

Anhang 6:

Vertiefung Milieumodell und Audience Development

Lebenswelten und Milieustrukturen

Der Milieubegriff erlangte seit den 1980er Jahren eine besondere Relevanz in der Sozialforschung. Als Milieus gelten „Gruppen Gleichgesinnter mit ähnlichen Grundwerten und Prinzipien der Lebensführung, die sich durch erhöhte Binnenkommunikation und Abgrenzung gegenüber anderen Gruppen auszeichnen“ (Calmbach/Thomas, 2013:12). Das Sinus Markt- und Sozialforschungsinstitut entwickelte auf Grundlage der Milieu-Theorie ein Modell, das für die Zielgruppenforschung große Bedeutung hat. Anhand der sozialen Lage und Grundorientierung werden Menschen in zehn unterschiedliche, sich teils überlappende Milieus eingeteilt, innerhalb derer sich jeweils Lebensweise und Einstellung weitgehend ähnelt. So werden demografische Eigenschaften wie Bildung, Beruf oder Einkommen mit der realen Lebenswelt der Menschen verbunden.

Da Angehörige eines Milieus überwiegend ähnliche Vorlieben, Abneigungen usw. haben, ein spezifisches Kaufverhalten zeigen oder sich für ganz bestimmte kulturelle Veranstaltungen oder Tätigkeiten interessieren, ist das Milieumodell eine ausgesprochen aussagekräftige Grundlage, zielgruppengerechte Angebote zu erstellen, wirksame Kommunikationskanäle zu wählen oder Beteiligung zu verstärken.

Aufgrund unterschiedlicher Datenquellen aus den Bereichen Meldewesen, Konsum und Zahlungsverkehr, Mediennutzung, Bebauung und Wohnen lassen sich die Sinus-Milieus auf Haushalte übertragen. Damit wird es möglich, mit einer großen Wahrscheinlichkeit die dominanten Milieus in einem bestimmten Postleitzahlsektor zu bestimmen. Die Daten liefert die Firma Microm, entsprechend werden diese Daten als Microm Geo-Milieus[®] bezeichnet.

Für Schmallebenberg und Bad Berleburg liegen die jeweiligen Daten für das Jahr 2013 vor. Zu beachten ist, dass sich die Angaben nicht auf Einzelpersonen, sondern auf Haushalte beziehen. So ist es möglich, dass Menschen unterschiedlicher Milieus in einem Haushalt leben, aber nur das dominante Milieu sich in den Daten widerspiegelt. Trotzdem lassen sich belastbare Aussagen über die aktuelle Bevölkerungszusammensetzung treffen und diese in Beziehung zur Kulturlandschaft setzen.

