

Internetnutzung in Österreich nach Sinus-Milieus®

Austrian Internet Monitor-Consumer: Neu mit Zielgruppen-Segmentierung

76% der Bevölkerung nutzen aktuell das Internet. Das Medium hat damit praktisch alle Bevölkerungsgruppen erreicht. Doch wie gestalten sich die Verwendungsgewohnheiten betrachtet nach strategischen Zielgruppen? Sinus Milieus® sind ein Modell, das Menschen nach ihren Lebensauffassungen und Lebensweisen gruppiert. Der Austrian Internet Monitor ermöglicht nun auch die Analyse der Internetnutzung nach der international anerkannten Segmentierung nach Sinus-Milieus®. Ein Auszug aus dem Themenkreis Social Media.

Die Sinus Milieus® betrachten die realen Lebenswelten der Menschen, d.h. grundlegende Wertorientierungen und Einstellungen zu Arbeit und Freizeit, zu Familie und Partnerschaft, Konsum und Politik – und stellen diese in einen Kontext mit demografischen Eigenschaften wie Bildung, Beruf oder Einkommen. Dadurch wird der Mensch ganzheitlich wahrgenommen, im Bezugssystem all dessen, was für sein Leben Bedeutung hat.

Die österreichischen Sinus-Milieus® unterscheiden zehn Gruppen „Gleichgesinnter“, die sich in vier Kategorien zusammenfassen lassen:

- Gehobene Milieus: Etablierte, Postmaterielle, Moderne Performer
- Mainstream-Milieus: Bürgerliche Mitte, Konsumorientierte Basis
- Traditionelle Milieus: Konservative, Traditionelle, Ländliche
- Hedonistische Milieus: Experimentalisten, Hedonisten

Die Internetnutzung in den Milieus

Besonders stark ausgeprägt ist die Internetnutzung innerhalb der gehobenen und hedonistischen Milieus – welche stark durch junge Personen dominiert sind. Die vielfältigste Verwendung verzeichnen Moderne Performer und Hedonisten; sie üben durchschnittlich die meisten verschiedenen Tätigkeiten aus. Doch nicht alle Nutzungszwecke des Internets werden von den jungen Milieus dominiert. So verteilt sich etwa die Suche nach Adressen oder Telefonnummern weitgehend gleich auf alle Milieus, und bei Kontakt mit Ämtern und Behörden sind auch die Ländlichen und Traditionellen stark aktiv.

Unterschiedliche Interessen in den Segmenten

Soziale Netzwerke und interaktive Plattformen zählen zu den großen Gewinnern im Internet. Bei der Nutzung der einzelnen Plattformen zeigen sich deutlich die unterschiedlichen Interessen der Milieus. Speziell Moderne Performer und Hedonisten, aber auch Experimentalisten und Konsumorientierte weisen etwa eine überdurchschnittliche Nutzung von Facebook auf. Wikipedia hingegen wird besonders stark von Postmateriellen und Modernen Performern genutzt.

Motive für Nutzung sozialer Netzwerke

Auch bei den Motiven, sich in einem sozialen Netzwerk zu tummeln, zeigen sich klare Unterschiede zwischen den Milieus: während Moderne Performer mit ihrer begrenzten Freizeit eine hier eine gute Möglichkeit sehen, Kontakt mit Freunden zu halten, sind Konsumorientierte, Hedonisten und Experimentalisten stark am Aufbau neuer Freundschaften über das Internet interessiert.

Zahlungsbereitschaft

Besonders großen Wert auf kostenlose Nutzung sozialer Netzwerke legen die Hedonisten. Dafür akzeptieren sie bereitwillig Werbeeinblendungen, während Konservative und Traditionelle eine überdurchschnittlich hohe Zahlungsbereitschaft aufweisen, um eine werbefreie Nutzung zu erhalten.

Diese und weitere Informationen finden sich in der aktuellen Ausgabe des Austrian Internet Monitor-Consumer (AIM-C). Der AIM-C wird von INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung auf Basis von insgesamt 12.000 Interviews pro Jahr (3.000 pro Quartal) durchgeführt - repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren. Der INTEGRAL AIM-Consumer liefert seit 1996 kontinuierlich Informationen über Nutzung und Entwicklungsperspektiven von Internet und anderen neuen Kommunikationstechnologien.

INTEGRAL hat im August 2009 die Mehrheitsanteile an dem Heidelberger Institut SINUS Sociovision übernommen. In enger Kooperation mit SINUS bietet INTEGRAL nun seinen Kunden auch das Leistungsspektrum von SINUS an.

Für Rückfragen stehen Ihnen Dr. Bertram Barth und Sandra Cerny, INTEGRAL Markt- u. Meinungsforschung, zur Verfügung.

www.integral.co.at; *Anfragen an aim@integral.co.at , Tel.Nr.:+43-(0)1-799 19 94*

