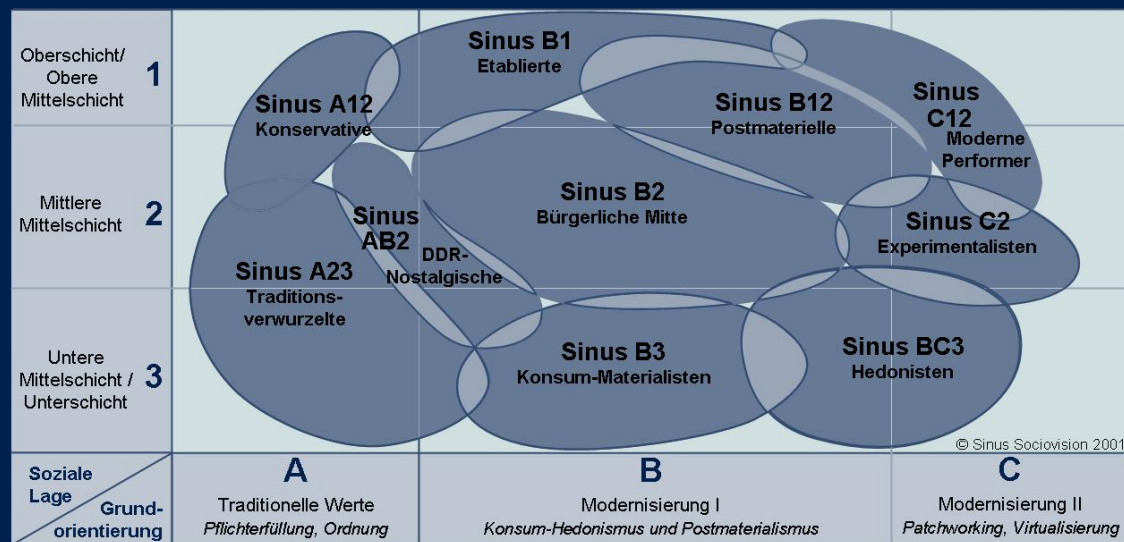


VuMA 2010

DIE SINUS-MILIEUS



- Die Definition der Sinus-Milieus geht aus von der Lebenswelt und dem Lebensstil der Menschen - und nicht von formalen demografischen Kriterien wie Schulbildung, Beruf oder Einkommen.
- Grundlegende Wertorientierungen gehen dabei ebenso in die Analyse ein wie Alltagseinstellungen (zur Arbeit, zur Familie, zum Konsum).
- Die Sinus-Milieus fassen also Menschen zusammen, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln. Man könnte die Milieus - salopp gesagt - als „Gruppen Gleichgesinnter“ bezeichnen.



Die Sinus-Milieus sind Basis-Zielgruppen für das Marketing, die sich bereits in den unterschiedlichen Märkten bewährt haben.

