



Milieu-Theorien & die Sinus-Milieus in Deutschland Frankfurt (Oder), 10. Juni 2008

Tim Dörflinger, Technische Universität Berlin & Deutsche Telekom Laboratories
Wissenschaftlicher Mitarbeiter für Kundenverhalten und Marktpotentialevaluation

Übersicht

1. Milieu-Theorien in Deutschland

2. Ansätze der Milieu-Forschung im Vergleich

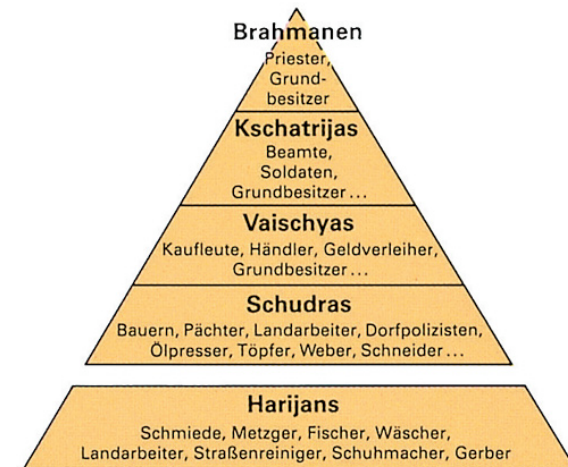
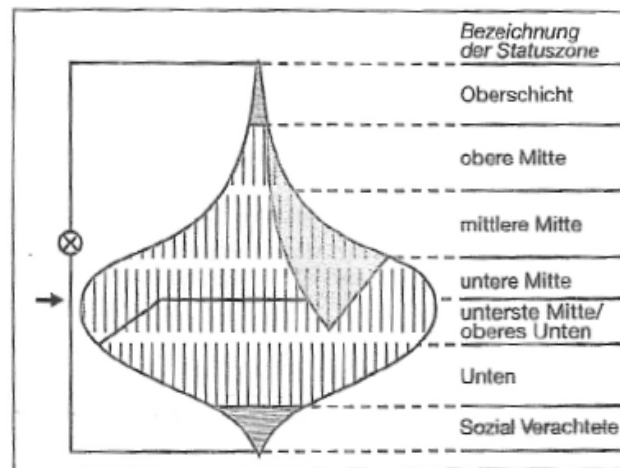
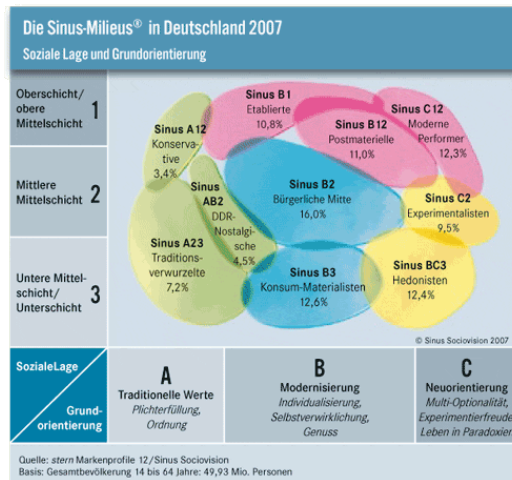
3. Anwendungsfelder der Sinus-Milieus

4. Milieu-Forschung und Theorien sozialer Ungleichheit

Theoretische Überlegungen und Definitionen

Unterschiedliche theoretische Konzepte werden in den sozialwissenschaftlichen Disziplinen verwendet, um unsere Gesellschaft zu analysieren, zu interpretieren und zu verstehen.

Stände, Kasten, Klassen, Schichten und Milieus sind Modelle die die soziale Struktur von Gesellschaften kennzeichnen.



Theoretische Überlegungen und Definitionen

Gerade der Ansatz sozialer Milieus konnte sich in Deutschland in den letzten 30 Jahren immer stärker behaupten.

Im Vergleich zur “Schicht” oder zur “Klasse” ist der Milieu-Begriff feiner ausdifferenziert und beruht nicht ausschließlich auf “objektiven” sozioökonomischen Faktoren wie ‘Bildung’, ‘Einkommen’, ‘Beruf’, ‘sozialer Stellung’ und ‘Macht’.

Der Milieu-Ansatz berücksichtigt vielmehr auch subjektive Faktoren wie u.a. ‘Wertorientierungen’ oder ‘politische Einstellungen’ aber auch ‘Mentalitäten’ sowie ‘Prinzipien der Lebensführung’ und zieht das gesamte soziale Umfeld des Befragten mit in die Analyse ein.

Die ethymologische Herkunft des Milieu-Begriffs

milieu

Substantiv (milieux, pl2=milieus)

1. A person's social setting or environment.

Etymology: From French, from mi-, mid + lieu, place.

“The sphere in which each individual lives and which he or she is affected by. This sphere includes the tangible objects and people, the social and cultural phenomena, and the images which influence human behaviour”.

Deutsche Definitionen von “sozialen Milieus”

- ▶ “Die sogenannten sozialen Milieus sind Gruppen von Menschen mit Ähnlichkeiten in ihrer Lebensauffassung und Lebensführung. Lebensziele und Werte, soziale Lage, Einstellung zu Arbeit und Leistung, Gesellschaftsbild, Einstellung zu Familie und Partnerschaft, Freizeit- und Kommunikationsverhalten, Wünsche, Träume und Leitbilder, Ästhetik und Stil - das alles geht in die Einteilung der Milieus ein.”
- ▶ “Die Milieuanalyse zielt auf den ganzen Menschen und ermöglicht es, die subjektiven wie objektiven Merkmale der empirischen Analyse zugänglich zu machen, die die sozialästhetische Identität des Einzelnen konstituieren: Wertorientierungen, Lebensziele, Arbeitseinstellungen, Freizeitmotive, unterschiedliche Aspekte der Lebensweise, alltagsästhetische Neigungen, Wünsche, Träume, Sehnsüchte usw”.

Historische Entstehungsgeschichte der Milieu-Theorien

“Als eigentlicher Begründer des sozialwissenschaftlichen Milieubegriffs gilt Hippolyte Taine (1823-1893)”. Sein Konzept beschreibt die Verschmelzung zahlreicher sachlicher und menschlicher, äußerer Wirkungsfaktoren und interpretiert diese Verschmelzung als die Ursache für alle unterschiedlichen Lebensweisen des Menschen.



Nach dem zweiten Weltkrieg geriet der Milieu-Begriff mit der vollen Durchsetzung der Industriegesellschaft in den Hintergrund. Es wurde vor allem unterstellt dass die moderne Erwerbssphäre und die industrielle Arbeitswelt (damit einhergehend auch Schicht- und Klassenkonzept) die Lage und das Leben des Menschen prägen.

Die Bedeutung des Milieu-Ansatzes

Im Laufe der 80er Jahre erlebt die Milieu-Forschung eine Renaissance da vor allem durch Praktiker aus “Schule, Politik und Marktforschung” immer mehr Zweifel an den Konzepten der “Schicht und Klasse” als Determinante des sozialen Lebensumfelds geäußert werden.

Das Denken und das Verhalten der Menschen wurde nicht mehr zwingend als Resultat der Schichtzugehörigkeit angesehen. Die Aufmerksamkeit der Forschung konzentrierte sich zunehmend auf Freizeit und Konsum, d.h. Muster des Denkens und Handelns die nicht zwingend mit der Ewerbstätigkeit korrelieren. Die Mentalitäten des Menschen rückten in den Vordergrund der Betrachtung.

Diese Mentalitäten können berufliche, religiöse, regionale, lebensweisebedingte, politische, moralische, etc. Ursachen haben.

Konstituenten des Milieu-Konzepts nach Pierre Bourdieu

Bourdieu geht davon aus dass Menschen weitgehend unbewussten “klassenspezifischen” Habitusformen folgen, die den Lebensbedingungen ihrer Klasse entsprechen.

Nach Bourdieu zeigen sich diese Habitusformen in unterschiedlichen alltäglichen Lebensstilen der Menschen.

Teil des Ausdrucks des Lebensstils ist u.a. die eigene Wohneinrichtung, Sänger und Musikwerke, Museen, bevorzugte Komponisten, aber auch Kleidungsstil und Modegeschmack.

