

Zielgruppenwandel am Beispiel der Sinus-Milieus

Jan Hecht | Director Research & Consulting

sinus:

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

Zielgruppe „Alle“
funktioniert nicht!

Kundenbedürfnisse
sind differenziert
und ändern sich

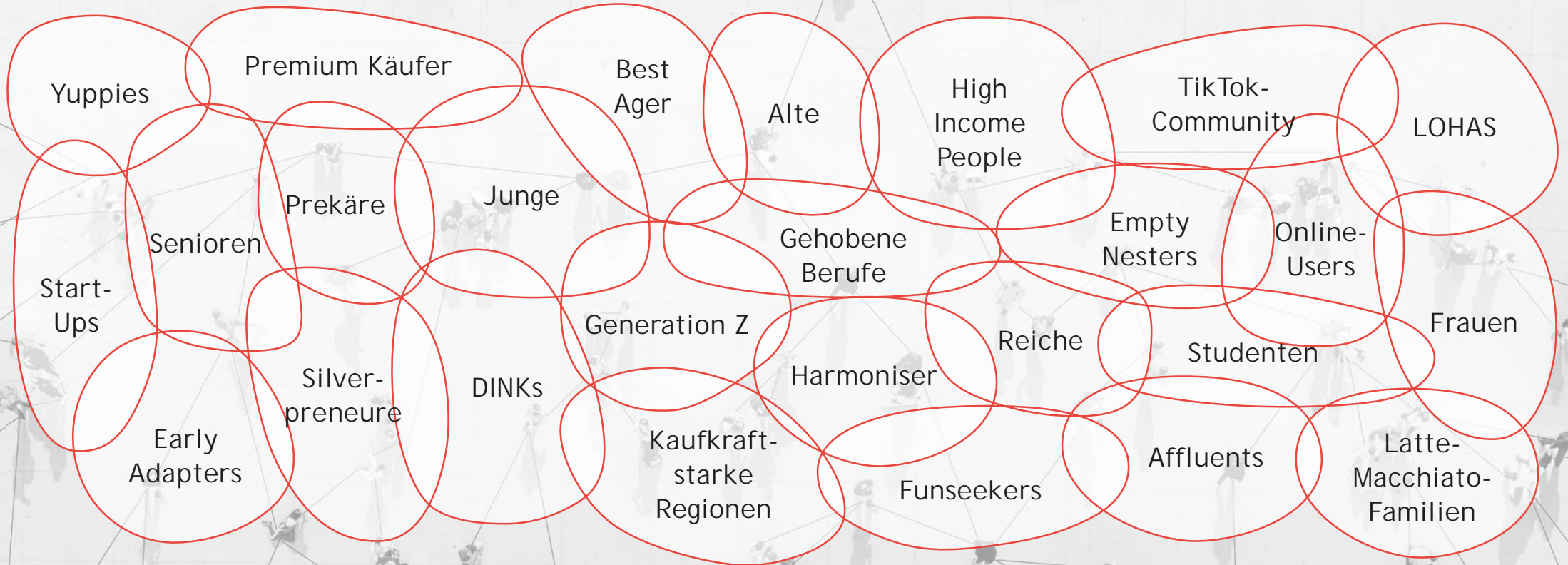
sinus:



sinus:



Zielgruppen-Dschungel



Stellen Sie sich diese beiden Personen vor...

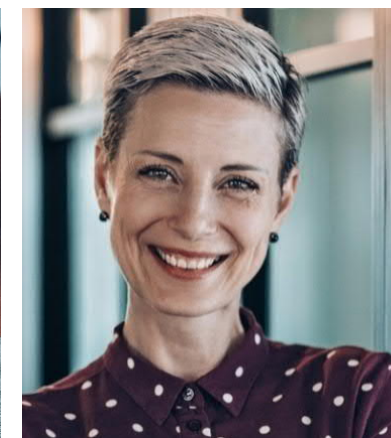
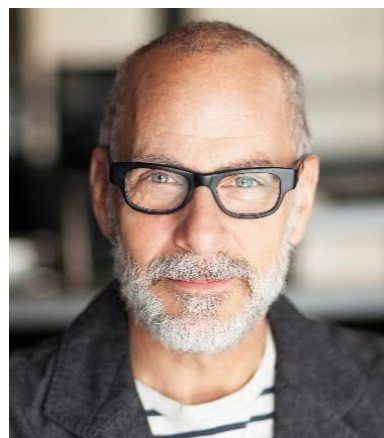
- beide sind Männer
- beide wurden im Jahr 1955 geboren
- beide kommen aus NRW
- beide haben studiert
- beide haben mehrere Kinder
- beide sind beruflich erfolgreich