KURZCHARAKTERISTIK DES SINUS-MILIEUS

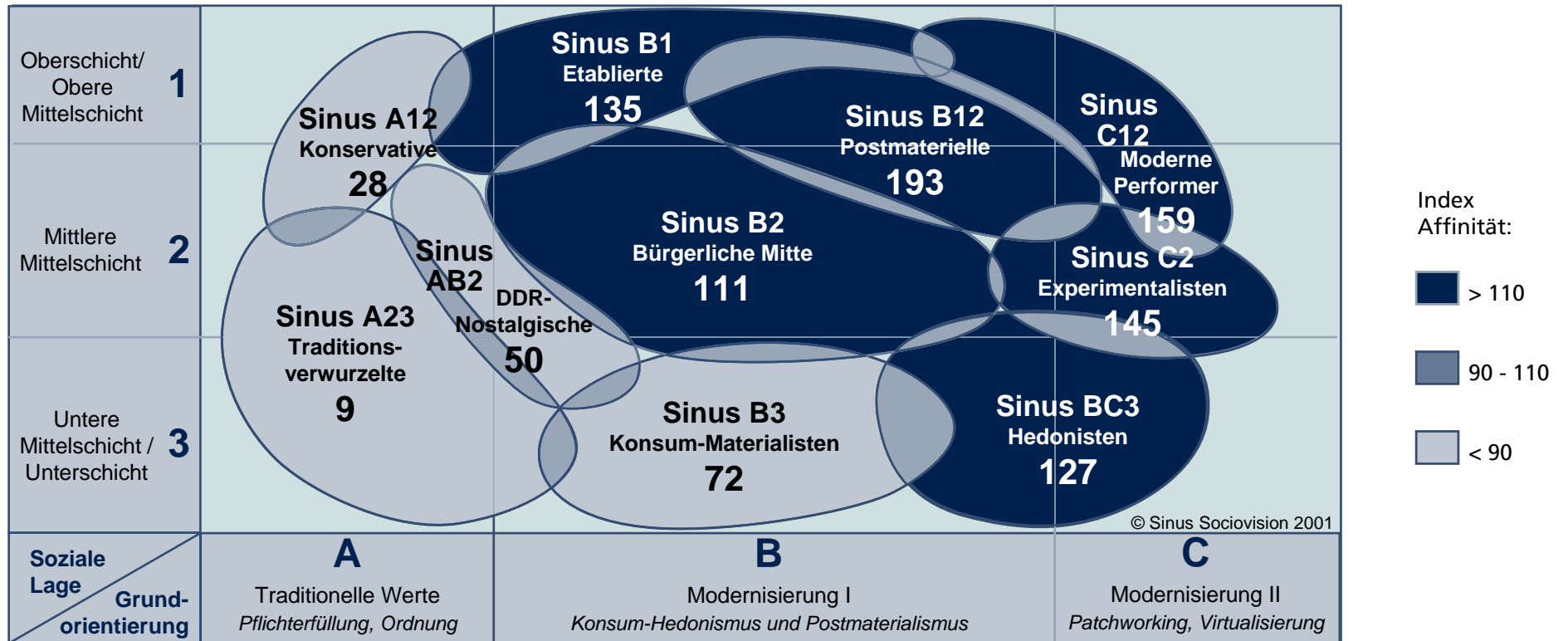
Gesellschaftliche Leitmilieus		
Etablierte	12,7%	Das selbstbewusste Establishment: Erfolgs-Ethik, Machbarkeitsdenken und ausgeprägte Exklusivitätsansprüche.
Postmaterielle	8,0%	Das aufgeklärte Nach-68er-Milieu: Liberale Grundhaltung, postmaterielle Werte und intellektuelle Interessen.
Moderne Performer	5,6%	Die junge, unkonventionelle Leistungselite: intensives Leben - beruflich und privat, Multi-Optionalität, Flexibilität und Multimedia-Begeisterung.
Traditionelle Milieus		
Konservative	2,4%	Das alte deutsche Bildungsbürgertum: konservative Kulturkritik, humanistisch geprägte Pflichtauffassung und gepflegte Umgangsformen.
Traditionsverwurzelte	10,6%	Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegsgeneration: verwurzelt in der kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiter-kultur.
DDR-Nostalgische	17,8%	Die resignierten Wende-Verlierer: Festhalten an preußischen Tugenden und altsozialistischen Vorstellungen von Gerechtigkeit und Solidarität.
Mainstream-Milieus		
Bürgerliche Mitte	17,8%	Der statusorientierte moderne Mainstream: Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen.
Konsum-Materialisten	9,5%	Die stark materialistisch geprägte Unterschicht: Anschluss halten an die Konsumstandards der breiten Mitte als Kompensations-versuch sozialer Benachteiligungen.
Hedonistische Milieus		
Experimentalisten	8,0%	Die extrem individualistische neue Bohème: Ungehinderte Spontaneität, Leben in Widersprüchen, Selbstverständnis als Lifestyle-Avantgarde.
Hedonisten	7,4%	Die Spaß-orientierte moderne Unterschicht/untere Mittelschicht: Verweigerung von Konventionen und Verhaltenserwartungen der Leistungs-gesellschaft.