Wohnungseinrichtungen unterschiedlicher Milieu-Vertreter



Quelle: SevenOne Media

“Soziale Milieus” - Definitionen nach Stefan Hradil

- ▶ “In der neueren Forschung werden unter ‘sozialen Milieus’ üblicherweise Gruppen ‘Gleichgesinnter’ verstanden, die jeweils ähnliche Werthaltungen, Prinzipien der Lebensgestaltung, Beziehungen zu Mitmenschen und Mentalitäten aufweisen”.
- ▶ “Diejenigen die dem gleichen sozialen Milieu angehören interpretieren und gestalten ihre Umwelt folglich in ähnlicher Weise und unterscheiden sich dadurch von anderen sozialen Milieus”.

“Soziale Milieus” - Definitionen nach Stefan Hradil

Die soziale Verortung innerhalb eines Milieus ist stabil, die Zugehörigkeit zu einem sozialen Milieu muss jedoch nicht lebenslang andauern:

- ▶ Durch Umbrüche im privaten oder beruflichen Leben (Beförderung), durch den Wechsel von Sozialkontakten (Umzug) sowie durch damit in Verbindung stehende Einstellungsänderungen können sich die Werthaltungen der Menschen ändern.
- ▶ Der Wandel der Werthaltung kann nicht “bewusst” beeinflusst werden sondern stellt einen Prozess dar. Es ist daher möglich, Menschen im Verlauf der Zeit anderen Milieus zuzuordnen, ohne dass die “Betroffenen” diesen Wechsel bewusst als “Milieu-Änderung” wahrnehmen.



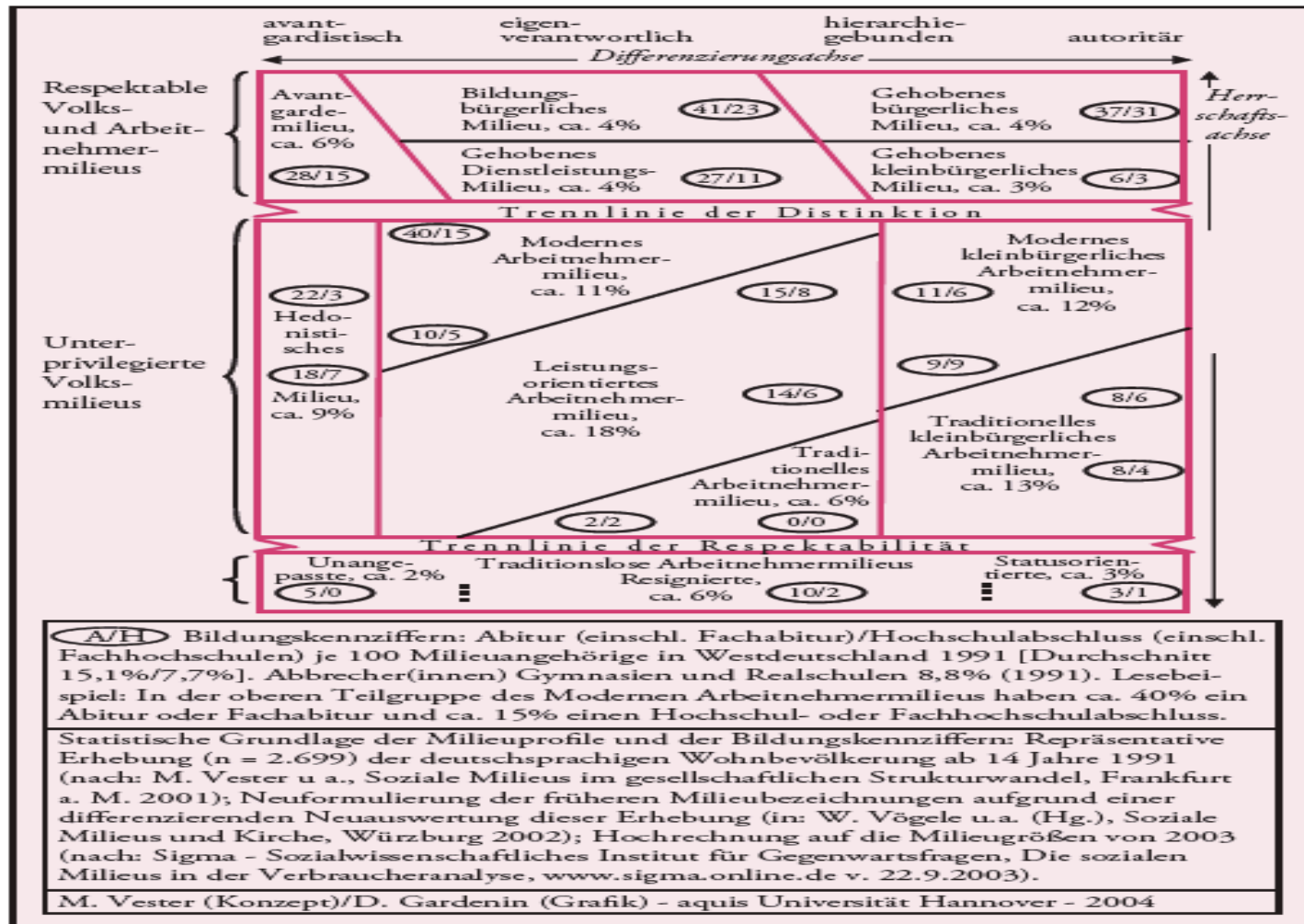
“Soziale Milieus” - Definitionen nach Stefan Hradil

- ▶ Soziale Milieus werden vielmehr als Gruppierungen handlungsfähiger Menschen gesehen, die in der praktischen Auseinandersetzung mit aktuellen Lebensbedingungen und historischen Hinterlassenschaften bestimmte gemeinsame Mentalitäten entwickeln.
- ▶ Die verfügbaren empirischen Befunde zeigen, dass das Gefüge sozialer Milieus in Deutschland zu einem guten Teil von der Schichtstruktur abhängig ist. Es gibt typische Unterschicht- Mittelschicht- und Oberschicht-Milieus.
- ▶ Die Werthaltungen und Mentalitäten die ein Mensch aufweist sind i.d.R. abhängig von sozioökonomischen Faktoren wie die Höhe des Einkommens, das Bildungsniveau und die berufliche Stellung.

Übersicht

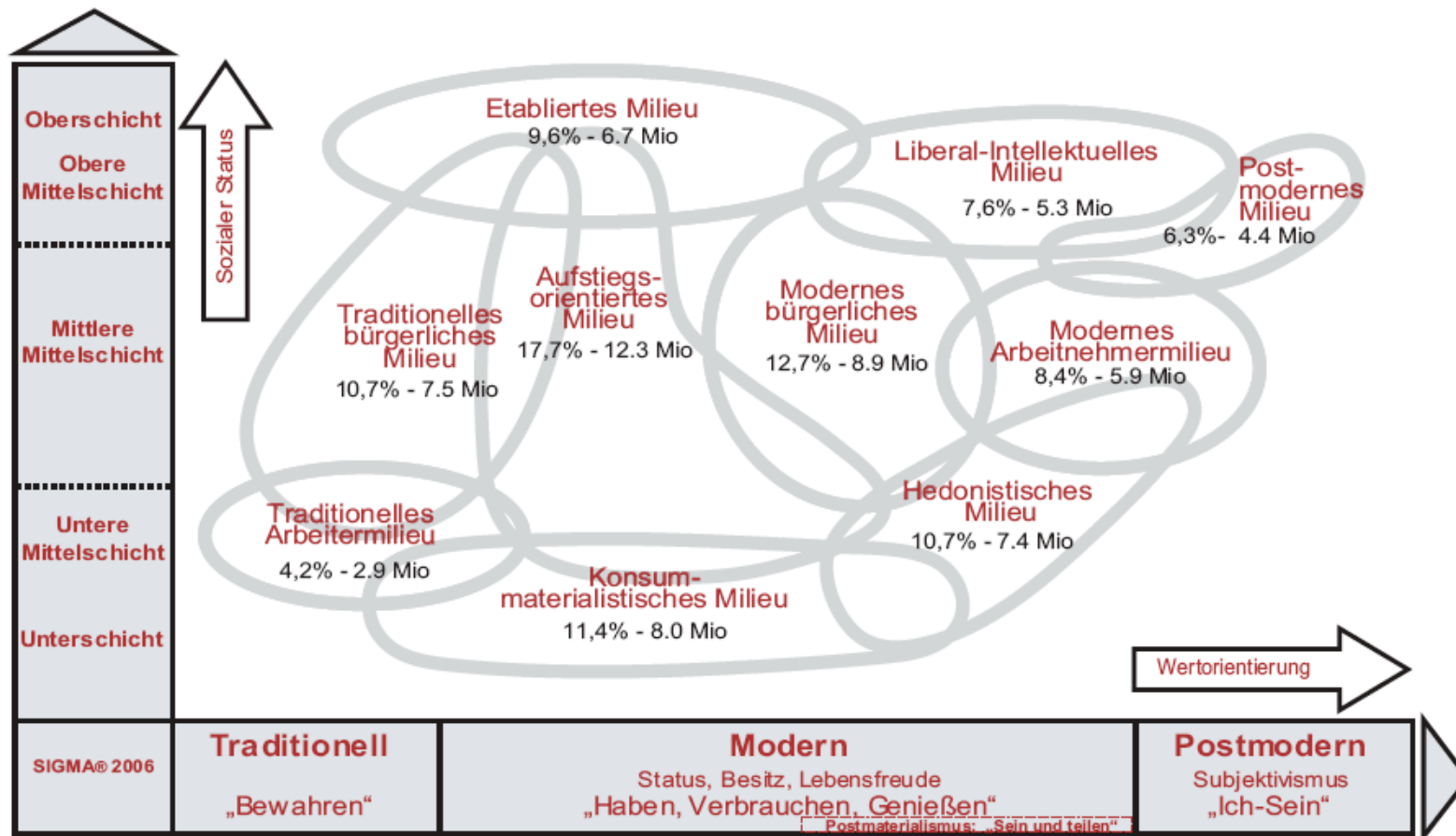
1. Milieu-Theorien in Deutschland
2. Ansätze der Milieu-Forschung im Vergleich
3. Anwendungsfelder der Sinus-Milieus
4. Milieu-Forschung und Theorien sozialer Ungleichheit

