

# 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 Wettbewerb?
- **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:** Das auf Sicherheit, Ordnung und Stabilität fokussierte Milieu: Verurzelt in der alten Kleinbürgerlichen Welt, in der traditionellen Arbeiterkultur und im traditionell ländlichen Milieu.

### Gehobene Milieus

**Etablierte:** Die leistungsorientierte Elite mit starkem Traditionsbewusstsein: Deutliche Exklusivitäts- und Führungsansprüche, hohes Standesbewusstsein und ausgeprägtes Verantwortungsethos.

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

**Performer:** Die flexible und global orientierte moderne Elite: Effizienz, Eigenverantwortung und individueller Erfolg haben oberste Priorität; Hohe Business- und IT-Kompetenz.

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

### Milieus der Mitte

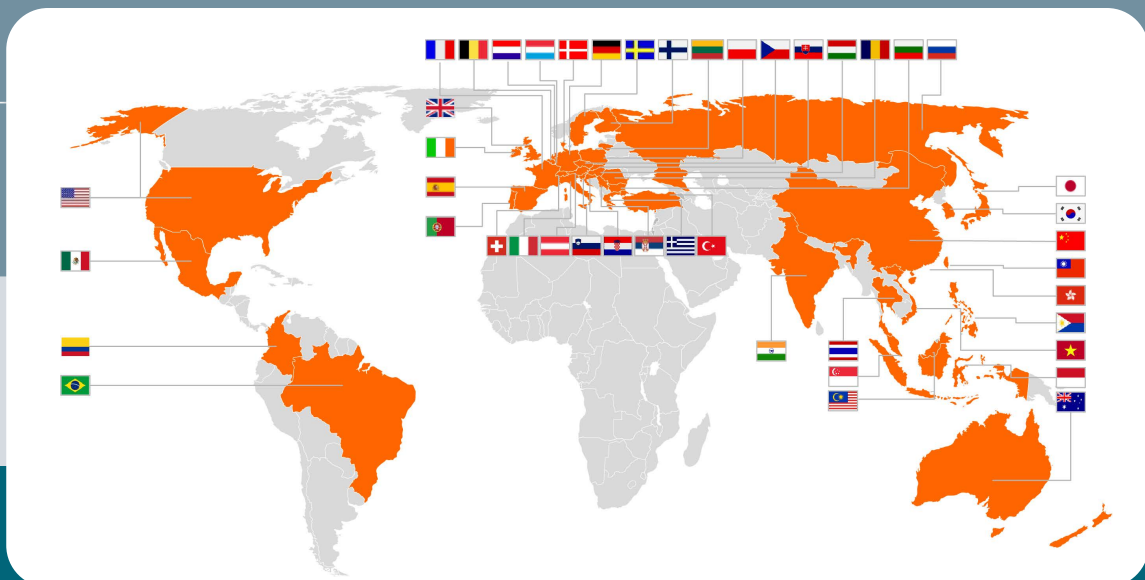
**Bürgerliche Mitte:** Der leistungs- und anpassungsbe-reite Mainstream: Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, gesicherten und harmonischen Verhältnissen, Halt und Orientierung, Ruhe und Entschleunigung.

**Adaptiv-Pragmatische:** Die neue flexible Mitte: Ausgeprägter Lebenspragmatismus, Streben nach Verankerung, Zugehörigkeit, Sicherheit; Grundsätzliche Leistungsbereitschaft, aber auch Wunsch nach Spaß und Unterhaltung.

### Moderne Unterschicht

**Konsumorientierte Basis:** Die um Teilhabe bemühte, konsumorientierte Unterschicht: Ausgeprägte Gefühle der Benachteiligung, Zukunftsängste und Ressentiments; bemüht, Anschluss zu halten an den Lebensstil und die Konsumstandards der Mitte.

**Hedonisten:** Die momentbezogene, erlebnishungrige untere Mitte: Leben im Hier und Jetzt, Suche nach Spaß und Unterhaltung; Verweigerung von Konventionen der Mehrheitsgesellschaft.



### International verfügbar

Die Sinus-Meta-Milieus® sind internationale Zielgruppen, die auf dem bewährten Sinus-Milieu® Know-how basieren. Damit ist für 45 Länder eine Zielgruppensegmentierung basierend auf Werten und Lebenswelten verfügbar. Sinus-Meta-Milieus® sind in der EU, im Raum APAC und LATAM sowie in den NAFTA-Ländern einsetzbar. Für weitere Länder können sie jederzeit entwickelt werden.

Auf diese Weise unterstützt Sie INTEGRAL bei der internationalen 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. Auch alle Arten der qualitativen Forschung bieten wir mit den Sinus-Milieus® an.

### ■ ■ ■ 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 (Sinus-Geo-Milieus®) wird die Verortung von Kunden und deren Bedürfnissen möglich
- Konkrete Direktmarketing-Maßnahmen werden zielgruppenadäquat umsetzbar

#### Crossmediale Planung mittels Digitaler Sinus-Milieus®

- Gezielte Ausspielung Ihrer Online-Werbung
- Analyse von Website-Besuchern nach Sinus-Milieus®

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

INTEGRAL Marktforschung  
Mohsgasse 1, 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®.