Quelle: VuMA 2010, MDR-Gebiet, ZG-Anteil in %

Affinität	JUMP	MDR1 DIE ZIELGRUPPE	MDRW KOMPAKT
<i>Gesellschaftliche Leitmilieus</i>			
Etablierte	135	95	103
Postmaterielle	193	97	119
Moderne Performer	159	47	71
<i>Traditionelle Milieus</i>			
Konservative	28	128	107
Traditionsverwurzelte	9	142	114
DDR-Nostalgische	50	150	128
<i>Mainstream-Milieus</i>			
Bürgerliche Mitte	111	100	102
Konsum-Materialisten	72	94	90
<i>Hedonistische Milieus</i>			
Experimentalisten	145	30	55
Hedonisten	127	47	65

Quelle: VuMA 2010/MDR-Gebiet/Ø-Std. 6 - 18 Uhr/Gesamtbevölkerung MDR-Gebiet = 100

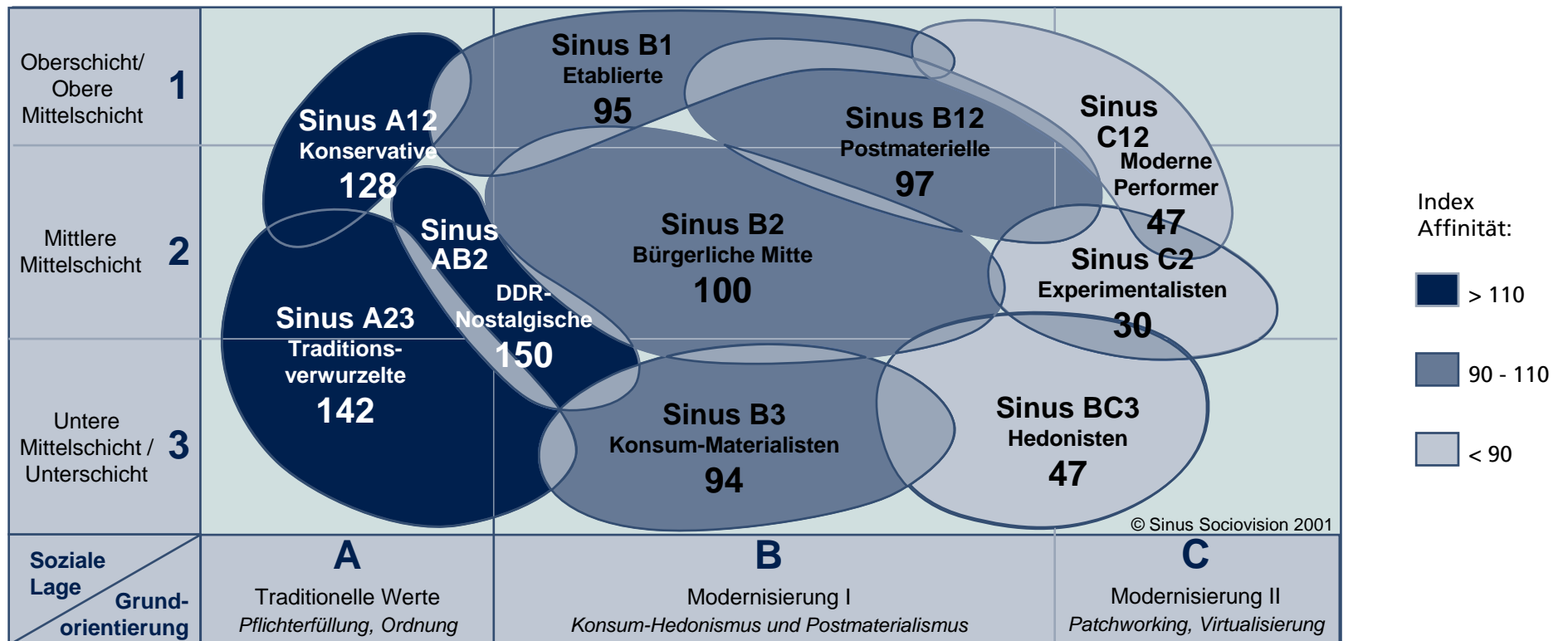
Die unterschiedlichen Milieuausprägungen liefern über die eindimensionale Soziodemografie hinaus signifikante Daten zur Bestimmung der Hörerschaften und Charakterisierung der MDR-Radioprogramme und eröffnen so neue Ansätze für die Hörfunkplanung.