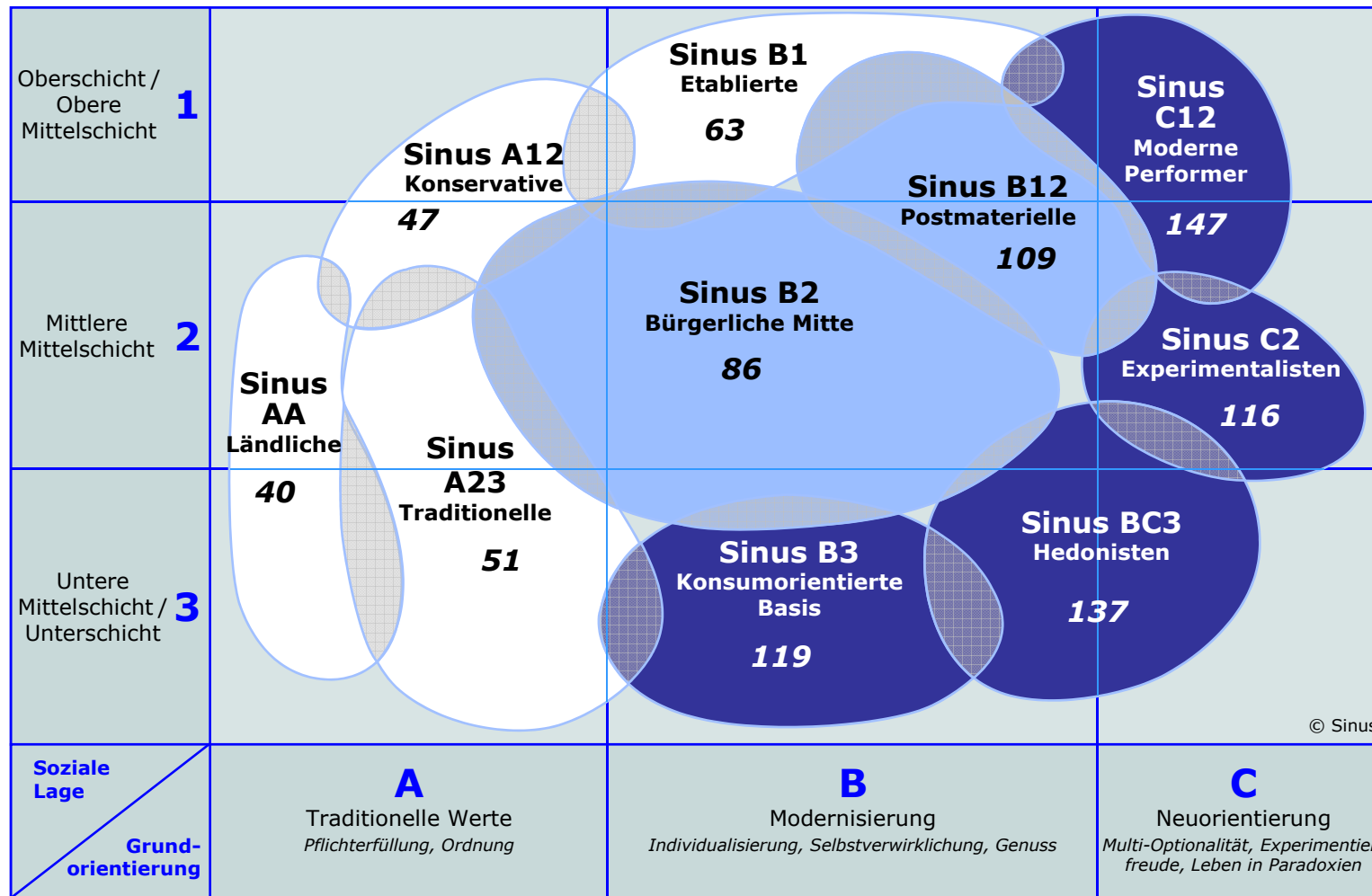


In den letzten 4 Wochen Facebook genutzt

Basis: Internetnutzer

Durchschnitt Total: 43%

Dargestellt anhand von Indexwerten (\emptyset = Index 100)



■ Überdurchschnittlich

■ Durchschnittlich

□ Unterdurchschnittlich



Die Sinus-Milieus® im Einzelnen

Gehobene Milieus

Etablierte: Die erfolgs- und leistungsbewusste Elite: Machbarkeits- und Wirtschaftlichkeitsdenken; ausgeprägte Exklusivitätsansprüche

Postmaterielle: Aufgeklärt, kosmopolitisch, progressiv; Deregulierungs- und Globalisierungs-kritiker; vielfältige kulturelle und intellektuelle Interessen

Moderne Performer: Die junge, unkonventionelle Nachwuchselite: Flexibel und leistungsorientiert; intensiv leben, beruflich wie privat; Multimediabegeistert

Mainstream-Milieus

Bürgerliche Mitte: Der konventionelle Mainstream: Streben nach einem angemessenen sozialen Status und einem komfortablen, harmonischen Privatleben

Konsumorientierte Basis: Die stark materialistisch geprägte moderne Unterschicht: Anschluss halten an die Konsum-Standards der breiten Mitte als Kompensationsversuch sozialer Benachteiligungen

Traditionelle Milieus

Konservative: Christlich-soziales Gedankengut; ausgeprägtes Pflicht- und Verantwortungsgefühl; hohe Wert-schätzung von Bildung und Kultur

Traditionelle: Die Sicherheit und Stabilität liebende Kriegs- und Nachkriegsgeneration: Verwurzt in der alten kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur

Ländliche: Im traditionell-ländlichen Milieu verwurzelt: Landbesitz, Familie, Gemeinde und Kirche werden als selbstverständlicher Rahmen des Alltagslebens gesehen

Hedonistische Milieus

Experimentalisten: Die extrem individualistische neue Bohème: Freiheit, Spontaneität und Originalität, Leben mit den Widersprüchen

Hedonisten: Die jüngere Unter- und untere Mittelschicht: Suche nach Spaß und Unterhaltung; Verweigerung gegenüber den Erwartungen und Konventionen der Leistungsgesellschaft