Friedrich Merz



Helge Schneider

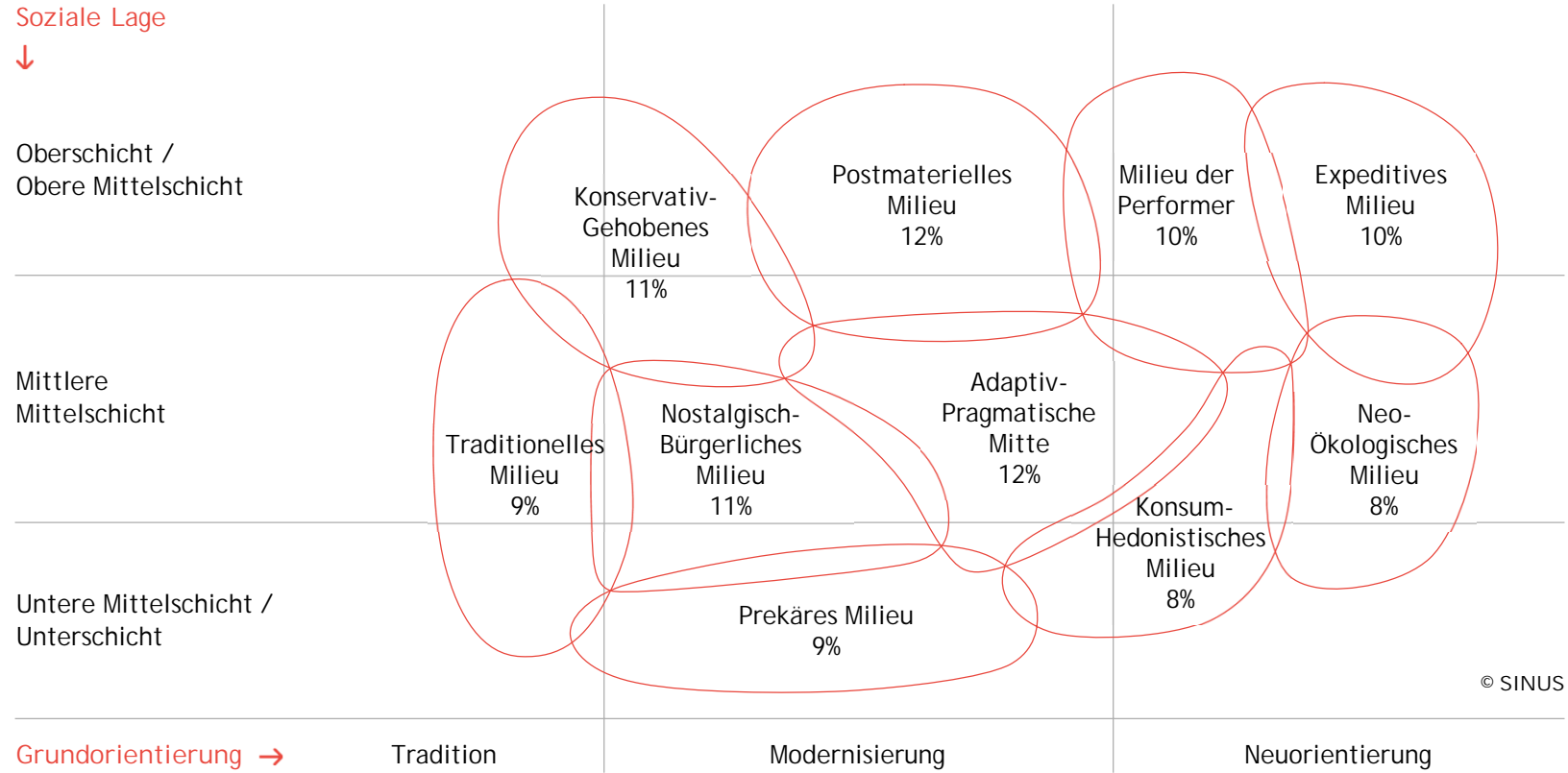




Sinus-Milieus: Gruppen Gleichgesinnter

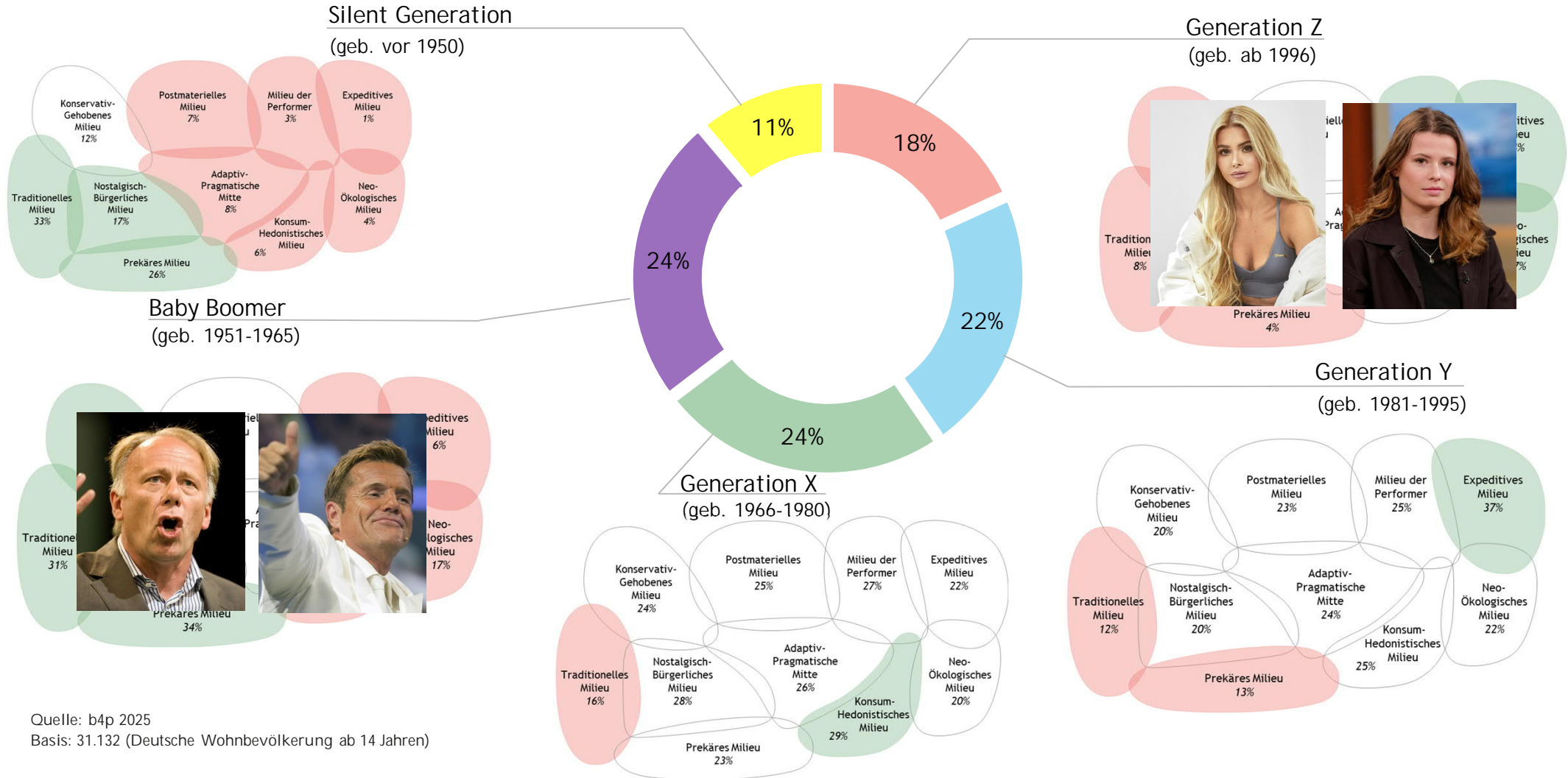


Die Sinus-Milieus® 2025



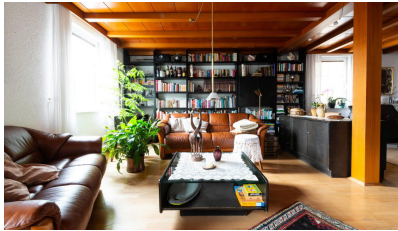
Generationen in Deutschland

Milieustruktur der Generationen



Quelle: b4p 2025
 Basis: 31.132 (Deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahren)