Quelle: VuMA 2010

Basis: Erw. 14 + im MDR-Gebiet = 100; Ø-Stunde (Affinitätsindex); WTR (BKS)

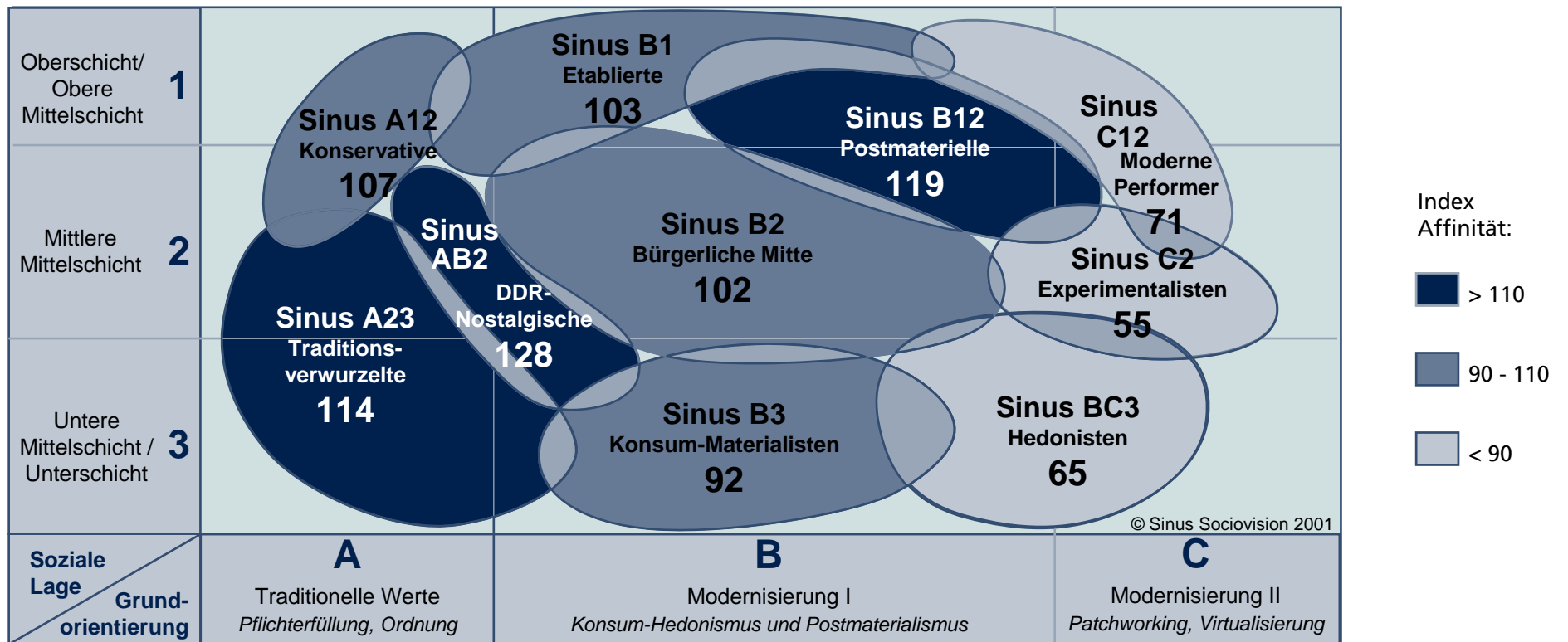
MDR1 DIE ZIELGRUPPE



Quelle: VuMA 2010

Basis: Erw. 14 + im MDR-Gebiet = 100; Ø-Stunde (Affinitätsindex); WTR (BKS)

