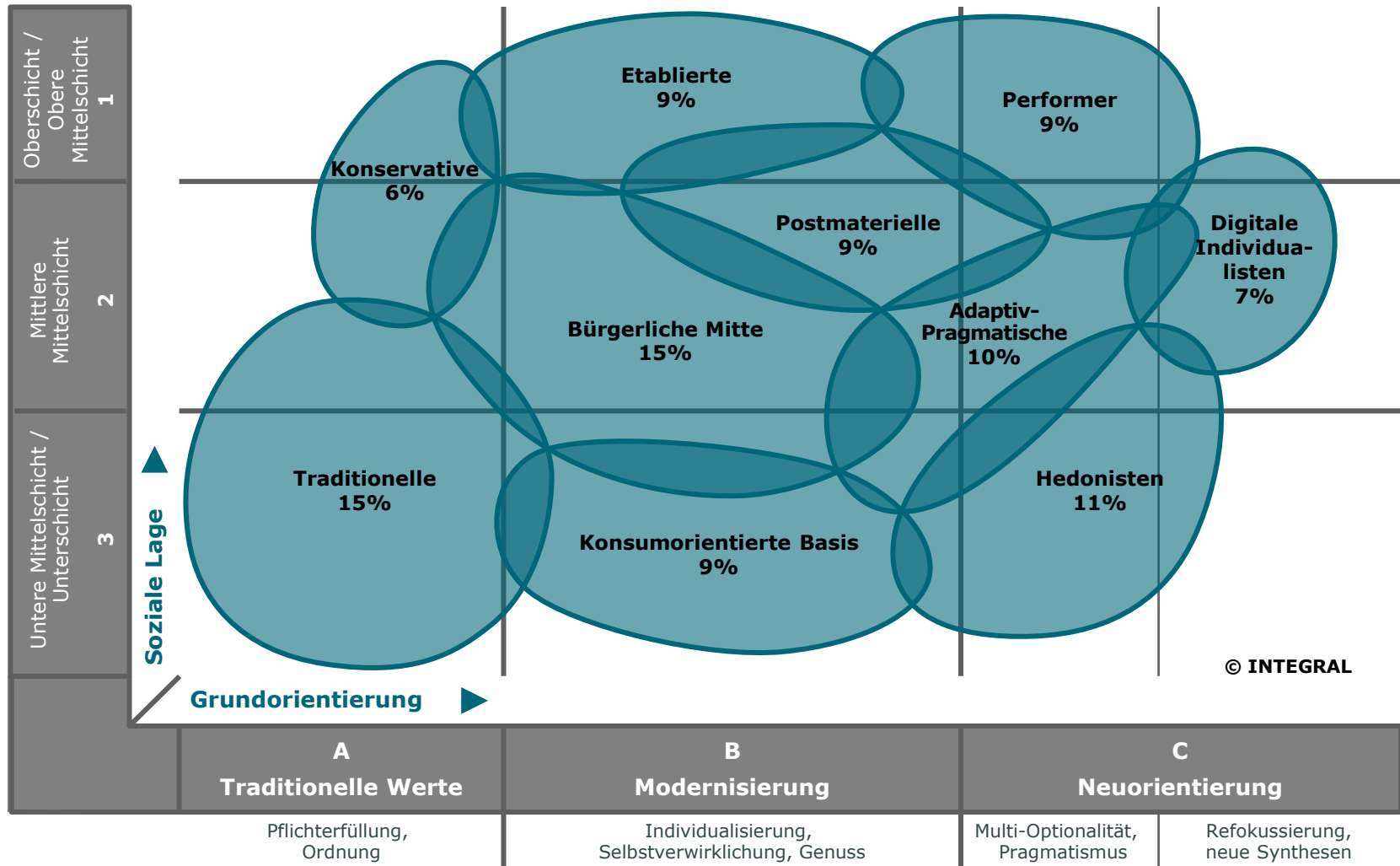


"Gruppen Gleichgesinnter"