Sinus-Milieus[®]: Einblick in echte Lebenswelten



Konservativ-Gehobenes Milieu
Der verantwortungsbewusste
etablierte Kern der Gesellschaft



Postmaterielles Milieu
Die engagiert-souveränen
Bildungsbürger



Milieu der Performer
Die effizienzorientierten
Verfechter von Leistung und
Fortschritt



Expeditives Milieu
Die ambitioniert-kreativen
Weltbürger



Neo-Ökologisches Milieu
Die progressiven Realisten



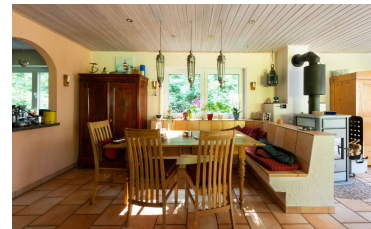
Adaptiv-Pragmatische Mitte
Die nutzenorientierte moderne
Mitte der Gesellschaft



Konsum-Hedonistisches Milieu
Die konsumfreudigen Genuss-
und Erlebnisorientierten



Prekäres Milieu
Der um Zugehörigkeit und
Respekt bemühte Teil der
Gesellschaft



Nostalgisch-Bürgerliches Milieu
Die stabilitätsbedürftige Mitte
der Gesellschaft



Traditionelles Milieu
Die Sicherheit und Ordnung
liebende ältere Generation



Unterschiedliche Zugänge beim Thema Reisen

Soziale Lage



Oberschicht /
Obere Mittelschicht

Verlässlichkeit
& Qualität

Sinn &
Kultur

Dynamik &
Exklusivität

Spontaneität
& Entdeckung

Mittlere
Mittelschicht

Sicherheit &
Vertrautheit

Bodenständigkeit
& Geborgenheit

Pragmatismus
& Lebensfreude

Vielfalt &
Genuss

Untere Mittelschicht /
Unterschicht

Wertschätzung
& Zugehörigkeit

Spaß &
Abwechslung

Grundorientierung →

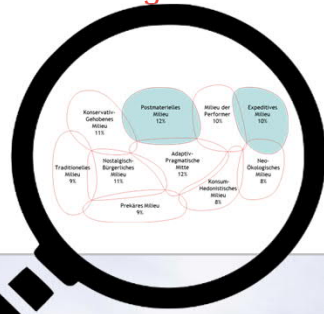
Tradition

Modernisierung

Neuorientierung

Beispiel Bayern Tourismus

Ausrichtung von Webseite und Magazin nach Sinus-Milieus



Bayern

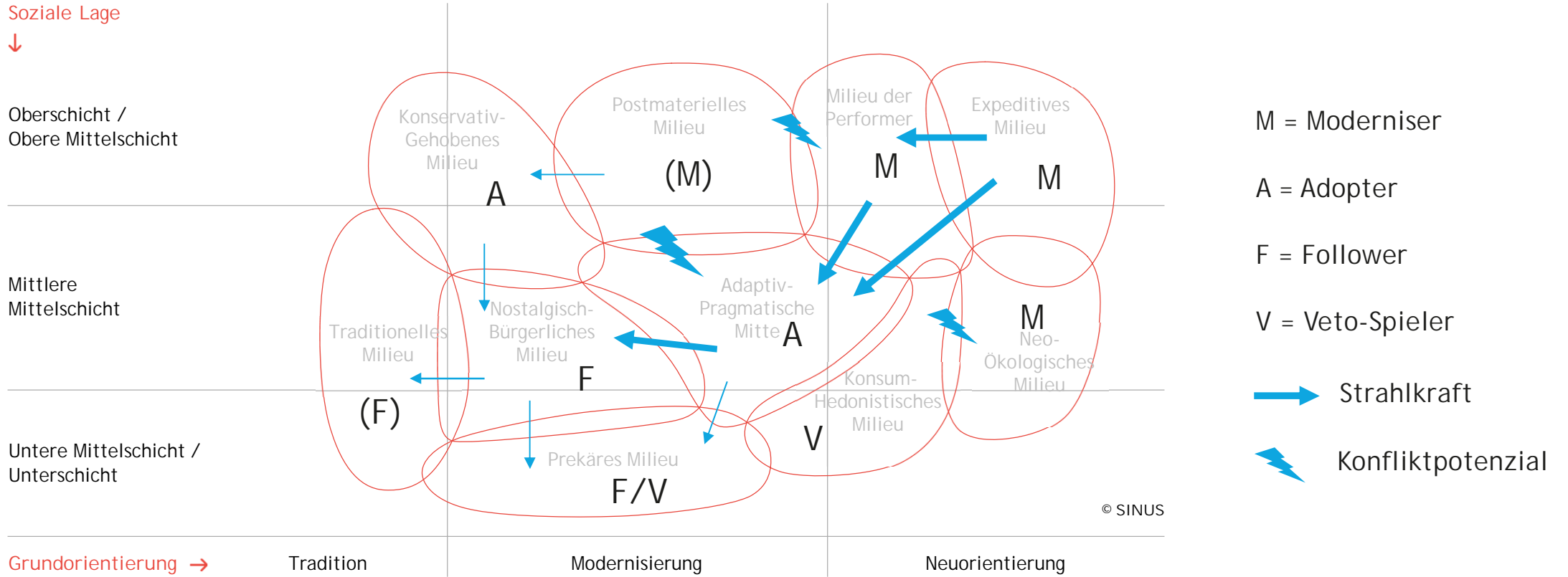


Reine Geschmackssache!