Soziale Milieus in Westdeutschland nach M. Vester



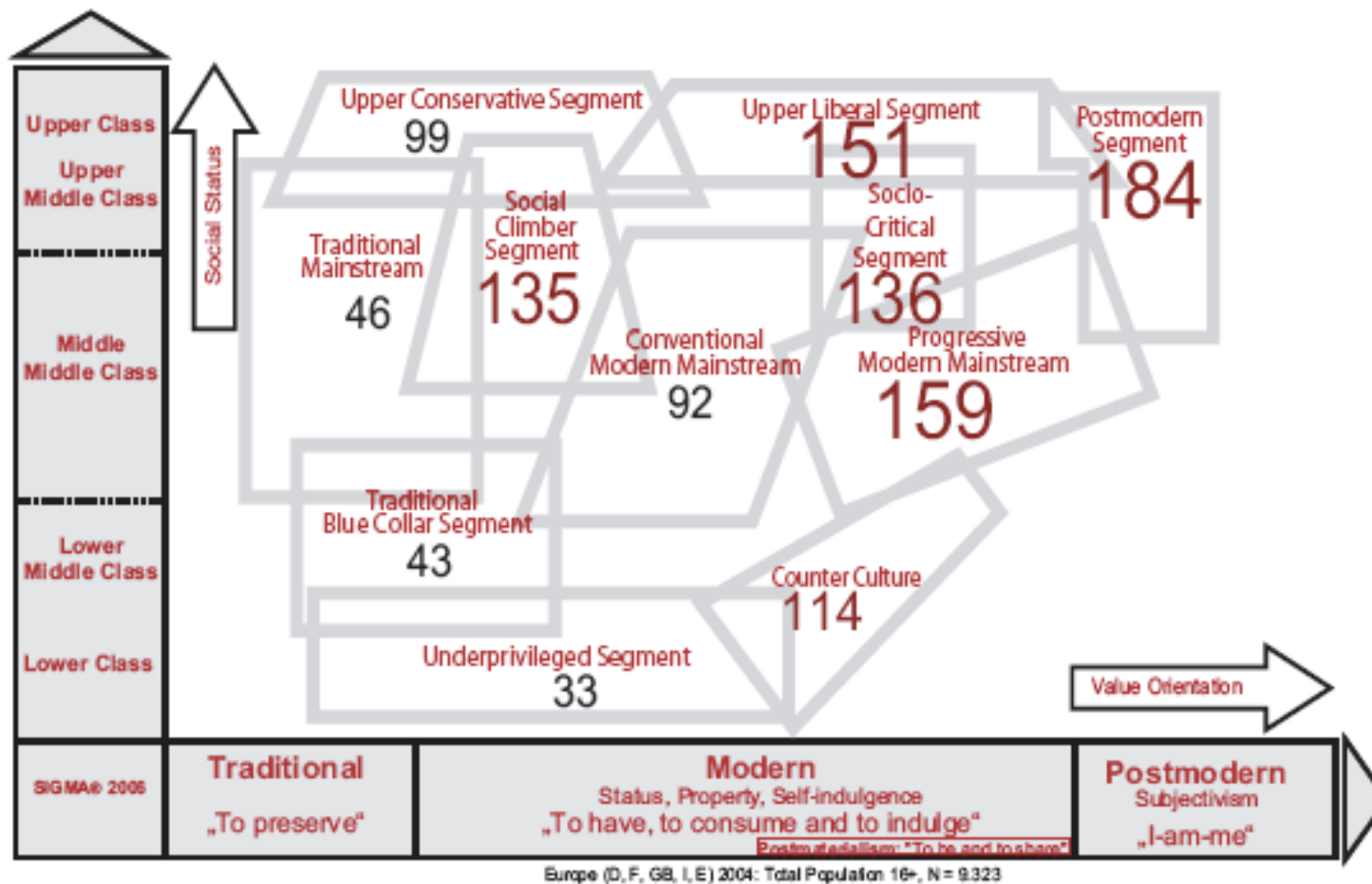
Quelle: M.Vester, Aus Politik und Zeitgeschichte 44-45, 2006

Milieu-Ansätze im Vergleich: Die SIGMA-Milieus



Quelle: SIGMA, 2006
 Aus Politik und Zeitgeschichte 44-45, 2006

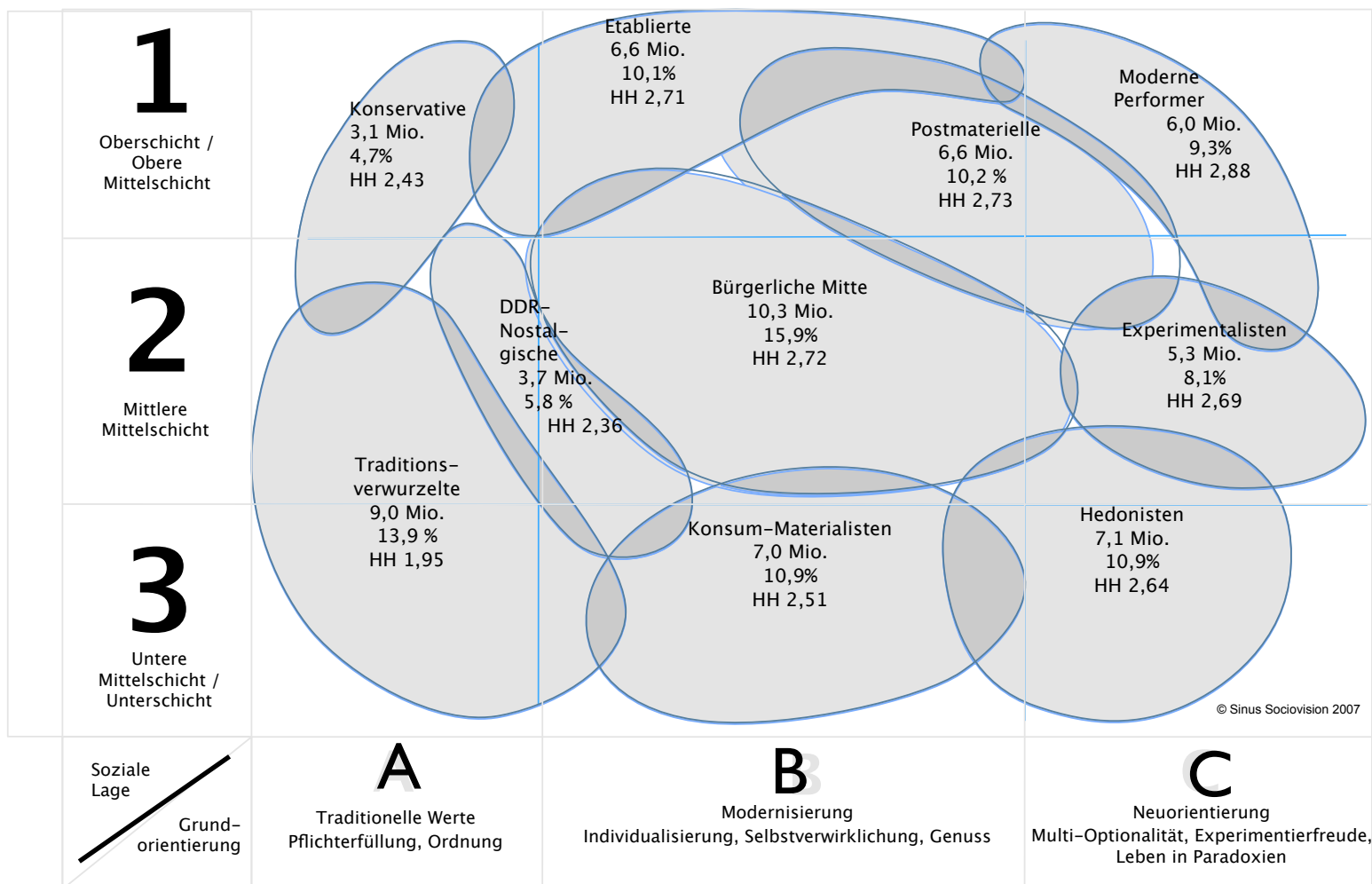
Milieu-Ansätze im Vergleich: Die SIGMA Meta-Milieus