Sozial gehobene Milieus	Eigenschaften	Kulturgewohnheiten
Konservativ-etabliertes Milieu Das klassische Establishment	Verantwortungs- und Erfolgsethik, Exklusivitäts- und Führungsansprüche; Standesbewusstsein; Entre-nous-Abgrenzung	Hochkultur, Qualitätsorientierung, Exklusivität, hohe Serviceansprüche
Liberal-intellektuelles Milieu Die aufgeklärte Bildungselite	Liberale Grundhaltung und postmaterielle Wurzeln; Wunsch nach selbstbestimmtem Leben, vielfältige intellektuelle Interessen	Intellektuell anregend, Avantgarde, international, interkulturell, Luxus, Genuss, Service und Entlastung
Milieu der Performer Die multioptionale, effizienzorientierte Leistungselite	Global-ökonomisches Denken; Konsum- und Stilavantgarde; hohe IT- und Multimedia-Kompetenz	Eventorientierung, Stil und Design, Neues erleben, hohe Ansprüche an Qualität
Expeditives Milieu Die ambitionierte kreative Avantgarde	Mental und geografisch mobil, online und offline vernetzt und auf der Suche nach neuen Grenzen und neuen Lösungen	Kreativ, intellektuell, subkulturell, Außergewöhnliches, urbanes Flair, Spaß- und Partyfaktor
Milieus der Mitte	Eigenschaften	Kulturgewohnheiten
Bürgerliche Mitte Der leistungs- und anpassungsbe-reite bürgerliche Mainstream	Generelle Bejahung der gesellschaftlichen Ordnung; Wunsch nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen	Mainstream, konventionell, unterhaltend, Hochkultur als popkulturelle Events, Wohlfühlfaktor, angemessenes PreisLeistungsverhältnis, Gelegenheits- und Begleitpublikum
Adaptiv-pragmatisches Milieu Die moderne junge Mitte unserer Gesellschaft mit ausgeprägtem Lebenspragmatismus und Nutzenkalkül	Zielstrebig und kompromissbereit, hedonistisch und konventionell, flexibel und sicherheitsorientiert; starkes Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit	Kreativ und schön, große Distanz zur Hochkultur, Nicht-Publikum
Sozial-ökologisches Milieu Konsumkritisches /-bewusstes Milieu mit normativen Vorstellungen vom "richtigen" Leben	Ausgeprägtes ökologisches und soziales Gewissen; Globalisierungsskeptiker, Bannerträger von Political Correctness und Diversity	Gesellschaftlich und kulturell visionär, anspruchsvoll, interkulturell, ökologisch korrekt
Milieus der unteren Mitte / Unterschicht	Eigenschaften	Kulturgewohnheiten
Traditionelles Milieu Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegs- / Nachkriegsgeneration	Verhaftet in der alten kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur; Sparsamkeit, Konformismus und Anpassung an die Notwendigkeiten	Unterhaltsam, vertraut, Folklore und Heile Welt, festlich, gesellig, Nicht-Publikum
Prekäres Milieu Die um Orientierung und Teilhabe bemühte Unterschicht mit starken Zukunftsängsten und Ressentiments	Häufung sozialer Benachteiligungen, geringe Aufstiegsperspektiven, reaktive Grundhaltung; bemüht, Anschluss zu halten an die Konsumstandards der breiten Mitte	Tröstende Unterhaltung, Traumwelten, volkstümliche Unterhaltung, Distanz zu höherer Bildung und Kunst, bezahlbar, Nicht-Publikum
Hedonistisches Milieu Die spaß- und erlebnisorientierte moderne Unterschicht / untere Mittelschicht	Leben im Hier und Jetzt, Verweigerung von Konventionen und Verhaltenserwartungen der Leistungsgesellschaft	Spaß, Spannung, Extremes, jugend-/subkulturell, unkonventionell, Szene

Abb.01:Interkulturelles Audience Development: Milieus und ihre Bedarfe im Überblick

Als kulturräffine Milieus gelten alle gehobenen Milieus, sie unterscheiden sich jedoch in ihren Präferenzen stark. Bei den Milieus der Mitte ist vor allem das Sozial-ökologische Milieu als Publikum zu gewinnen. Die Bürgerliche Mitte stellt vor allem ein Begleitpublikum für die Familie, insbesondere Kinder und Enkel, dar. Auch als Unterstützer für Kulturaktivitäten, die mit familiärer Einbindung geschehen, sind sie zu gewinnen. Das jüngste Milieu der Mitte, das adaptiv-pragmatische, ist zugleich sehr weit entfernt von kultureller Teilhabe, Mainstream-Angebote und popkulturelle Events werden eher angenommen. In den Milieus der Unterschicht besteht meist eine relative Ferne zu kulturellen Angeboten. Im Hedonistischen Milieu sind vor allem subkulturelle Einstellungen vertreten, die entsprechend der Subkultur auch kulturelle Angebote integrieren.

Generell ist zu vermerken, dass die Altersstruktur der Milieus sich unterscheidet. So ist das Traditionelle Milieu, aber auch die Bürgerliche Mitte eher älter bzw. im mittleren Alter. Als junge Milieus können hingegen das Milieu der Performer, das Expeditives Milieu, das Adaptiv-pragmatische Milieu angesehen werden.

Teile des Hedonistischen Milieus sind ebenfalls sehr jung. In die Zuordnung zu den Milieus werden erst Personen ab 14 einbezogen, da sich erst in dieser Zeit die Zuordnungen zu Lebenswelten ausbilden.