Genuss-Landschaften,
Küchen-Künstler und Natur-Bewahrer

Dynamik mitnehmen: Strahlkräfte zwischen Milieus nutzen



Prognose der Sinus-Milieustrukturen in Deutschland

Gewichtete Hochrechnung auf Basis demografischer Entwicklungen und Wertewandel-Trends

	2021	2025	2030	2035	Tendenz
Leitmilieus					
Konservativ-Gehobenes Milieu	11%	11%	11%	10%	-
Postmaterielles Milieu	12%	12%	12%	12%	stabil
Milieu der Performer	10%	10%	11%	12%	++
Progressive Milieus					
Expeditives Milieu	10%	10%	11%	12%	++
Neo-Ökologisches Milieu	8%	8%	8%	9%	+
Moderner Mainstream					
Adaptiv-Pragmatische Mitte	12%	12%	12%	12%	stabil
Konsum-Hedonistisches Milieu	8%	8%	9%	10%	++
Prekäres Milieu	9%	9%	8%	8%	-
Traditioneller Mainstream					
Nostalgisch-Bürgerliches Milieu	11%	11%	11%	10%	-
Traditionelles Milieu	10%	9%	8%	6%	---

Datenbasis: Best4Planning + VuMA (N = 54.431) und SINUS-Trendforschung
Grundgesamtheit: deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren

Messung
Prognose

+ zunehmend
- abnehmend

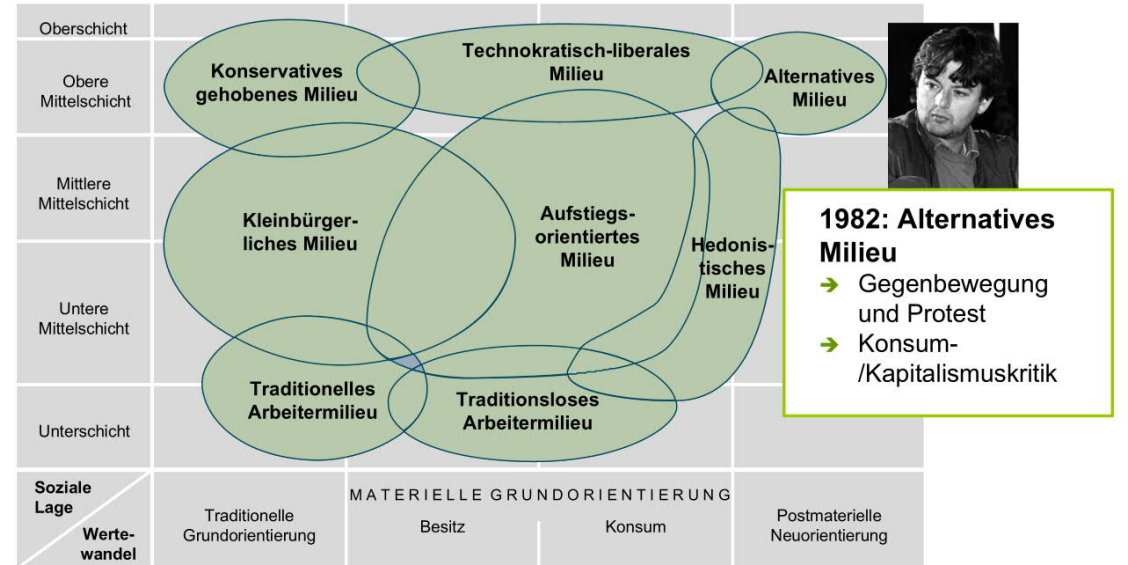


Joschka Fischer

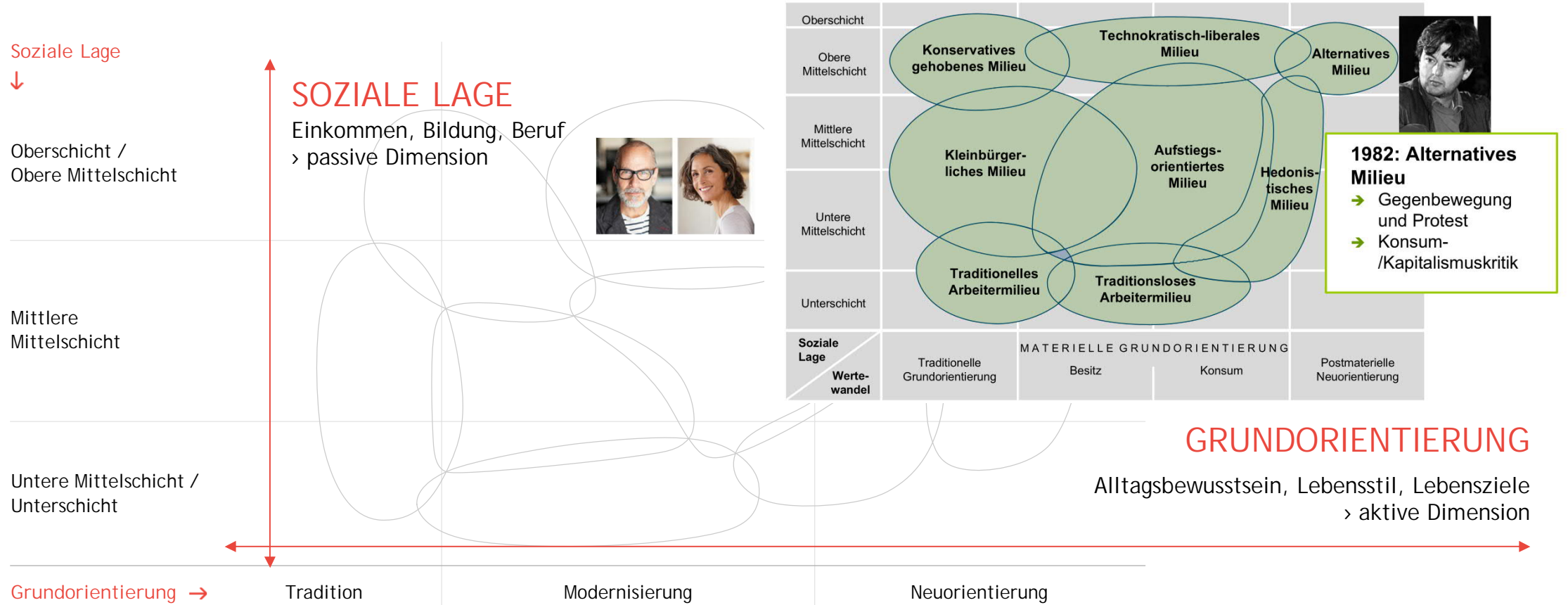
*„Früher hatten die Menschen
mehr Angst vor uns als vor
der Atomkraft.“*