Quelle: SIGMA, 2006

Aus Politik und Zeitgeschichte 44-45, 2006

Milieu-Ansätze im Vergleich: Die Sinus-Milieus



Quelle: Sinus Sociovision, 2007

www.sociovision.de

Die Einkommensverteilung in den Sinus-Milieus

Sinus B1

Sinus B12

Sinus C12

Sinus A12

Sinus A23

Fälle (ungew.)	%	Mio	Index	%	Mio	Index	%	Mio	Index	%	Mio	Index	%	Mio	Index	%	Mio	Index
----------------	---	-----	-------	---	-----	-------	---	-----	-------	---	-----	-------	---	-----	-------	---	-----	-------

Gesamt	19.153	100,0	64,82	100	100,0	6,62	100	100,0	6,61	100	100,0	6,78	100	100,0	3,21	100	100,0	8,94	100
Haushaltsnettoeinkommen																			
1.000 Euro und mehr	17.003	90,6	58,75	100	97,0	6,41	107	93,7	6,19	103	93,5	6,34	103	96,7	3,10	107	85,2	7,62	94
1.250 Euro und mehr	15.538	83,5	54,11	100	93,6	6,19	112	88,9	5,88	106	89,9	6,09	108	90,5	2,91	108	73,0	6,53	87
1.500 Euro und mehr	13.591	73,9	47,89	100	88,4	5,85	120	81,9	5,42	111	83,7	5,67	113	82,1	2,63	111	56,2	5,03	76
1.750 Euro und mehr	11.925	64,8	41,97	100	81,8	5,41	126	74,6	4,93	115	79,1	5,36	122	74,4	2,39	115	42,4	3,79	66
2.000 Euro und mehr	10.069	54,1	35,09	100	72,7	4,81	134	66,3	4,38	122	71,4	4,84	132	61,7	1,98	114	30,5	2,72	56
2.250 Euro und mehr	8.216	44,2	28,68	100	63,4	4,19	143	56,6	3,74	128	62,6	4,24	141	52,8	1,69	119	22,0	1,97	50
2.500 Euro und mehr	6.332	34,3	22,22	100	52,8	3,49	154	46,0	3,04	134	51,7	3,50	151	40,5	1,30	118	14,0	1,25	41
3.000 Euro und mehr	4.291	22,4	14,55	100	38,0	2,52	169	31,3	2,07	140	35,5	2,41	158	25,9	0,83	115	7,9	0,71	35
3.500 Euro und mehr	2.722	14,4	9,34	100	25,7	1,70	178	22,0	1,45	152	23,5	1,60	163	17,4	0,56	121	4,9	0,44	34

Sinus AB2

Sinus B2

Sinus B3

Sinus C2

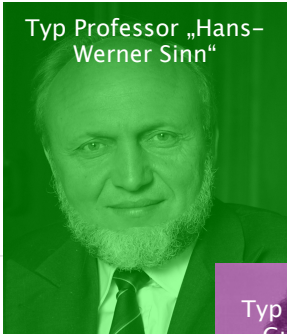

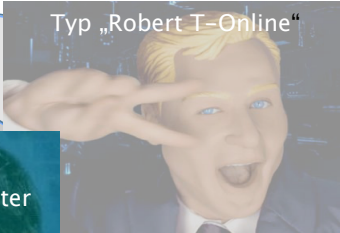




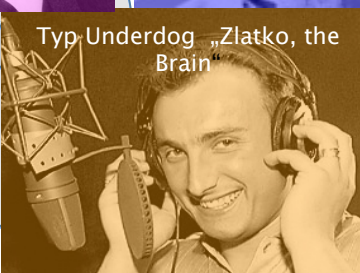

Sinus C3

Fälle (ungew.)	%	Mio	Index	%	Mio	Index	%	Mio	Index	%	Mio	Index	%	Mio	Index	%	Mio	Index
----------------	---	-----	-------	---	-----	-------	---	-----	-------	---	-----	-------	---	-----	-------	---	-----	-------

Gesamt	19.153	100,0	64,82	100	100,0	3,13	100	100,0	9,64	100	100,0	7,61	100	100,0	5,17	100	100,0	7,11	100
Haushaltsnettoeinkommen																			
1.000 Euro und mehr	17.003	90,6	58,75	100	82,5	2,58	91	92,1	8,88	102	87,7	6,68	97	87,4	4,52	96	90,3	6,41	100
1.250 Euro und mehr	15.538	83,5	54,11	100	70,3	2,20	84	84,8	8,18	102	79,7	6,07	95	80,0	4,14	96	83,5	5,94	100
1.500 Euro und mehr	13.591	73,9	47,89	100	58,5	1,83	79	75,3	7,26	102	69,8	5,31	94	69,4	3,59	94	74,5	5,29	101
1.750 Euro und mehr	11.925	64,8	41,97	100	45,3	1,42	70	64,5	6,22	100	61,3	4,67	95	60,7	3,14	94	65,1	4,63	101
2.000 Euro und mehr	10.069	54,1	35,09	100	31,7	0,99	59	52,0	5,01	96	48,7	3,71	90	51,0	2,64	94	56,4	4,01	104
2.250 Euro und mehr	8.216	44,2	28,68	100	20,7	0,65	47	40,1	3,86	91	37,1	2,83	84	42,6	2,20	96	46,5	3,31	105
2.500 Euro und mehr	6.332	34,3	22,22	100	12,9	0,40	38	29,6	2,86	86	27,5	2,09	80	32,0	1,66	93	36,9	2,62	108
3.000 Euro und mehr	4.291	22,4	14,55	100	6,8	0,21	30	18,5	1,79	82	16,7	1,27	75	21,2	1,09	94	23,1	1,65	103
3.500 Euro und mehr	2.722	14,4	9,34	100	3,3	0,10	23	10,8	1,04	75	9,7	0,74	68	13,1	0,68	91	14,6	1,04	102