„Landkarte der Gesellschaft“ Positionierungsmodell der Sinus-Milieus



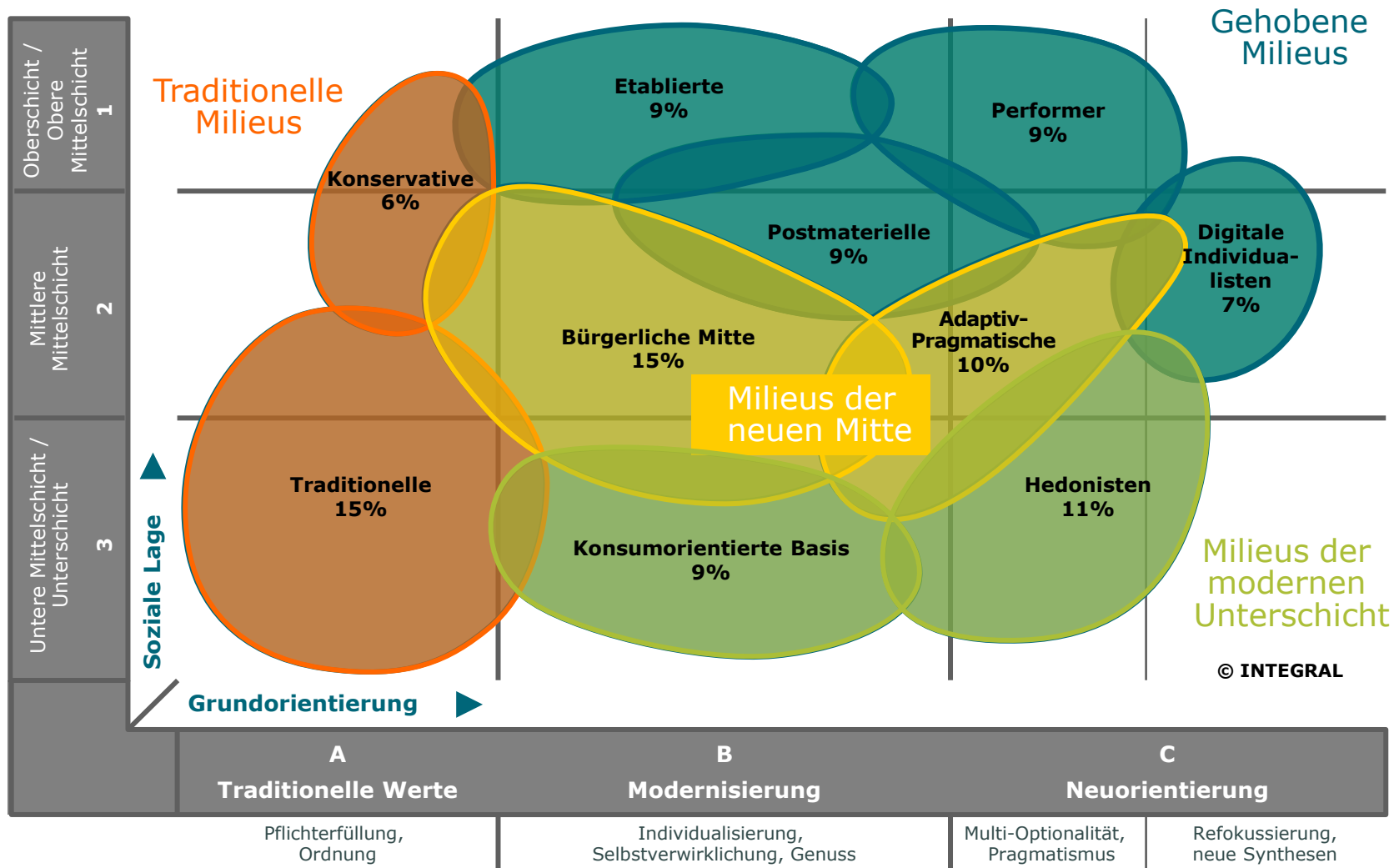
Die Sinus-Milieus® in Österreich





- Die Grundlagen der Sinus-Milieus®
- **Die zehn österreichischen Milieus**
- Die Besonderheiten
- Anwendungsmöglichkeiten

