

## **Welcher Kunde darf's denn sein?**

*Auszug aus: Postmaterielle bevorzugen gediegenen Altbau. Auch die Bau- und Wohnungswirtschaft bedient sich jetzt der Psychogramme vom Milieus. In: Süddeutsche Zeitung, 20. Mai 2005*

„Sinus-Milieus sind seit 1979 eine Methode der Marktforscher, die Bevölkerung nach ihrer Wertorientierung und ihrem Lebensstil einzuteilen. Alle sechs bis neun Jahre werden die Gruppen neu zusammengefasst. Die Grenzen sind natürlich fließend. In einem seit zwei Jahren laufenden gemeinsamen Projekt des Bundesverbands für Wohneigentum und Stadtentwicklung und der Sinus-Sociovision GmbH werden erstmals Rückschlüsse auch auf die Wohnvorlieben gezogen. Die zehn Gruppen haben folgende Wohnwünsche:

**Etablierte (ETB):** Hoher Eigentumsanteil; Wohnung hat oft Bedeutung als Element der repräsentativen Selbstdarstellung; bevorzugen ein von störenden Einflüssen freies Umfeld, gerne in Stadtrandlage (zehn Prozent der Bevölkerung).

**Postmaterielle (PMA):** Wohnen gerne in Stadtrandlagen mit Nähe zum Grün und zur Natur oder in charaktervollen Altbauten in der Innenstadt (zehn Prozent).

**Moderne Performer (PER):** Bevorzugen ihrem Bedürfnis nach Convenience, ihren modernen Kommunikationsbedürfnissen angepasste und ihrem mobilen Alltag gerecht werdende Wohnungen in innerstädtischen Gebieten (neun Prozent).

**Konservative (KON):** Hoher Eigentumsanteil, geringe Umzugsneigung, legen Wert auf eine gut situierte und sichere Nachbarschaft (fünf Prozent)

**Traditionsverwurzelte (TRA):** In ihrem Umfeld tief verwurzelte Menschen, die auch im Wohnstil ihrer traditionellen Orientierung folgen. Sie sind Veränderungen im Umfeld gegenüber sehr skeptisch – einschließlich Umzug oder Neuanschaffung. (15 Prozent)

**DDR-Nostalgiker (DDR):** In ihrer alten Umgebung verwurzeltes und typisch ostdeutschen Wohnumfeldern („Platte“) nach wie vor häufig verbundenes Milieu (sechs Prozent).

**Bürgerlicher Mitte (BÜM):** Wohnungen dienen als Heim und Zuflucht vor der Außenwelt. Wohnen im städtischen Raum in unterschiedlichsten Lagen und oft in heterogenen Umfeldern (16 Prozent).

**Konsum-Materialisten (MAT):** Wenig Ausgabebereitschaft für Wohnen, andere Ausgaben genießen größere Bedeutung. Viele sind Mieter und haben geringes Interesse und unzureichende finanzielle Möglichkeiten für Wohneigentumsbildung (elf Prozent).

**Experimentalisten (EXP):** Anpassungsfähige und urban orientierte Gruppe, die ihre Lebenseinstellung gerne in bunten und gegensätzlichen Nachbarschaften („Kiez“) und multifunktionalen Wohnungen verwirklicht (sieben Prozent).

**Hedonisten (HED):** Wenig Ausgabebereitschaft für das Wohnen; geringe Ansprüche an Ausstattung, schwache Bindung an das Wohnumfeld und sehr mobil, Stichwort Umzugsbereitschaft (elf Prozent).