MDRW KOMPAKT



Quelle: VuMA 2010

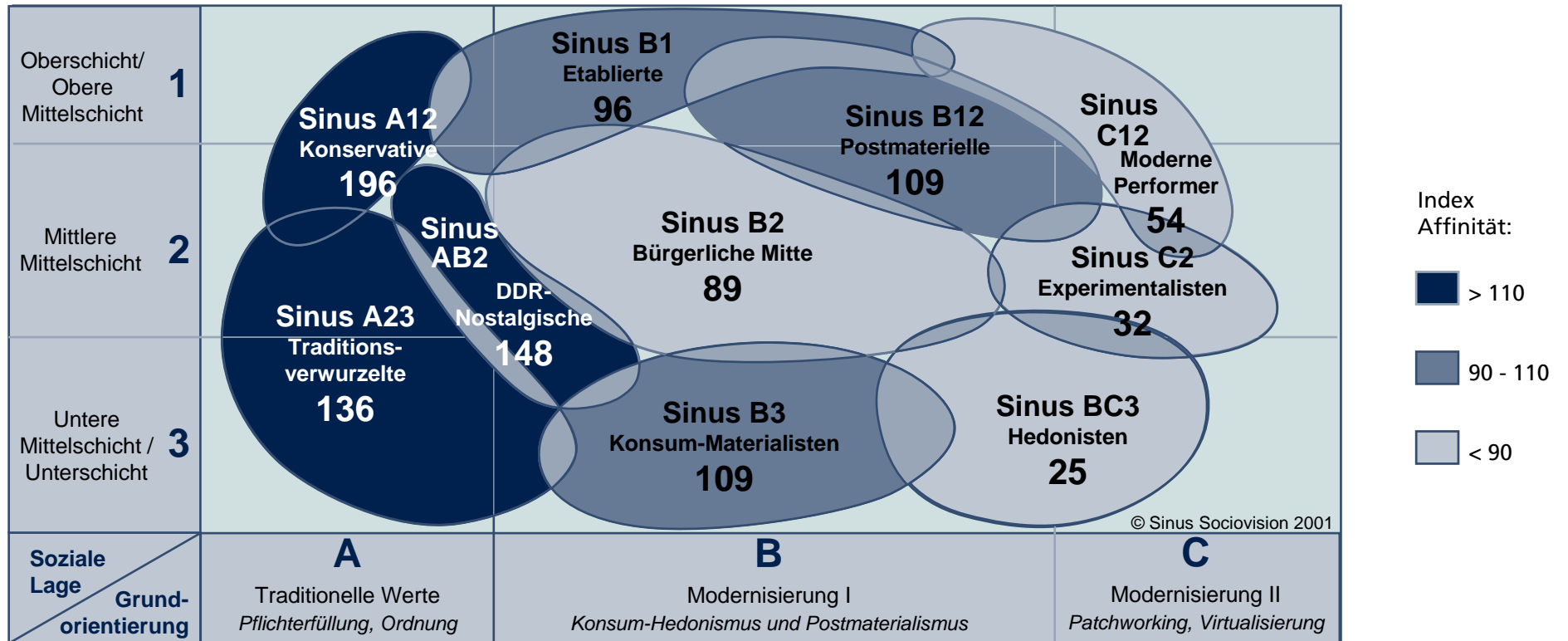
Basis: Erw. 14 + im MDR-Gebiet = 100; Ø-Stunde (Affinitätsindex); WTR (BKS)