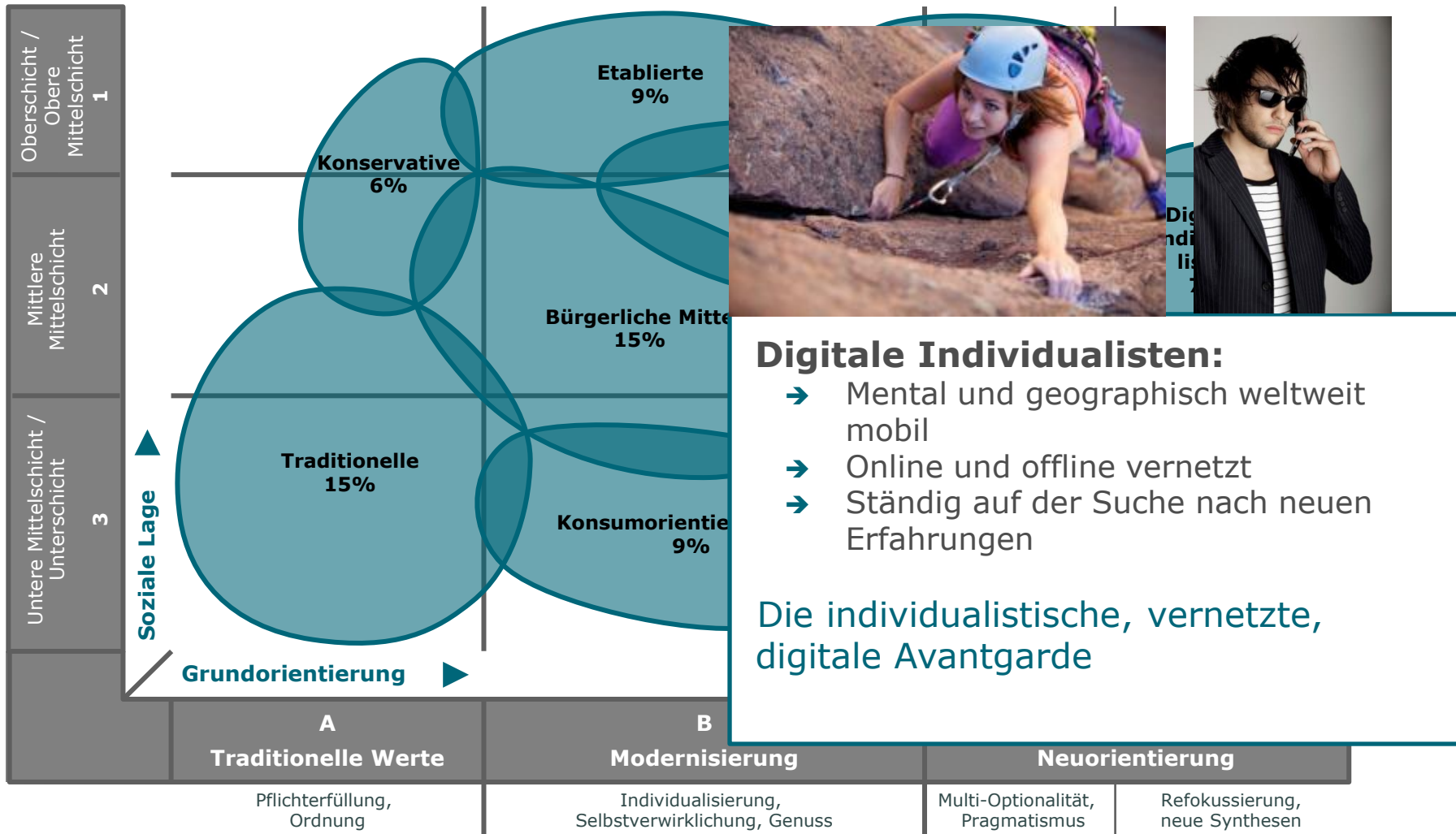
Die Sinus-Milieus® in Österreich



Informationen zu den Sinus-Milieus®

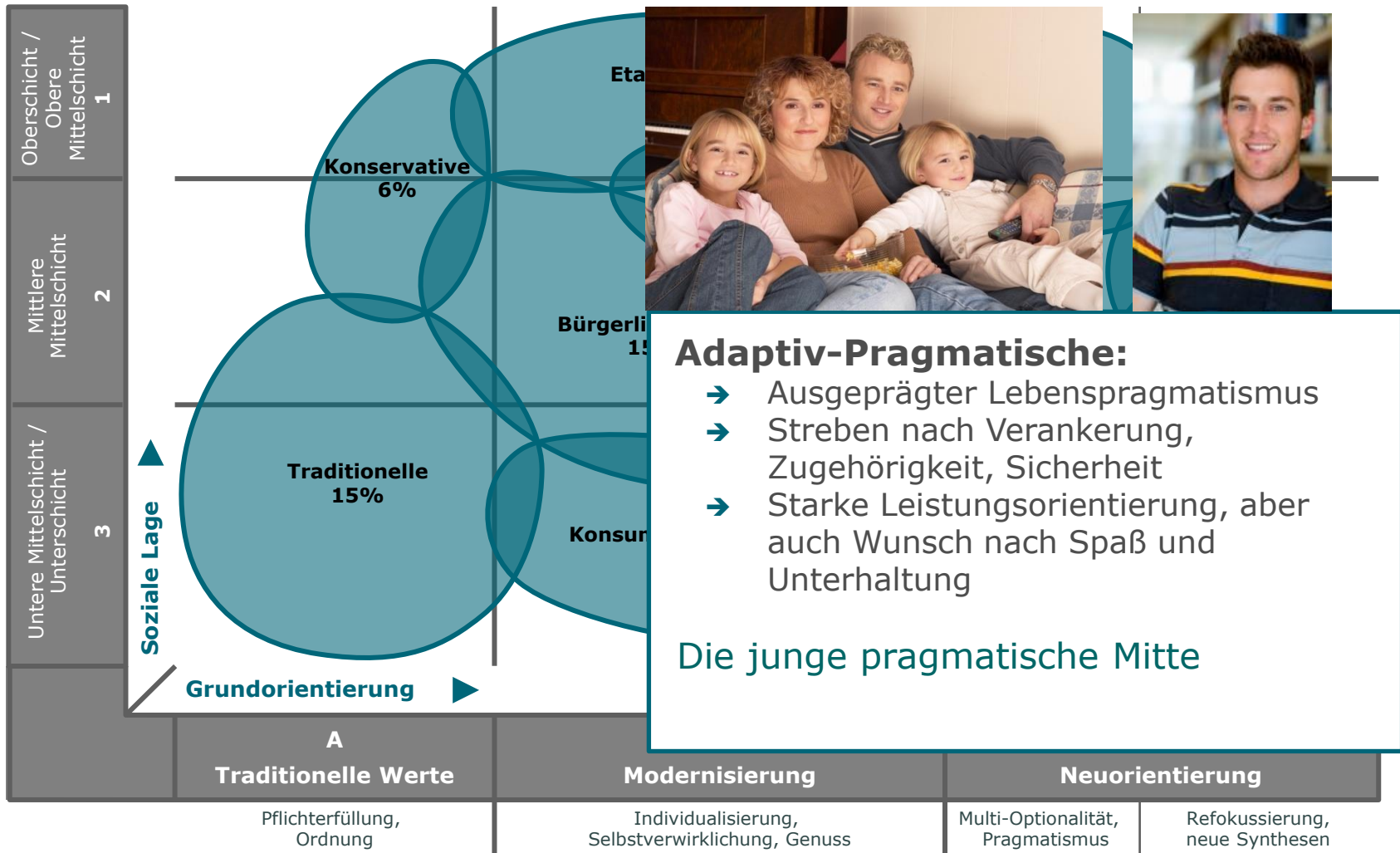
- Basisinformationen aus dem ausführliches Milieuhandbuch (250 Seiten)
- Zusatzinformation im Lebensweltenhandbuch (300 Seiten)
- Kontinuierliche Anreicherung des Milieuwissens durch vielfältige Anwendung in der Marketingforschung und wissenschaftliche Detailforschung
 - ◆ Seit österreichischem Milieuupdate im September 2011 über 60.000 milieubezogene Interviews durchgeführt
- Sinus-Milieus als Mittel der Datenintegration
 - ◆ Informationen aus den unterschiedlichsten Datenquellen werden in den Sinus-Milieus zusammengeführt

Sinus C2 – Digitale Individualisten



Zum Sinn des Lebens:
„Dass ich einfach das Gefühl hab, dass ich etwas aufbaue, etwas leisten kann, etwas erreiche. Ein Projekt einfach, das ich irgendwann abschließen kann und ein neues Projekt starten kann. So dass ich einfach eine Beschäftigung hab, die mir auch einen Sinn gibt im Leben.“