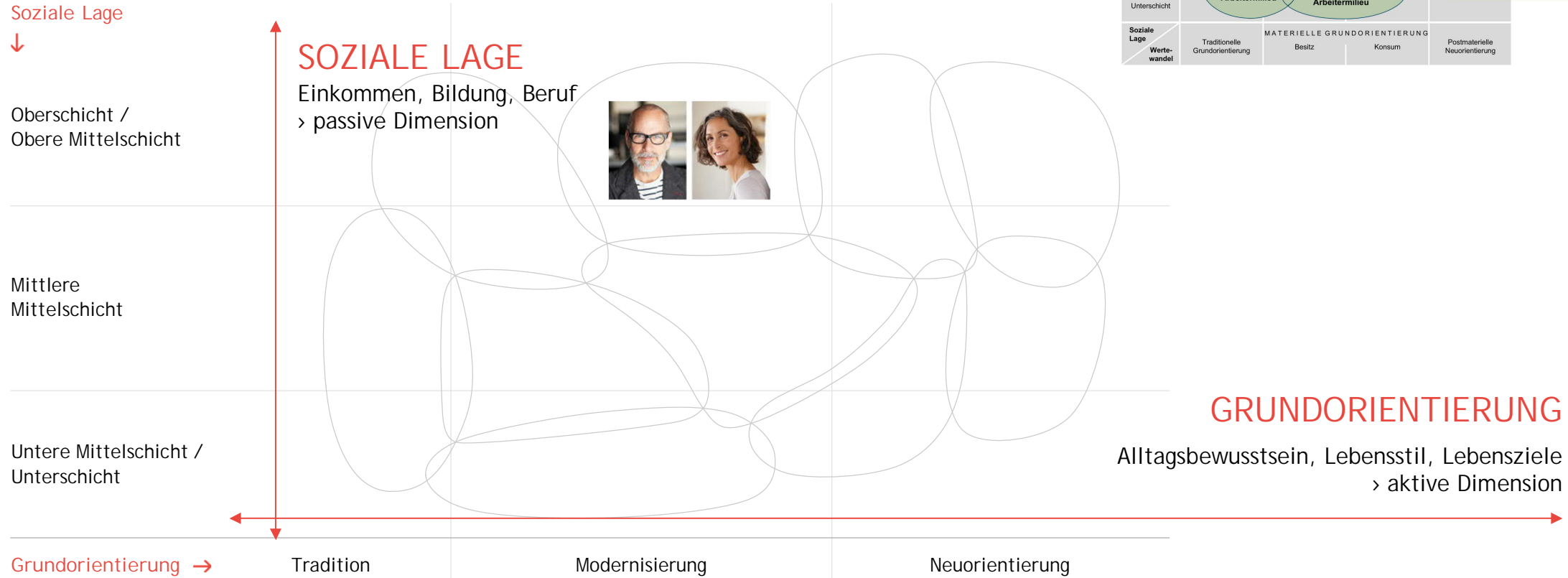
Wie Wertewandel verläuft



Wie Wertewandel verläuft



Wie Wertewandel verläuft

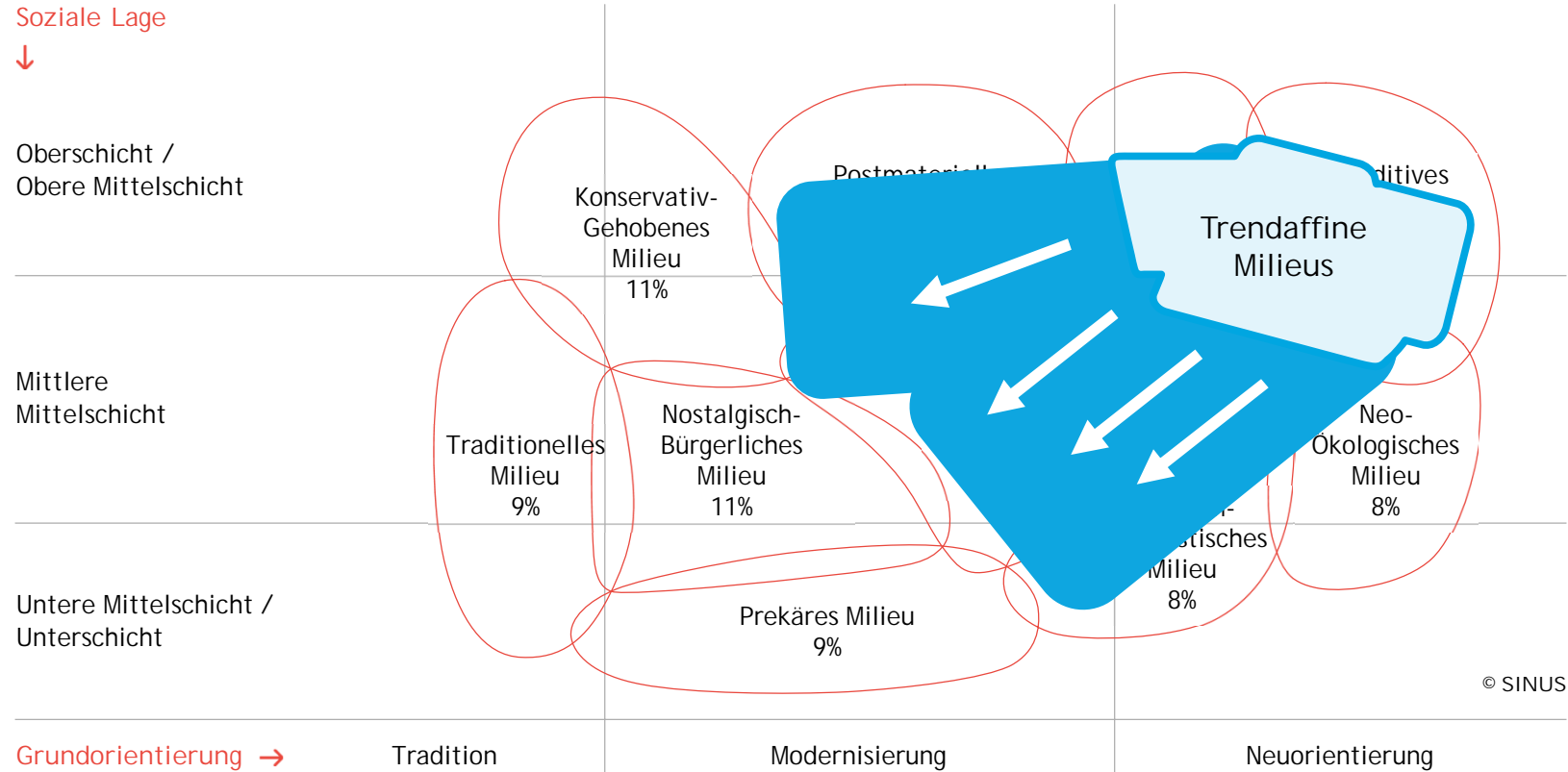


Oberschicht			
Obere Mittelschicht	Konservatives gehobenes Milieu	Technokratisch-liberales Milieu	Alternatives Milieu
Mittlere Mittelschicht	Kleinbürgerliches Milieu	Aufstiegsorientiertes Milieu	Hedonistisches Milieu
Untere Mittelschicht			