Affinität	MDR 1 RADIO SACHSEN	MDR 1 RADIO SACHSEN- ANHALT	MDR 1 RADIO THÜRINGEN
<i>Gesellschaftliche Leitmilieus</i>			
Etablierte	96	95	117
Postmaterielle	109	47	131
Moderne Performer	54	34	33
<i>Traditionelle Milieus</i>			
Konservative	196	45	114
Traditionsverwurzelte	136	155	110
DDR-Nostalgische	148	167	133
<i>Mainstream-Milieus</i>			
Bürgerliche Mitte	89	113	127
Konsum-Materialisten	109	88	41
<i>Hedonistische Milieus</i>			
Experimentalisten	32	32	17
Hedonisten	25	53	91

Quelle: VuMA 2010/MDR-Gebiet/Ø-Std. 6 - 18 Uhr/Gesamtbevölkerung MDR-Gebiet = 100

Die unterschiedlichen Milieuausprägungen liefern über die eindimensionale Soziodemografie hinaus signifikante Daten zur Bestimmung der Hörerschaften und Charakterisierung der MDR-Radioprogramme und eröffnen so neue Ansätze für die Hörfunkplanung.

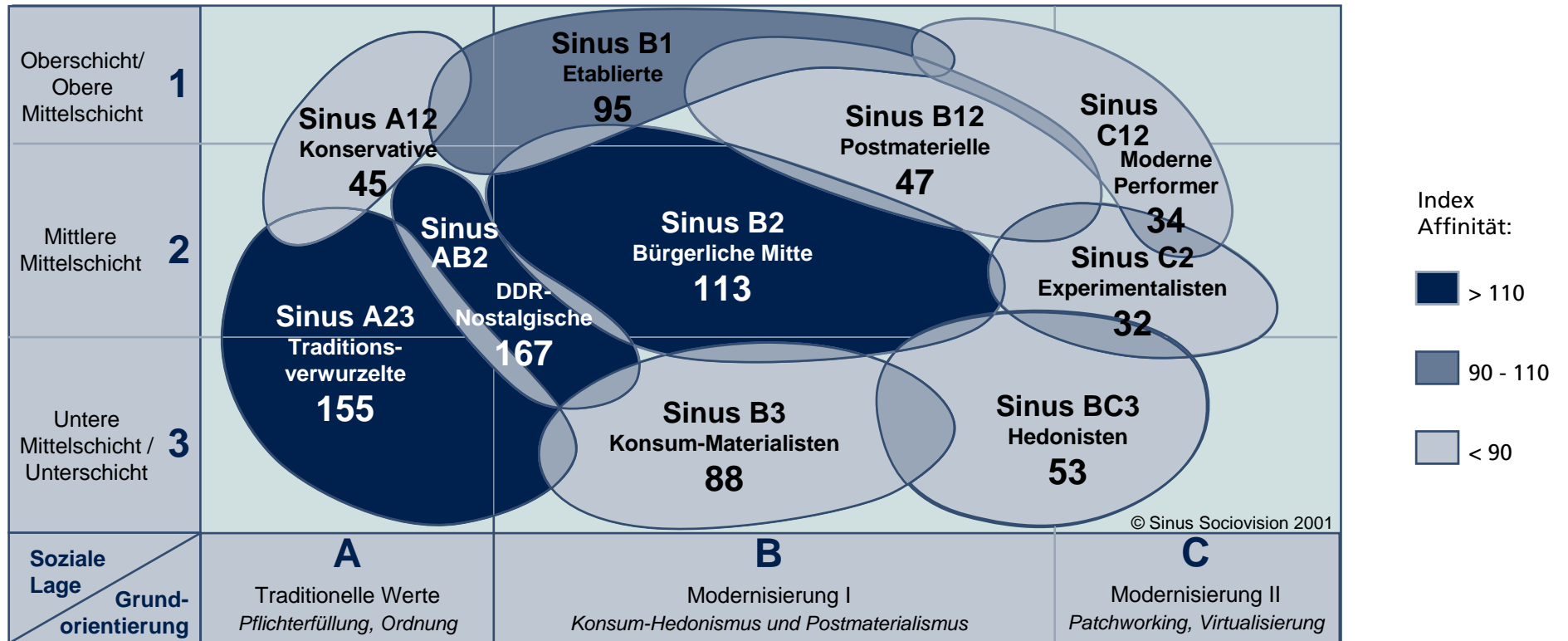
DIE SINUS-MILIEUS



Quelle: VuMA 2010

Basis: Erw. 14 + im MDR-Gebiet = 100; Ø-Stunde (Affinitätsindex); WTR (BKS)