Die microm GEO-Milieus in Bad Berleburg + Schmallenberg

25 PLZ8-Segmente II erfasste Haushalte: 8.945 (Stand 2013)

25 PLZ8-Segmente II erfasste Haushalte: 11.485 (Stand 2013)

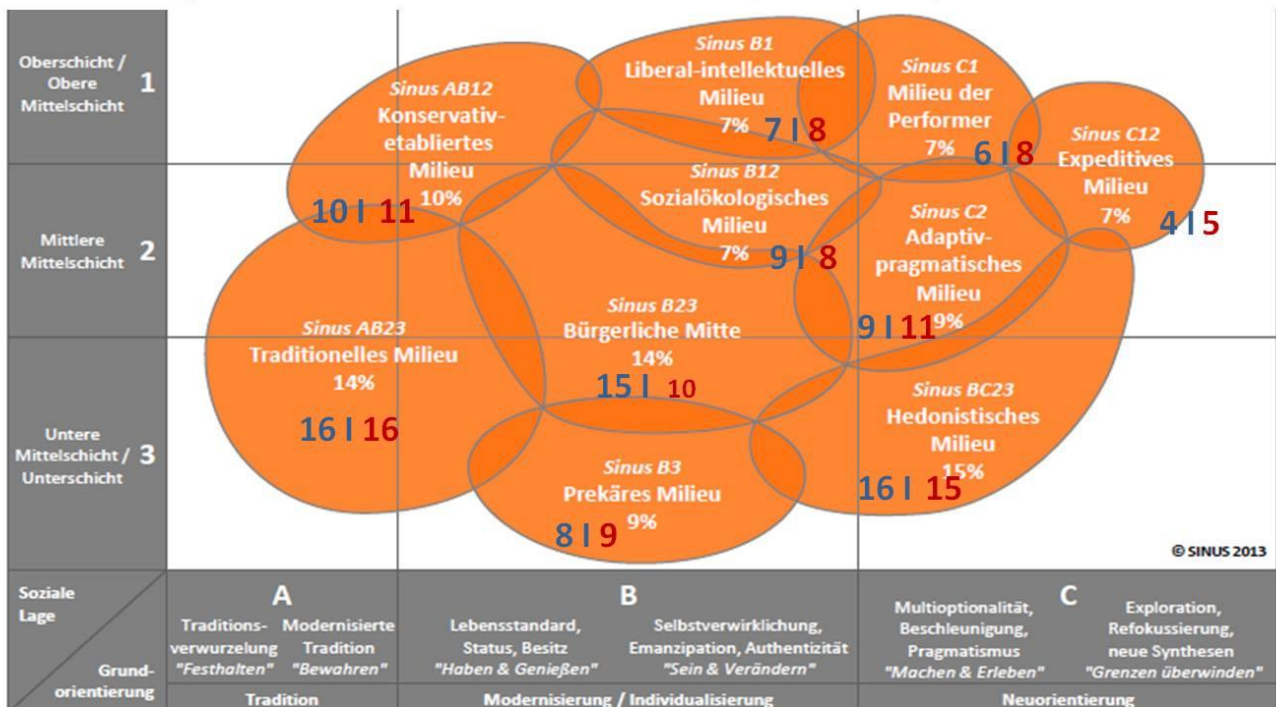


Abb.02: Die Microm GEO-Milieus Bad Berleburg und Schmallenberg.

Die Grafik zeigt, dass die Milieustruktur in beiden Städten dem deutschen Durchschnitt stark ähnelt. Klare Abweichungen liegen lediglich für Schmallingen im Bereich der Bürgerlichen Mitte vor. Auch abzulesen ist, dass die sozial gehobenen Milieus in Schmallingen durchschnittlich über dem deutschen Mittelwert liegen, in Bad Berleburg diesem weitgehend entsprechen. Eine Ausnahme bildet das Expeditiv Milieu, das in seiner Grundtendenz eher urbane Lebenswelten bevorzugt und somit die kleinste Milieu-Gruppe in beiden Städten darstellt.