Quelle: Typologie der Wünsche Intermedia (TdWI), 2008

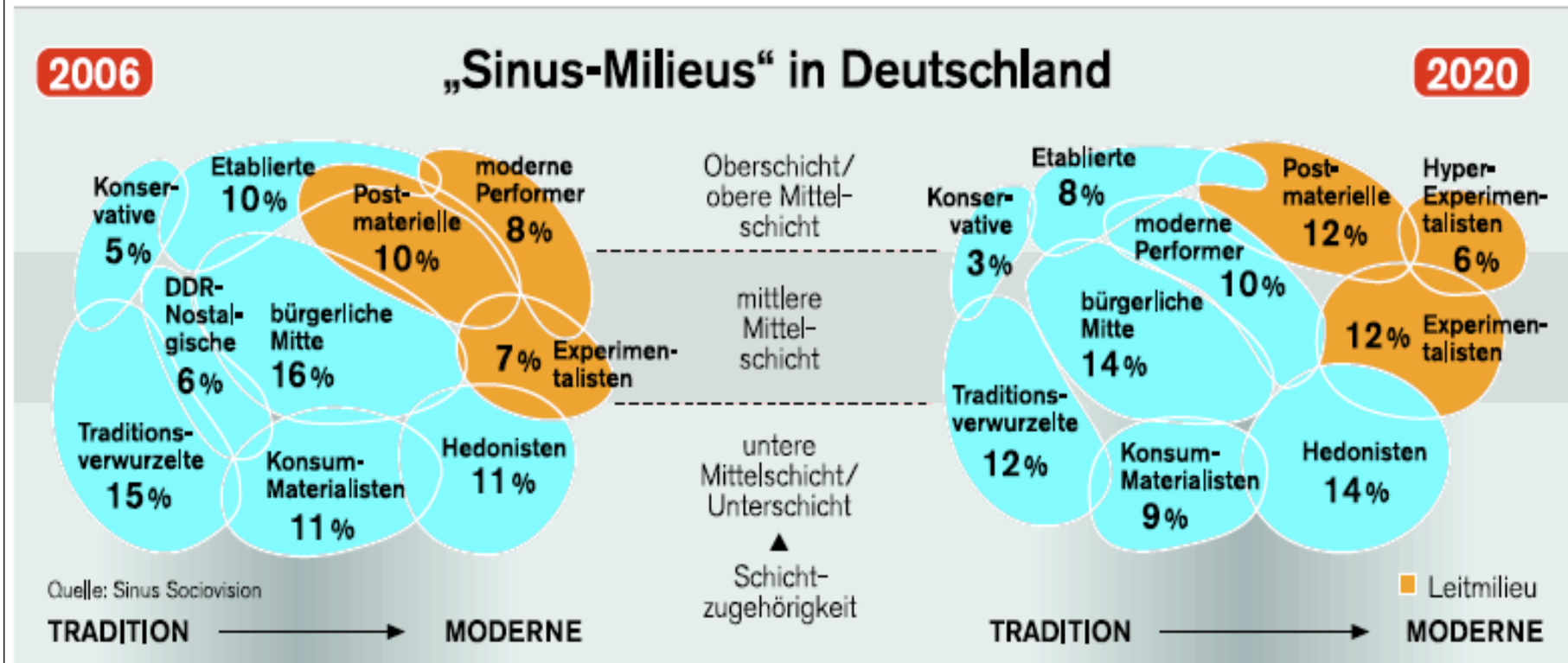
“Typische” Milieu-Vertreter

<p>1</p> <p>Oberschicht / Obere Mittelschicht</p>	 <p>Typ Professor „Hans-Werner Sinn“</p>	 <p>Typ heimlicher Golf-Profi „Bernhard Langer“ mit Gicht</p>	 <p>Typ „Robert T-Online“</p>	
	<p>2</p> <p>Mittlere Mittelschicht</p>	 <p>Typ verkannter Gutmensch „Egon Krenz“</p>	 <p>Typ Vertreter „Herr Kaiser“</p>	 <p>Typ netter kultivierter Nachbar „Günter Jauch“</p>
	<p>3</p> <p>Untere Mittelschicht / Unterschicht</p>	 <p>Typ Bewahrer „Hausmeister Krause“</p>	 <p>Typ Underdog „Zlatko, the Brain“</p>	 <p>Typ Witzbold mit Rechenschwäche „Elton“</p>
<p>Soziale Lage</p> <p>Grundorientierung</p>	<p>A</p> <p>Traditionelle Werte Pflichterfüllung, Ordnung</p>	<p>B</p> <p>Modernisierung Individualisierung, Selbstverwirklichung, Genuss</p>	<p>C</p> <p>Neuorientierung Multi-Optionalität, Experimentierfreude, Leben in Paradoxien</p>	

© Sinus Sociovision 2007

Quelle: Sinus Sociovision, Deutsche Telekom Laboratories, 2007

Veränderungspotential der Sinus-Milieus



Quelle: Sinus Sociovision
Fotos: Axel Martens, Kultur Spiegel

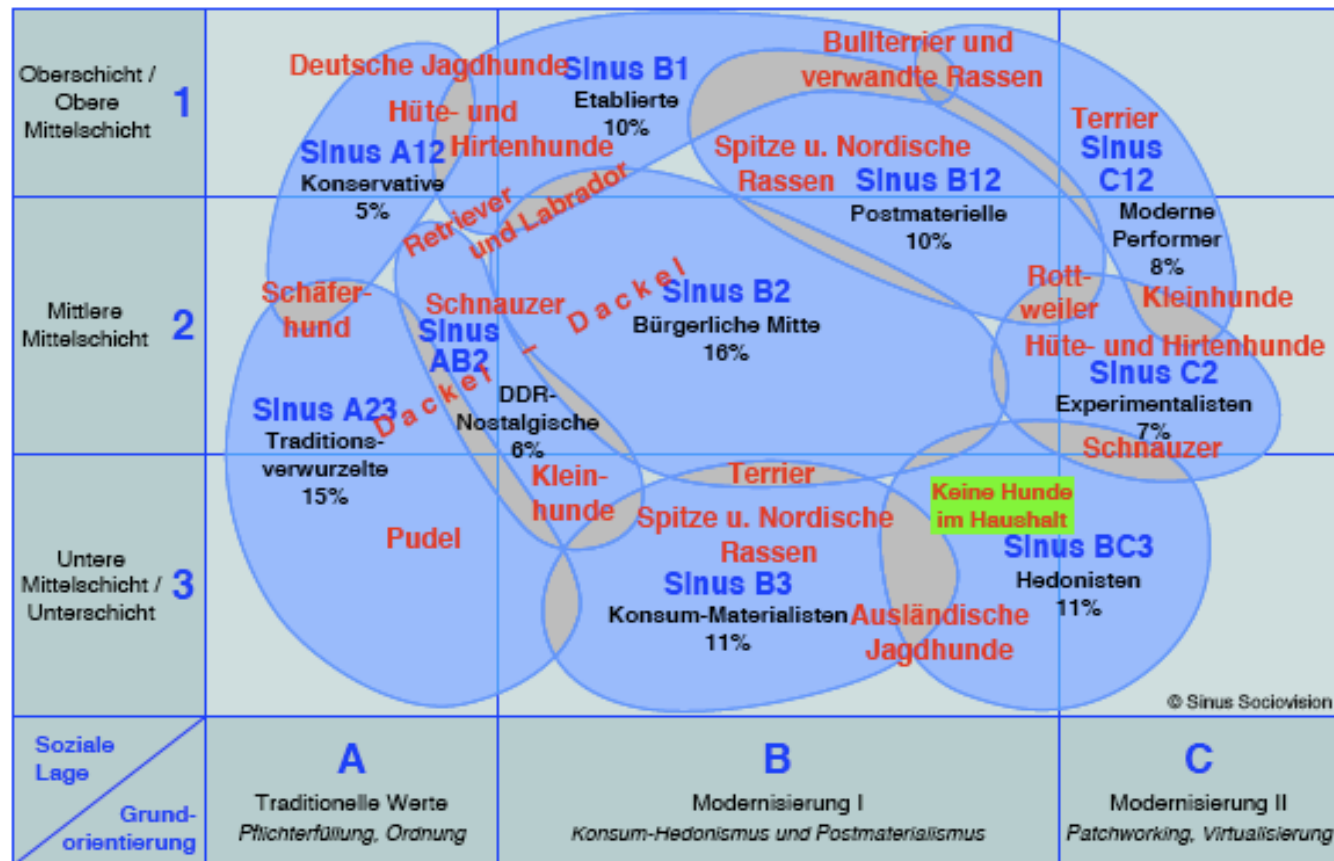
Übersicht

1. Milieu-Theorien in Deutschland
2. Ansätze der Milieu-Forschung im Vergleich
3. Anwendungsfelder der Sinus-Milieus
4. Milieu-Forschung und Theorien sozialer Ungleichheit