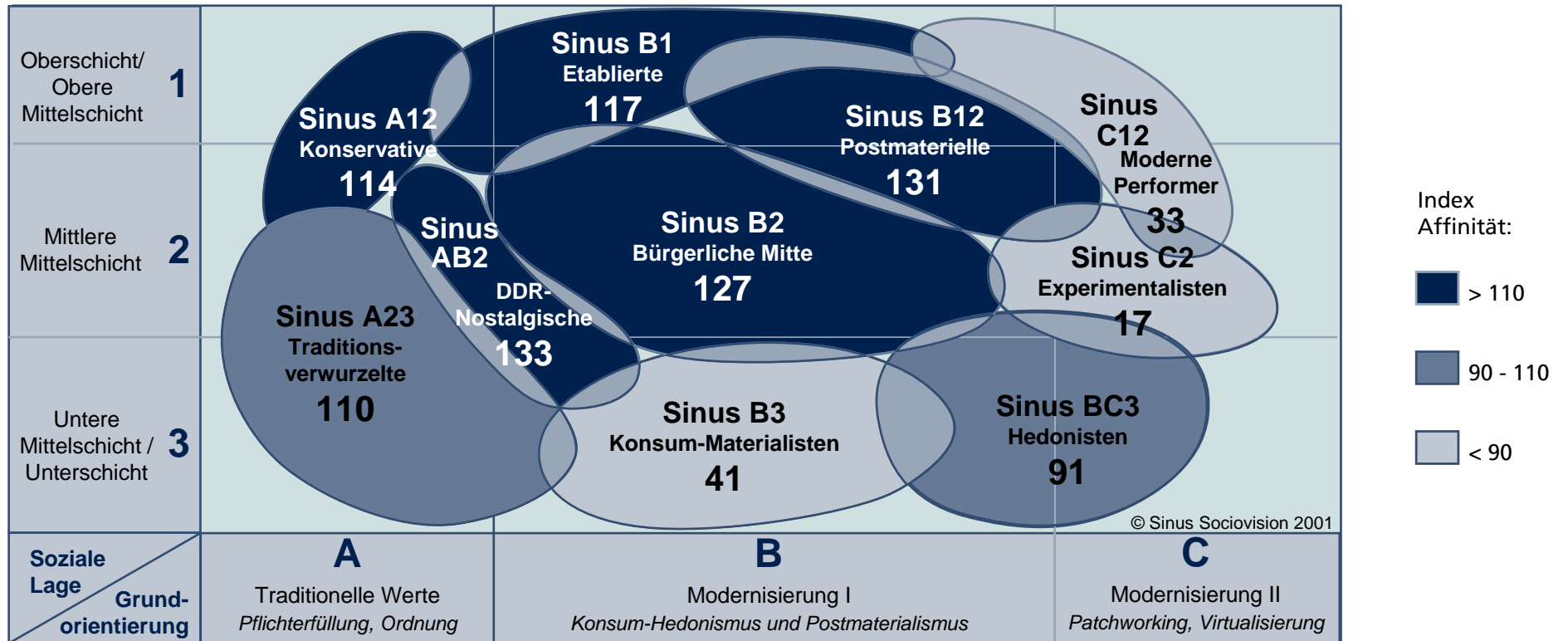
DIE SINUS-MILIEUS



Quelle: VuMA 2010

Basis: Erw. 14 + im MDR-Gebiet = 100; Ø-Stunde (Affinitätsindex); WTR (BKS)

DIE SINUS-MILIEUS



Quelle: VuMA 2010

Basis: Erw. 14 + im MDR-Gebiet = 100; Ø-Stunde (Affinitätsindex); WTR (BKS)