Männlich, 27 Jahre



**„In zehn Jahren
möchte ich gern in
einer eigenen
Wohnung leben mit
meinem zukünftigen
Partner. Ich will
einen sicheren Job,
der Spaß macht und
ich hätte gern ein
Haustier. Vielleicht
auch ein Baby.“**

Weiblich, 16 Jahre



- Die Grundlagen der Sinus-Milieus®
- Die österreichischen Sinus-Milieus®
- **Die Besonderheiten**
- Anwendungsmöglichkeiten

Sinus-Milieus überbrücken zwei Welten



Sinus-Milieus in wissenschaftlichen Studien

Beispiel: Sprachprofil

Adjektive	
Konservative	Konsumorientierte Basis
anerkannt	freundlich
chronologisch	genau
durchdacht	geplant
kompetent	handlich
methodisch	kurz
objektiv	praktisch
präzise	richtig
realistisch	ruhig
renommiert	zuverlässig
sachlich	

(Aus: Rudolf Tippelt u.a., Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland, Band 3 – Milieumarketing implementieren, 2008)

Worldwide expertise





- Die Grundlagen der Sinus-Milieus®
- Die zehn österreichischen Milieus
- Die Besonderheiten
- **Anwendungsmöglichkeiten**

Die Sinus-Milieus®: Der rote Faden für strategisches und operatives Marketing



Breite Anwendung der Sinus-Milieus®

Märkte und Themen

- Automobil
- Banken
- Bildung
- Biomarkt
- Demographischer Wandel
- Direktmarketing
- Design
- Do-it-yourself
- Einzelhandel
- Energie
- Ernährung
- Erziehung, Pädagogik
- Fundraising
- Getränke
- Informations- u. Kommunikations-Technologien
- Jugend
- Kosmetik
- Küche und Tisch
- Luxus
- Medien
- Mobilitätsforschung
- Migranten
- Motorrad
- ÖPNV
- Outfit
- Politikplanung
- Pharma
- Raumplanung
- Reisen
- Religion
- Schmuck
- Soziale Probleme
- Spirituosen
- U-Elektronik
- Umweltbewusstsein
- Wasch-/ Reinigungsmittel
- Verkehrssysteme
- Versicherungen
- Wählermarkt
- Wein
- Wohnen, Einrichten

Arbeiten mit den Sinus-Milieus

- Zielgruppenbestimmung

Zielgruppenbestimmung

□ Nutzen für den Anwender

- ◆ Mit den Sinus-Milieus können die Zielgruppen und deren Verwendungsmotive trennschärfer bestimmt werden als mit soziodemographischen Einteilungen
- ◆ Zudem sind die Zielgruppen über die Sinus-Milieus anschaulich, ganzheitlich und inhaltlich sinnvoll bestimmt
- ◆ Außerdem sind die Sinus-Milieus sind keine Insellösung, sondern eine anerkannte Segmentation mit Verknüpfungen zu diversen Datenquellen (AGTT-Teletest, ÖVA,..)

Arbeiten mit den Sinus-Milieus

Die Digitalen Sinus-Milieus®

Strukturanalyse von Websites

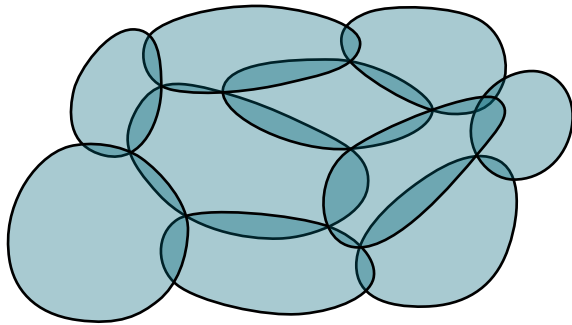
Ausspielen von Onlinewerbung

Die Geo-Milieus®

Reduktion des Streuverlusts für Direct-Mail

Standortanalysen

Danke!



INTEGRAL Marktforschung
Mohsgasse 1
1030 Wien
Tel: +43 1 7991994
www.integral.co.at

Kontakt:
Dr. Bertram Barth
bertram.barth@integral.co.at