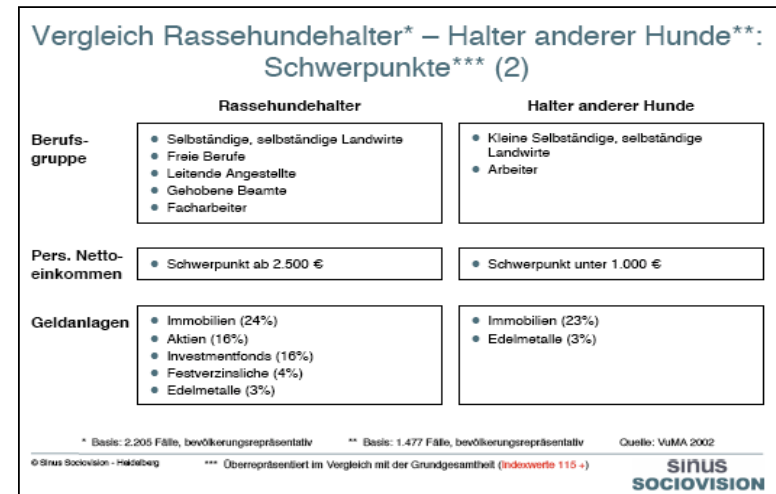
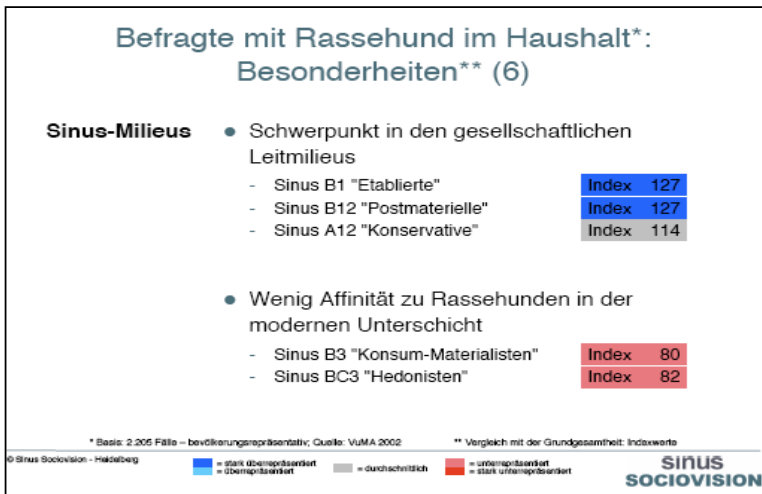
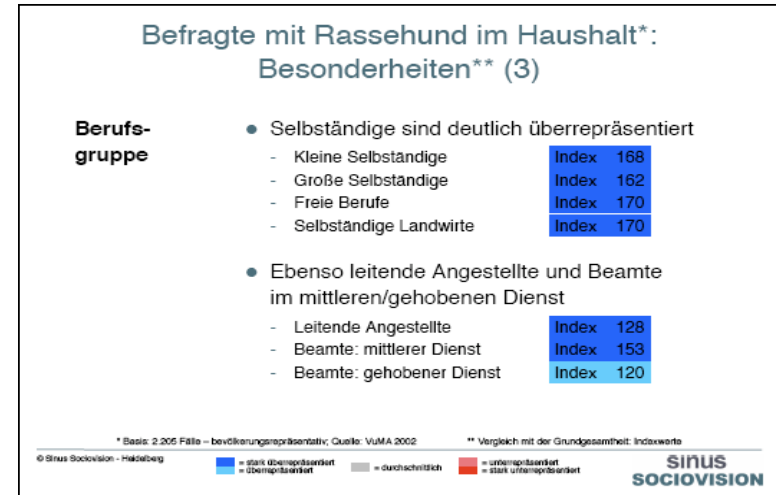
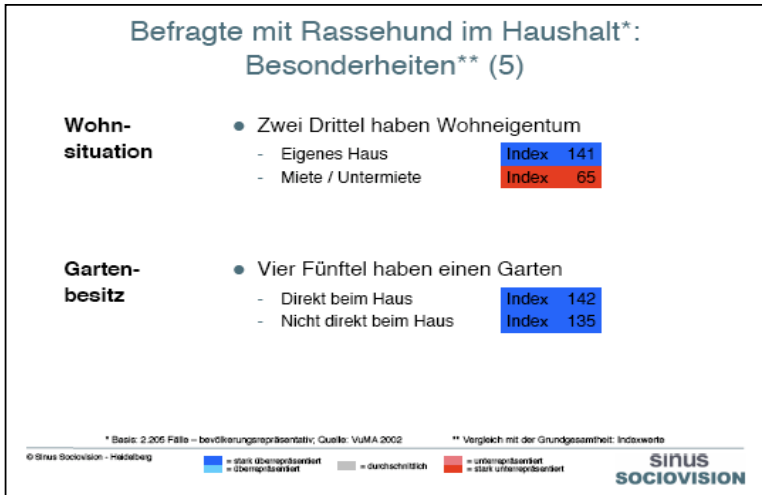
Vier Beispiele für Anwendungsfelder der Sinus-Milieus in der Praxis: Analyse Deutsche Hundehalter

Rassehunde in Deutschland

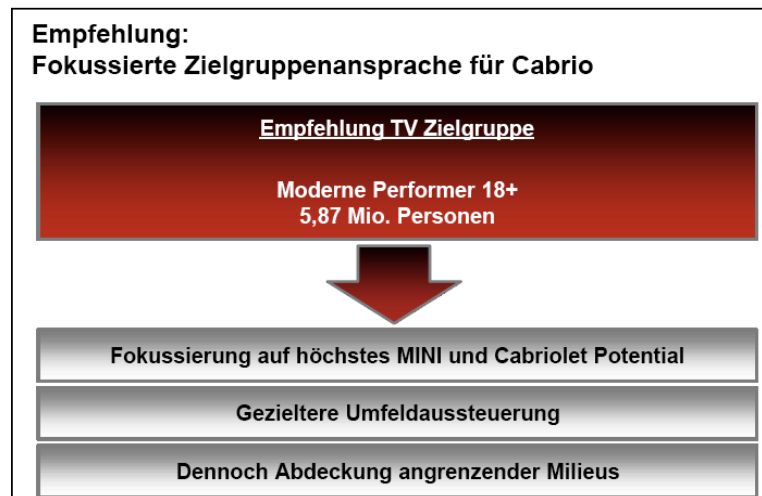
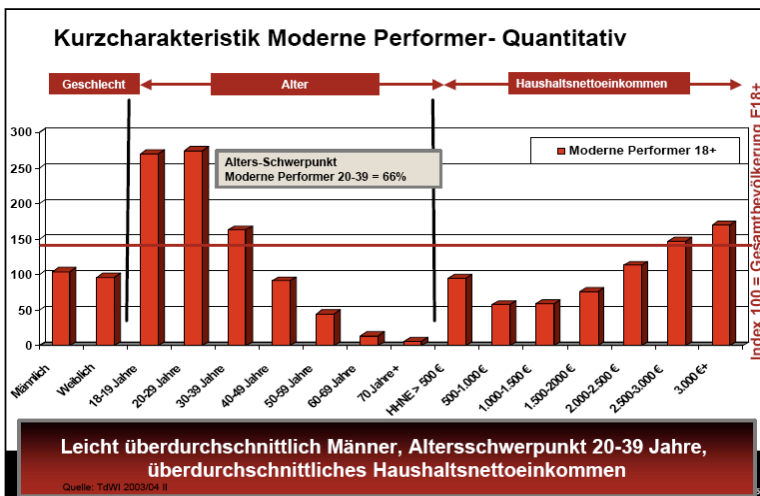
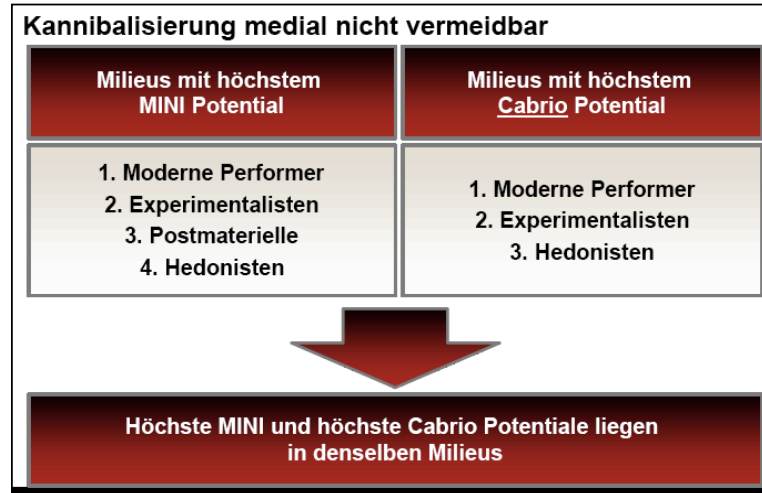
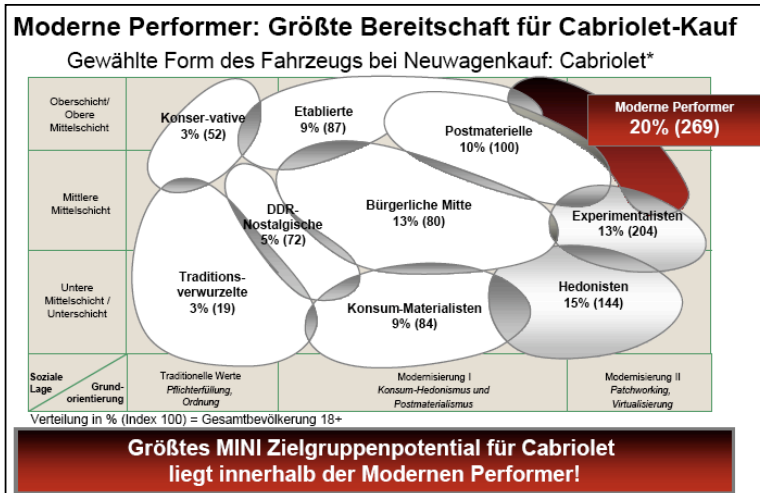
Schwerpunktmäßige Verortung der Besitzer im Sinus-Milieumodell



