



## DIE SINUS-MILIEUS® IN ÖSTERREICH

Verstehen, was Menschen heute bewegt: Wertorientierungen und Lebensziele im Spannungsfeld von Entgrenzung und Verunsicherung – vor dem Hintergrund 30-jähriger wissenschaftlicher Forschung.

Erleben Sie die Welt Ihrer Konsumenten

### Ihre Vorteile im Überblick

Die Sinus-Milieus® liefern Ihnen eine konkrete Basis für strategische und operative Geschäftsentscheidungen.

- ■ ■ **Verständnis und Nutzung gesellschaftlicher Trends**

  - Wie ist Ihre Marke im Rahmen der gesellschaftlichen Dynamik positioniert?
  - Ist Ihre Marke für die Zukunft richtig aufgestellt? Ist sie speziell für die jungen Konsumenten relevant?
- ■ ■ **Identifikation Ihrer vielversprechendsten Zielgruppen mit lebensnaher Beschreibung**

  - Welche Zielgruppe favorisiert Ihr Angebot, welche Einstellungen haben diese Menschen, woran glauben sie, wie leben sie, wie kleiden sie sich, welche Wünsche und Ängste begleiten sie in ihrem Alltag? ...
- ■ ■ **Positionierung Ihrer Marke**

  - Wo liegen die Stärken und Schwächen Ihrer Marke im Vergleich zum Mitbewerb?
- ■ ■ **Erkenntnisse für Ihre Produkte & Lösungen**

  - Welchen Stellenwert haben Ihre Produkte und Lösungen im Alltag der Zielgruppe?
- ■ ■ **Zielgruppenoptimierte Kommunikation & Mediaplanung**

  - Welche Medien nutzt Ihre Zielgruppe?
  - Welchen Medien vertraut sie?
  - Welche Bilder und welche Sprache versteht sie?
- ■ ■ **Vertrieboptimierung**

  - Welche Angebote sind verständlich und überzeugend?
  - Wo liegen die Umsatzhebel?
  - Wie können Sie die Loyalität und Profitabilität Ihrer Kunden erhöhen?

## Was sind Sinus-Milieus®?

Die Sinus-Milieus® gruppieren Menschen und Verbrauchersegmente mit ähnlichen Auffassungen, Lebens-, Konsum- und Arbeitsweisen:

- Grundorientierung und Werte (Lebenseinstellung, Familie, Politik, Religion, etc.)
- Lebensstil, Geschmack, Führungsstil
- Kommunikationsstrukturen
- Wohn- und Arbeitsbereichumfelder

Damit bieten sie dem Marketing mehr Informationen und bessere Entscheidungshilfen als herkömmliche Zielgruppenansätze.

Die Sinus-Milieus® sind das Ergebnis von drei Jahrzehnten sozialwissenschaftlicher Forschung und werden seit Beginn der 80er Jahre von führenden Markenartikel-Herstellern und Dienstleistungsunternehmen für das strategische Marketing, für Produktentwicklung und Kommunikation erfolgreich genutzt. Große Medienunternehmen arbeiten mit den Milieus® seit vielen Jahren ebenso erfolgreich wie Werbe- und Mediaagenturen.



## Das Segmentierungs-Modell

Der Gesamtmarkt wird in zehn Milieus unterteilt, die sich nach sozialer Lage und Grundorientierung unterscheiden. In dieser strategischen Landkarte können Ihre Marke, Produkte, genutzte Medien etc. positioniert und somit konkrete, umsatzfördernde Maßnahmen abgeleitet werden.

## Die 10 Sinus-Milieus® in Österreich

### Traditionelle Milieus

**Konservative:** Leitmilieu im traditionellen Bereich mit einer hohen Verantwortungsethik: Stark von christlichen Wertvorstellungen geprägt, hohe Wertschätzung von Bildung und Kultur, kritisch gegenüber aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen.

**Traditionelle:** Die auf Sicherheit und Stabilität Wert legende Kriegs- und Nachkriegsgeneration: Verwurzelt in der alten kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur.

### Gehobene Milieus

**Etablierte:** Die leistungsbewusste Elite mit starker traditioneller Erziehung: Nimmt die Herausforderung der Globalisierung und der digitalen Welt an, strebt gleichzeitig nach Harmonie und Balance; hohe Statusorientierung.

**Postmaterielle:** Weltoffene Gesellschaftskritiker: Gebildetes, vielfältig kulturinteressiertes Milieu; kosmopolitisch orientiert, aber kritisch gegenüber Globalisierung.

