

Verstehen, was potenzielle Kunden bewegt

INTEGRAL Online Anzeigenmonitor: Werbeeffizienz nach Sinus-Milieus®

Für Werbetreibende ist es das Um und Auf: wie gut bleibt die geschaltete Anzeige bei der Zielgruppe in Erinnerung. Und noch viel wichtiger: welche Motivationskraft besitzt sie? Um die Zielgruppe zu verstehen, liefern diese Informationen hilfreiche Ansatzpunkte. Umfassendes Verständnis der Zielgruppe ist dann möglich, wenn deren Lebenseinstellungen in die Analyse einfließen. Mit dem INTEGRAL Anzeigenmonitor und den international anerkannten Sinus-Milieus® ist das ab sofort möglich.

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

Der INTEGRAL Online Anzeigenmonitor analysiert die Motivationskraft und die Prägnanz sowie zahlreiche Details zur Wahrnehmung aktueller Sujets. Der eigene Status kann anhand einer umfassenden Benchmark-Datenbank mit über 900 Anzeigen klar eingeschätzt werden. Mit den Sinus-Milieus® erfahren nun Werbetreibende punktgenau, welchen Zielgruppen-Nerv sie getroffen haben. Dies ermöglicht die rasche Optimierung der Kommunikationsstrategie – sei es in Hinblick auf Kernbotschaften oder Platzierungen – um Werbebudgets noch effizienter einsetzen zu können.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass für die einzelnen Milieus unterschiedliche Gestaltungselemente attraktiv und relevant sind. So schätzen die gehobenen Milieus einen ironischen, hintergründigen Stil und komplexe Aussagen; speziell für die Etablierten ist Stilbewusstsein ansprechend. Die Mainstream Milieus orientieren sich durchaus auch an den Prioritäten der gehobenen Milieus, benötigen aber eine klare Botschaft. Um traditionelle Milieus zu erreichen, ist es oft von Vorteil, direkt oder indirekt auf anerkannte gesellschaftliche oder kulturelle Institutionen zu verweisen. Die hedonistischen Milieus lassen sich speziell durch das explizite Angebot von Vorteilen und Erlebnissen motivieren.

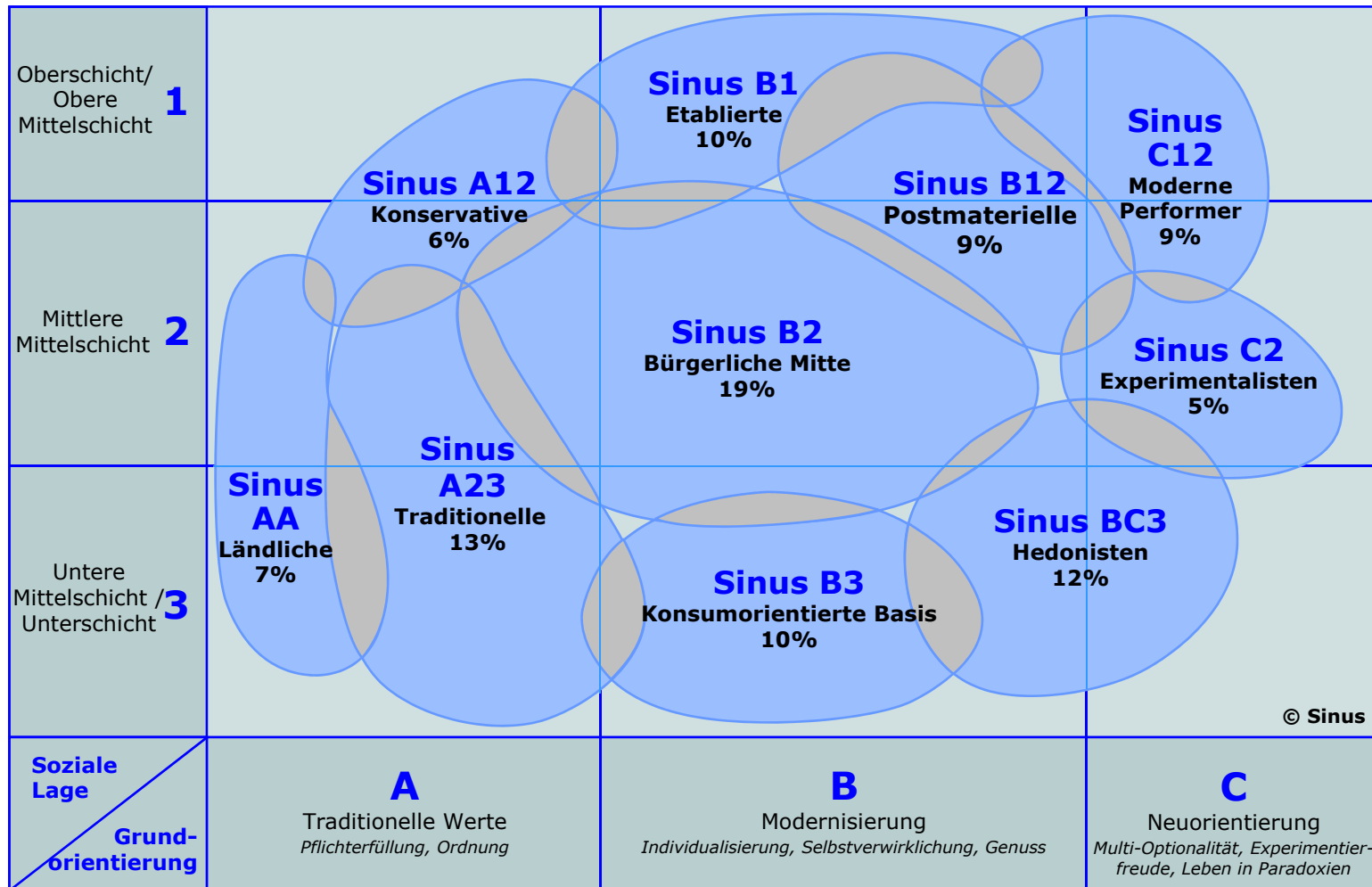
Der Online Anzeigenmonitor für Printanzeigen ist ein Instrument zur Abtestung von Anzeigen aus den Printmedien, die auf Basis von jeweils 300 bzw. 1.000 Interviews bei Betrachtung nach Sinus-Milieus® abgetestet werden. Dieses Tool ist für Pre- und Post-Testing gleichermaßen geeignet.

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.



Die Sinus-Milieus® in Österreich

Soziale Lage und Grundorientierung





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