Vier Beispiele für Anwendungsfelder der Sinus-Milieus in der Praxis: Analyse Deutsche Hundehalter



Vier Beispiele für Anwendungsfelder der Sinus-Milieus in der Praxis: Vermarktungsstrategien des Mini-Cooper.



Quelle: Sinus Sociovision,

Serviceplan - Agenturgruppe für Innovative Kommunikation

Vier Beispiele für Anwendungsfelder der Sinus-Milieus in der Praxis: Kunden-Profile der Telekom Laboratories I/4.

Einführung



Beruf:
Mittelständischer Bauunternehmer

Hobbies:
Golfen, Ski fahren,

Besonderheiten:
Aktives IHK Mitglied, Moderne Architektur, Repräsentative Automarken

Einführung

Geschlecht	54,8% Männlich
Ø Alter	47,8 Jahre
Ø HH Nettoeinkommen	2.697 Euro
Typischer Bildungsstand	Abitur Studium
Typische Berufsgruppe	Angestellte, Freiberufler
Typischer Familien Status	Verheiratet mit Kindern

Grundorientierung

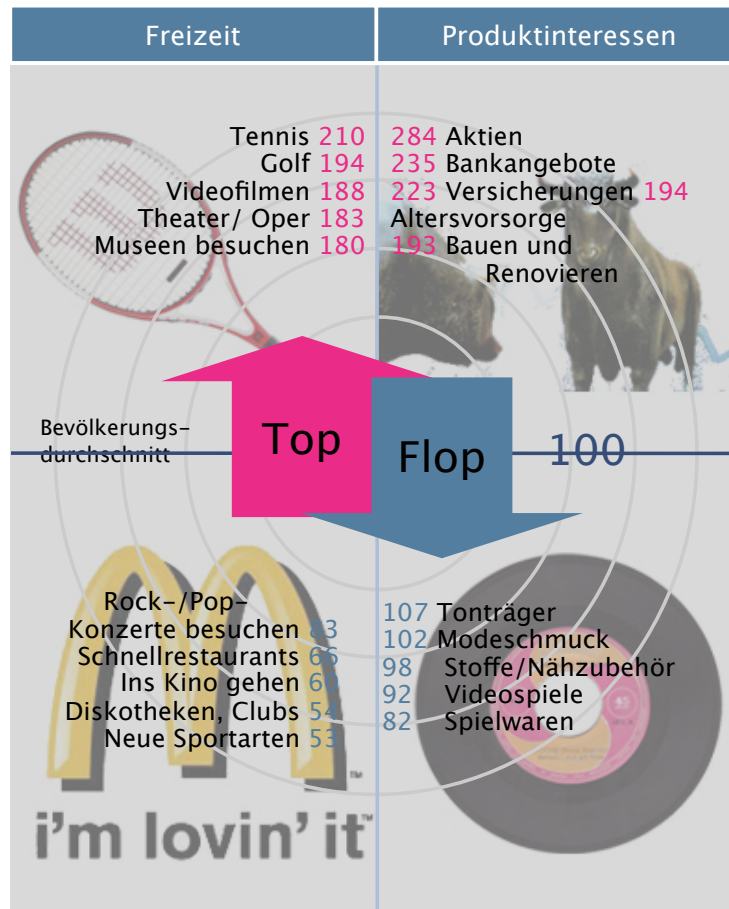
- Establishment
- Erfolgs-Ethik
- First Mover bei Neuerungen (Wirtschaft & Technik)
- Intaktes Familienleben
- Machbarkeitsdenken

10,1% Wohnbevölkerung 14+, insg. 6,69 Mio.

- Jobinduzierte Internetnutzung
- Statusinteresse
- Nutzwertorientierung
- Hoher Service-Level

Quelle: Sinus Sociovision, 2006
Deutsche Telekom AG, Laboratories, 2006

Vier Beispiele für Anwendungsfelder der Sinus-Milieus in der Praxis: Kunden-Profile der Telekom Laboratories 2/4.



Einstellung

Ein Vertreter der klassischen Leistungsgesellschaft. Der hohe Lebensstandard wird als Verdienst aus der Pflichterfüllung betrachtet. Familie und die Rolle im direkten sozialen Umfeld sind wichtige Pfeiler im persönlichen Wertesystem.

Als Entscheider besteht eine gesunde Risikobereitschaft und ein optimistisches Zukunftsbild.

Ausgaben für ICT/ Nutzung von ICT

	Etablierte	Durchschnitt
Notebook im HH	26,2 %	15,3 %
Mobilfunkrechnung > 50€ in %	10,5 %	6,2 %
DSL Nutzung in %	59,9 %	55,8 %
Musikdownloads in %	11,9 %	10,7 %
Besitz MP3-Player	30,2 %	25,7 %

Quelle: Sinus Sociovision, 2006
Deutsche Telekom AG, Laboratories, 2006

Vier Beispiele für Anwendungsfelder der Sinus-Milieus in der Praxis: Kunden-Profile der Telekom Laboratories 3/4.



Bedeutung von ICT für den Alltag

ICT wird mit starkem beruflichen Fokus von den Etablierten genutzt. Sie gehen mit ICT pragmatisch um und nutzen diese Technologien auch als Statussymbol. Etablierte sind grundsätzlich bereit, sich von der Zweckmäßigkeit überzeugen zu lassen, wenn die Produkte ihre exklusiven Statusambitionen befriedigen. ICT ist Werkzeug und Spielzeug zugleich, da es als Mittel zur Strukturierung, Organisation und Kommunikation dient. Etablierte sind oft von Technik fasziniert, können mit ihr jedoch nicht immer umgehen. Serviceleistungen und Einfachheit werden in Form von Premium Angeboten akzeptiert.

Bedeutung von Freizeit für den Alltag

- Eine gute Organisation ist wichtig, um jede Minute effizient zu nutzen und genügend Zeit für die unterschiedlichen und zahlreichen Aktivitäten zu haben. Reachability spielt dabei eine wichtige Rolle.
- Sport und Wellnessurlaub stehen bei den Etablierten ebenso auf der Tagesordnung wie Golf, Tennis und Ski.
- Gehobene Küche, erlesene Weine und klassische Konzerte dienen als Ausgleich für beruflichen und privaten Stress.
- Unter den ICT-Produkten sind vor allem Flachbildschirme und Autotelefone interessant.



Quelle: Sinus Sociovision, 2006
Deutsche Telekom AG, Laboratories, 2006

Vier Beispiele für Anwendungsfelder der Sinus-Milieus in der Praxis: Kunden-Profile der Telekom Laboratories 4/4.

Der Fernseher wird selten genutzt und in der Regel nicht vor 18 Uhr eingeschaltet. Beim TV werden strikte Regeln eingehalten, weil der Tagesablauf nicht von der Unterhaltungselektronik bestimmt werden soll.

Etablierte möchten aber auch nicht immer erreichbar sein, so dass Handyanrufe oder SMS teilweise erst später oder gar nicht beantwortet werden.

Auch in der Freizeit spielen Medien und technische Produkte eine Rolle, werden aber zurückhaltend genutzt.



Der Tag beginnt meist früh, vor 7h. Zum Frühstück wird das Radio eingeschaltet und die Zeitung gelesen.

Der Arbeitstag beginnt mit dem Starten des Computers und dem Checken der E-Mails.

Das direkte persönliche Gespräch wird immer noch sehr geschätzt, hierfür ist aber leider oft keine Zeit.