Unterschicht	Traditionelles Arbeitermilieu	Traditionsloses Arbeitermilieu	
Soziale Lage	Traditionelle Grundorientierung	MATERIELLE GRUNDORIENTIERUNG	Postmaterielle Neuorientierung
Wertewandel		Besitz	Konsum

1982: Alternatives Milieu
 → Gegenbewegung und Protest
 → Konsum-/Kapitalismuskritik

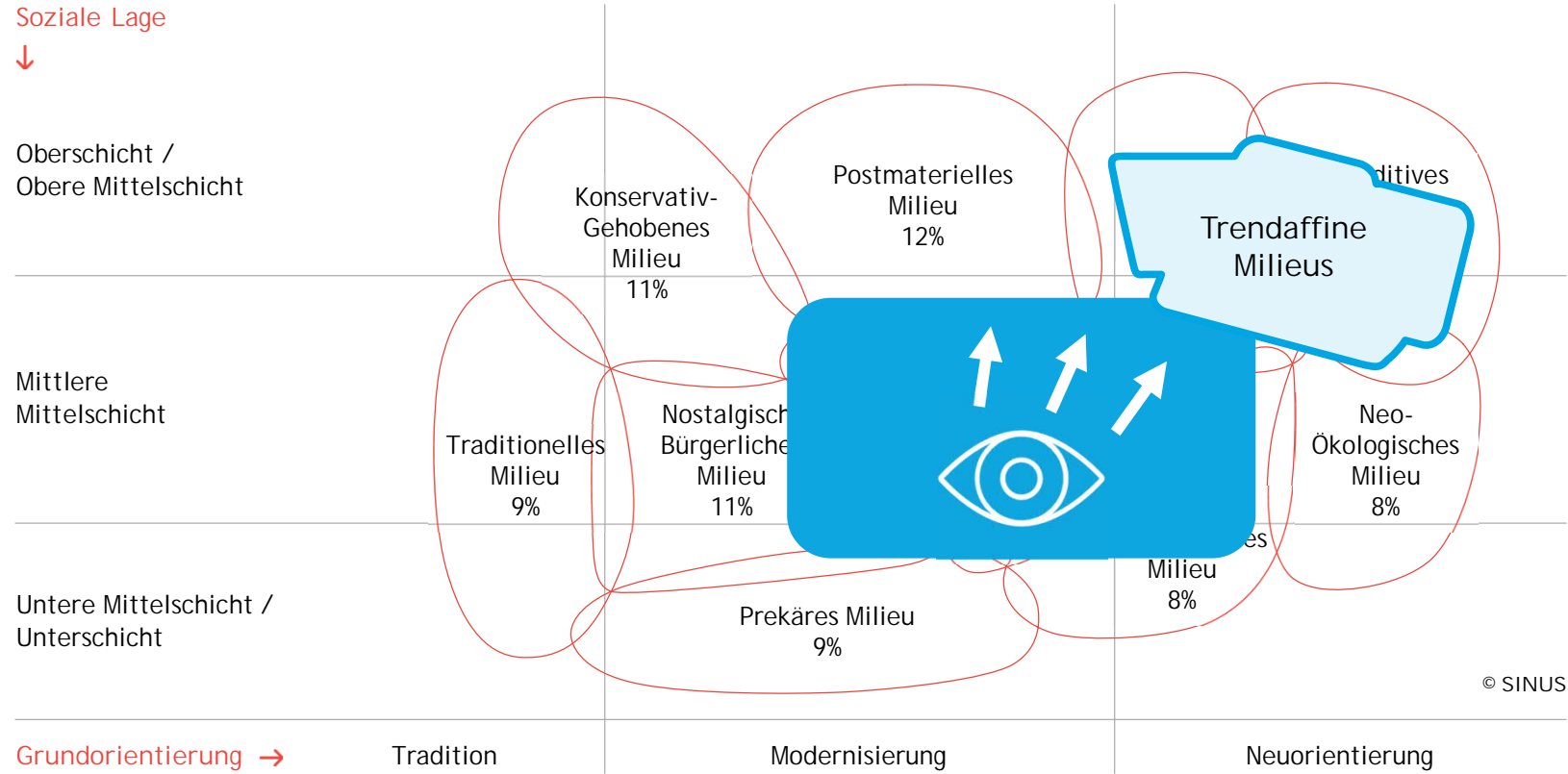
Trendaffine Milieus bestimmen, was morgen im Mainstream sein wird