**Performer:** Die flexible und global orientierte Leistungselite: Individuelle Leistung, Effizienz und Erfolg haben erste Priorität; feste Verankerung in der digitalen Welt.

**Digitale Individualisten:** Die individualistische, vernetzte, digitale Avantgarde: Mental und geographisch weltweit mobil, online und offline vernetzt, ständig auf der Suche nach neuen Erfahrungen.

### Die neue Mitte

**Bürgerliche Mitte:** Der leistungs- und anpassungsberbereite Mainstream: Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, gesicherten und harmonischen Verhältnissen, Halt und Orientierung, Ruhe und Entschleunigung.

**Adaptiv-Pragmatische:** Die junge pragmatische Mitte: Ausgeprägter Lebenspragmatismus, Streben nach Verankerung, Zugehörigkeit, Sicherheit, starke Leistungsorientierung, auch Wunsch nach Spaß und Unterhaltung.

### Moderne Unterschicht

**Konsumorientierte Basis:** Die materialistisch geprägte, resignierte Unterschicht: Ausgeprägte Zukunftsängste und Ressentiments; bemüht, Anschluss zu halten an die Konsumstandards der Mitte.

**Hedonisten:** Die momentbezogene, erlebnishungerrige moderne untere Mittelschicht: Suche nach Spaß und Unterhaltung; Ablehnung von Leistungsgedanken und traditionellen Normen und Konventionen.



## International verfügbar

Die Sinus-Milieus® sind neben Österreich auch für Europa, Nordamerika und China erhältlich. Mit den länderübergreifenden **Sinus Meta-Milieus®** steht eine internationale Segmentierung zur Verfügung, welche die länderspezifischen Besonderheiten berücksichtigt.

Auf diese Weise unterstützt Sie INTEGRAL bei der internationalen und Umsetzung von lokalen Marketing- und Vertriebsstrategien.

## Unser Angebot für Sie

Wir bieten Ihnen mit den Sinus-Milieus® fundierte Antworten auf Ihre Marketinganliegen. Die Milieu-Zuordnung ist für alle klassischen Marktforschungsmethoden (Image-Tracking, Werbeerfolgsmessung, etc.) sowie für alle Online-Umfragen möglich. Qualitative Analysen Ihrer Kunden und Zielgruppen bietet zudem der INTEGRAL Lebenswelten Pool.

### ■ ■ ■ WOMIT UNTERSTÜTZEN WIR SIE?

#### Zielgruppenbestimmung

- Optimales Verständnis der Lebenswelten und Wertorientierungen in unterschiedlichen Märkten
- Konkrete Einblicke in Werte, Einstellungen, Präferenzen pro Zielgruppe

#### Markenpositionierung

- Eindeutige Zuordnung und Verwendung Ihrer Marke pro Zielgruppe

#### Klare Maßnahmenkataloge für:

- Positionierung
- Kommunikation
- Produktentwicklung
- Angebotsportfolio
- Kundenlebenszyklen

### ■ ■ ■ WIE UNTERSTÜTZEN WIR SIE?

#### Information und Workshops

- Zu allen Fragen der Markenpositionierung oder Kommunikationsplanung
- Vor dem Hintergrund der Zielgruppenmilieus

#### Trend- und Zukunftsforschung

- Für Ihre Marke oder
- Ihre Produktkategorie

#### GIS für Direktmarketing

- Mittels geografischer Zuordnung der Sinus-Milieu®-Informationen zu Wohnadressen (microm Geo-Milieus®) wird die Verortung von Kunden und deren Bedürfnissen möglich
- Konkrete Direktmarketing-Maßnahmen werden zielgruppenadäquat umsetzbar

#### Nähere Informationen zu den Sinus-Milieus®

INTEGRAL Marktforschung  
Mohsgasse 2, 1030 Wien  
Tel: +43 1 799 19 94  
www.integral.co.at

Dr. Bertram Barth  
Mag. Martin Mayr  
Mag. Sandra Cerny  
Mag. Petra Schiesser

Anfragen:  
angebote@integral.co.at

#### Ob Inputs für Strategie, Positionierung, Produktentwicklung, Kommunikation oder Vertrieb:

INTEGRAL stimmt die Erhebung und Interpretation der Ergebnisse individuell auf Ihre Bedürfnisse ab und hilft Ihnen bei der Identifikation neuer Märkte, Umsatzpotenziale und vor allem beim Aufbau von nachhaltigen Kundenbeziehungen mit Hilfe der Sinus-Milieus®.