Telefon, Fax und E-Mails besitzen insgesamt eine größere Bedeutung als Handy und Internet.

Quelle: Sinus Sociovision, 2006
Deutsche Telekom AG, Laboratories, 2006

Vier Beispiele für Anwendungsfelder der Sinus-Milieus in der Praxis: Soziodemographische Zwillinge.

Zwei Personen (A/B) haben die gleichen sozio-demographischen Merkmale.

1. Beide sind 1948 in England geboren
2. Sie sind verheiratet und haben zwei erwachsene Kinder
3. Sie verbringen ihren Ski-Urlaub beide gerne in den Schweizer Alpen
4. Sie haben ein gesichertes Einkommen
5. Sie sind weltweit bekannt.

Aber können wir ihnen deshalb die gleichen Produkte verkaufen?

Vier Beispiele für Anwendungsfelder der Sinus-Milieus in der Praxis: Soziodemographische Zwillinge.



Übersicht

1. Milieu-Theorien in Deutschland
2. Ansätze der Milieu-Forschung im Vergleich
3. Anwendungsfelder der Sinus-Milieus
4. Milieu-Forschung und Theorien sozialer Ungleichheit

Ein Beispiel für Status-Inkonsistenz: DDR-Nostalgiker - Die größten Wendeverlierer?

- Die Vertreter dieses Milieus haben zu Zeiten der DDR eine exzellente, in vielen Fällen technische Ausbildung genossen. Die höhere Bildung ist bei Frauen und Männern ähnlich verteilt (m=44.6%, w= 52.9%).
- Mit dem Fall der Mauer kam jedoch auch der soziale Fall. Im liberal geprägten Westen wurde die Ausbildung nicht als gleichwertig anerkannt und die Gesellschaft kehrte der früheren Leistungselite größtenteils den Rücken zu.
- Die Folgen sind Frust und Unzufriedenheit sowie der Wunsch zu den guten, alten Strukturen zurückzukehren.

Die DDR-Nostalgiker unter der Lupe (6% d. Bevölkerung)

- ▶ Berufe: Monteure, Chemiefacharbeiter, Finanzökonomien, Rentner.
- ▶ Wohnen: Zwei-Raum-Wohnung im Plattenbau mit Balkon, Schrankwand aus DDR-Zeiten in hellem und dunklem Holz, Flachstrecke (Sideboard), beigefarbene Sitzgruppe.
- ▶ Freizeit: Mit alten Freunden auf dem Wochenendgrundstück “Feldschlösschen Pilsner” trinken, für Urlaubsreisen fehlt das Geld.
- ▶ Fühlen sich: An den Rand gedrängt und sagen Dinge wie: “Das Kapital verschenkt nichts”, “früher war alles besser und der Zusammenhalt größer” und “in der DDR hatte keiner Zukunftsängste.

Ein statistischer Vergleich

DDR-Nostalgiker

- ▶ 49,4% der DDR Nostalgiker geben 2007 an, einen höheren Schulabschluss zu besitzen.
- ▶ Jedoch sind lediglich 40% von ihnen berufstätig, davon 31,2% in Vollzeit, 8,8% in Teilzeit und 21,2% sind arbeitslos.

Etablierte

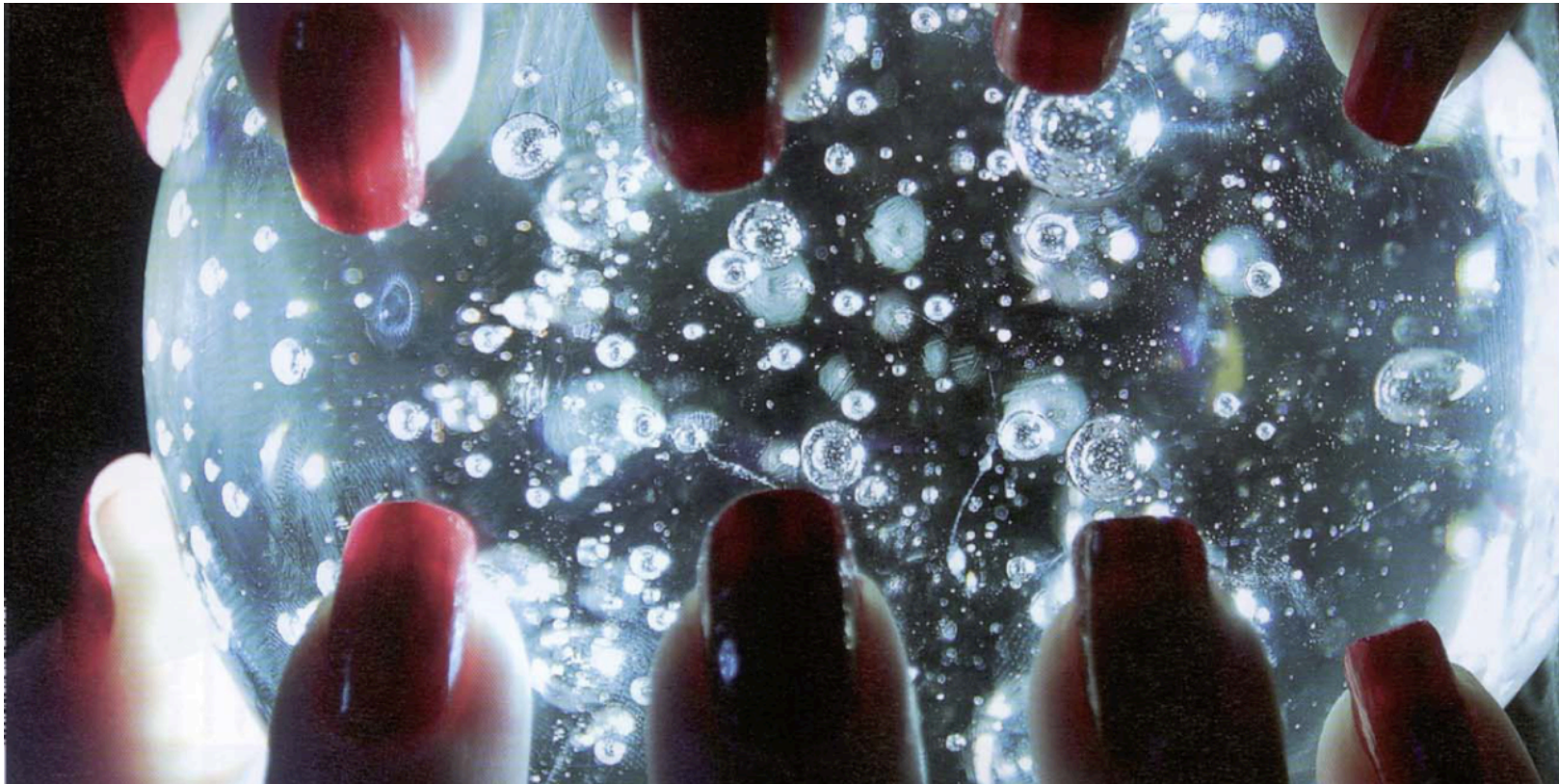
- ▶ 29,8% der Etablierten geben 2007 an, einen höheren Schulabschluss zu besitzen.
- ▶ 69,5% von ihnen sind berufstätig, davon 56,3% in Vollzeit, 13,2% in Teilzeit und lediglich 1,6% arbeitslos

•Fehlende Werte summiert zu 100%: Rentner, Hausfrau/Hausmann, in Ausbildung.

Quelle: Erhebung - Sinus Sociovision,;Auswertung - Tim Dörflinger, 2007

Die Bedeutung sozialer Milieus für das Verständnis sozialer Ungleichheit

- Soziale Milieus sollen Aufschluss geben über Unterschiede des Ressourcenverbrauchs und des ökologischen Bewusstseins, sie erfassen Vorstellungen über Kirchen und die Kirchenmitgliedschaft.
- Sie ermitteln Einstellungen zum Umgang mit Geld und betrachten das Informationsverhalten und die Zeitschriftenwahl der Menschen.
- Milieu-Studien versuchen ferner, die Nutzung bestimmter Medien, den Kauf bestimmter Konsumgüter, die Neigung zu bestimmten Parteien primär auf Grund der Werthaltung und Zielsetzung von Menschen zu erklären.
- Ist die Milieu-Zugehörigkeit eines Menschen bekannt, so weiß man viel darüber, welche Sehnsüchte, welche Interpretationen, Motive und Nutzungserwartungen er aufweisen wird.



Danke für eure Aufmerksamkeit!