Symbolische Darstellung



Mainstream beobachtet und greift Trends auf

Symbolische Darstellung

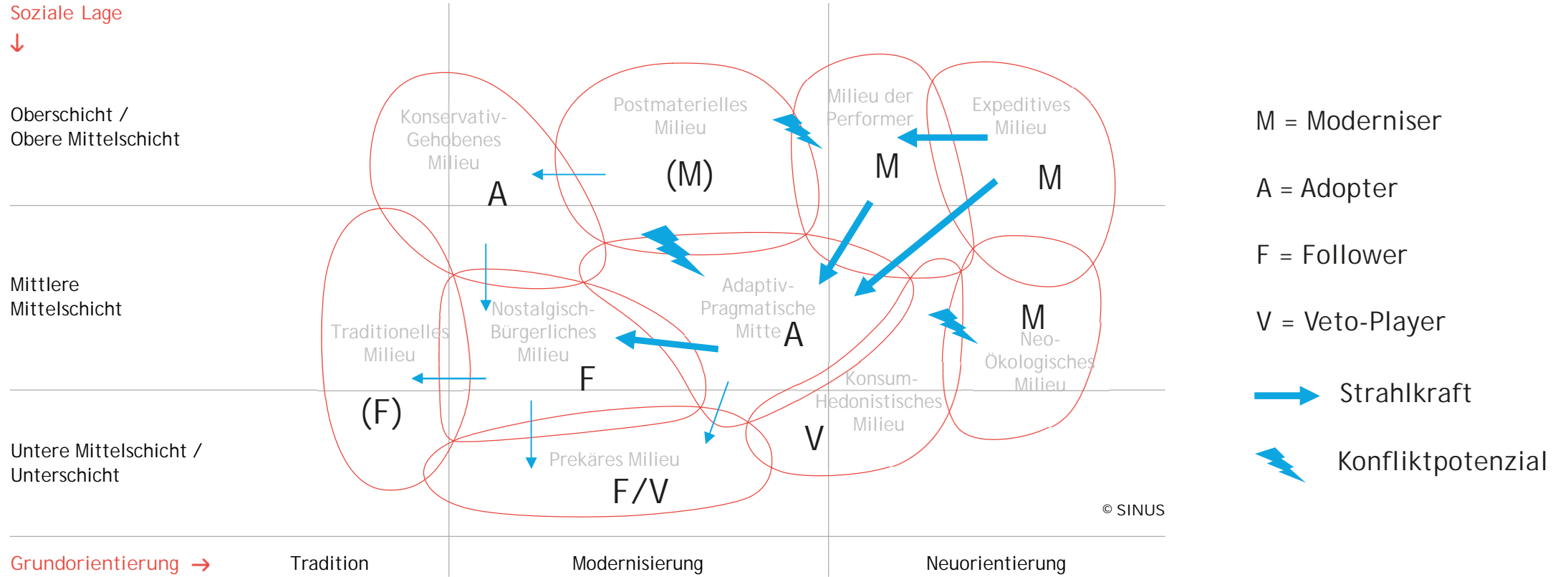


Mainstream entwickelt aber auch Angebot weiter

Symbolische Darstellung



Dynamik mitnehmen: Strahlkräfte zwischen Milieus nutzen



Matching von Trends und Zielgruppen

Key River Cruise Market Trends*

1. Sustainability on the Waterways

2. Wellness Retreats on the River

3. Culinary Cruises with Local Flavors

Milieutypische Zugänge beim Reisen



*River Cruise Market Outlook for 2024 to 2034

<https://www.futuremarketinsights.com/reports/river-cruises-industry-overview>

Matching von Trends und Zielgruppen

*Key River Cruise Market Trends**

Milieutypische Zugänge beim Reisen

1. Sustainability on
the Waterways

2. Wellness Retreats
on the River

3. Culinary Cruises
with Local Flavors



*River Cruise Market Outlook for 2024 to 2034

<https://www.futuremarketinsights.com/reports/river-cruises-industry-overview>

Matching von Trends und Zielgruppen

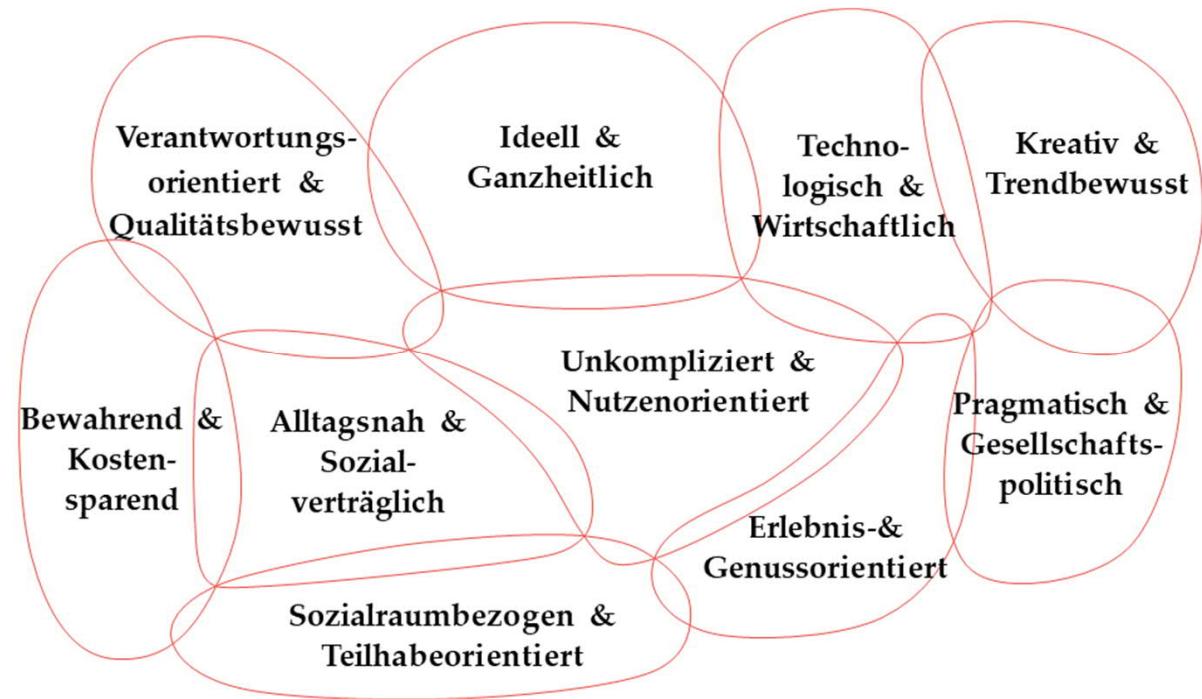
*Key River Cruise Market Trends**

Milieutypische Zugänge zu Nachhaltigkeit

1. Sustainability on the Waterways

2. Wellness Retreats on the River

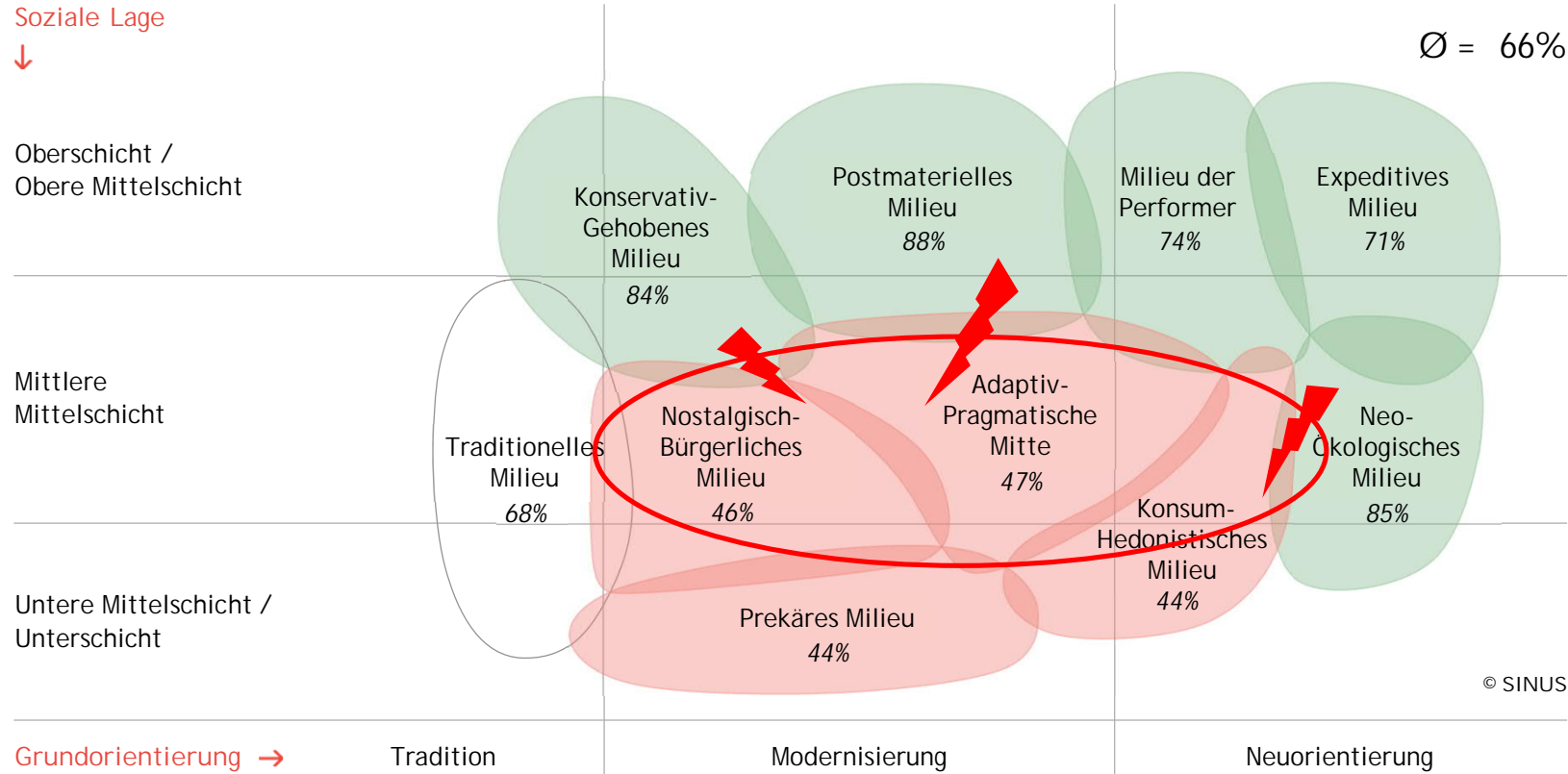
3. Culinary Cruises with Local Flavors



*River Cruise Market Outlook for 2024 to 2034

<https://www.futuremarketinsights.com/reports/river-cruises-industry-overview>

„Ein nachhaltiger Lebensstil ist für mich eine Verpflichtung gegenüber zukünftigen Generationen.“



Quelle: SINUS-Institut: Standardisierte Online-Befragung, repräsentativ für die deutsche Bevölkerung; März 2025; n=2.015 Befragte (14 bis 74 Jahre)

Frage: Auf dieser Liste stehen Meinungen und Aussagen zum Thema Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz. Sagen Sie mir bitte anhand dieser Skala, inwieweit diese Meinungen und Ansichten für Sie persönlich zutreffen. *Trifft voll und ganz / eher zu (Top2-Box auf einer 4er Skala)*

- Überdurchschnittlich
- Durchschnittlich
- Unterdurchschnittlich

Die einzige Konstante
im Leben ist die
Veränderung.
(Herakles)



Danke für die Aufmerksamkeit!



jan.hecht@sinus-institut.de

www.sinus-institut.de

sinus:

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe