

# Aktivisten – Stammwähler - Zielgruppe

Strategische Fragen aus  
Hamburger Sicht

Martin Schütz

Ausgangspunkt:

Stammwähler

# Stammwähler-Gruppen/Milieus

- Eigenbrötler
- Einzelgänger
- Individualisten
- Non-Konformisten
- Nerds
- IT-Begeisterte
- Ausgeflippte
- Sonderlinge
- Queere
- Kiffer
- eGamer / eSportler
- Normalos

# 1. Frage:

In welchen Milieus bewegen sich  
aktive Piraten?

# Milieus der aktiven Piraten

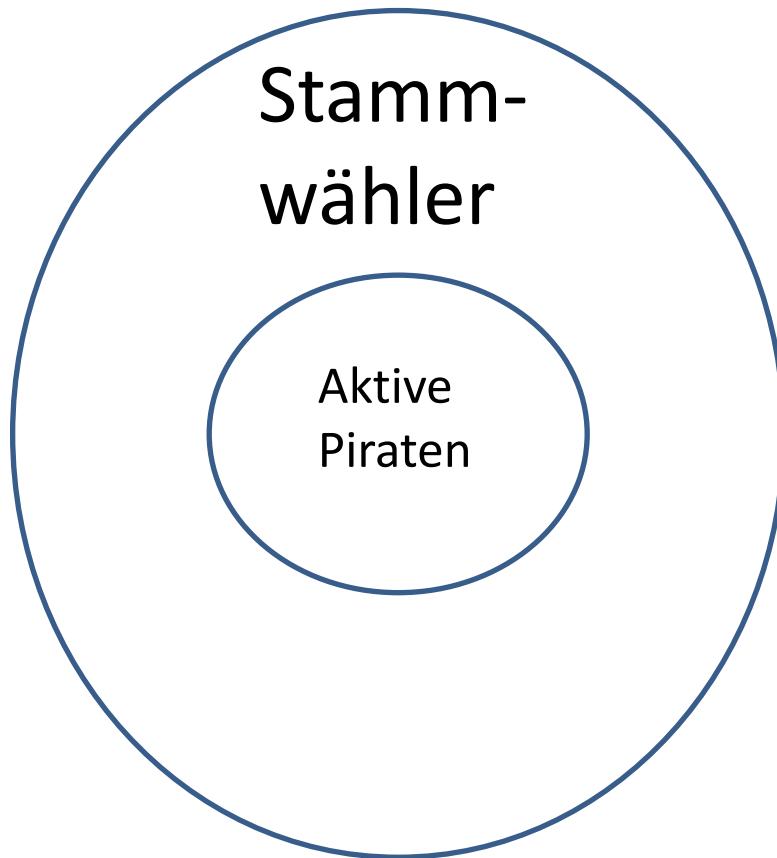
- Eigenbrötler
- Einzelgänger
- Individualisten
- Non-Konformisten
- Nerds
- IT-Begeisterte
- Ausgeflippte
- Sonderlinge
- Queere
- Kiffer
- eGamer / eSportler
- Normalos

## 2. Frage:

Gibt es Anhaltspunkte dafür, dass  
aktive Piraten sich in anderen  
Milieus bewegen als ihre  
Stammwähler?

### 3. Frage:

Aktive Piraten sind die aktiveren der Stammwähler?



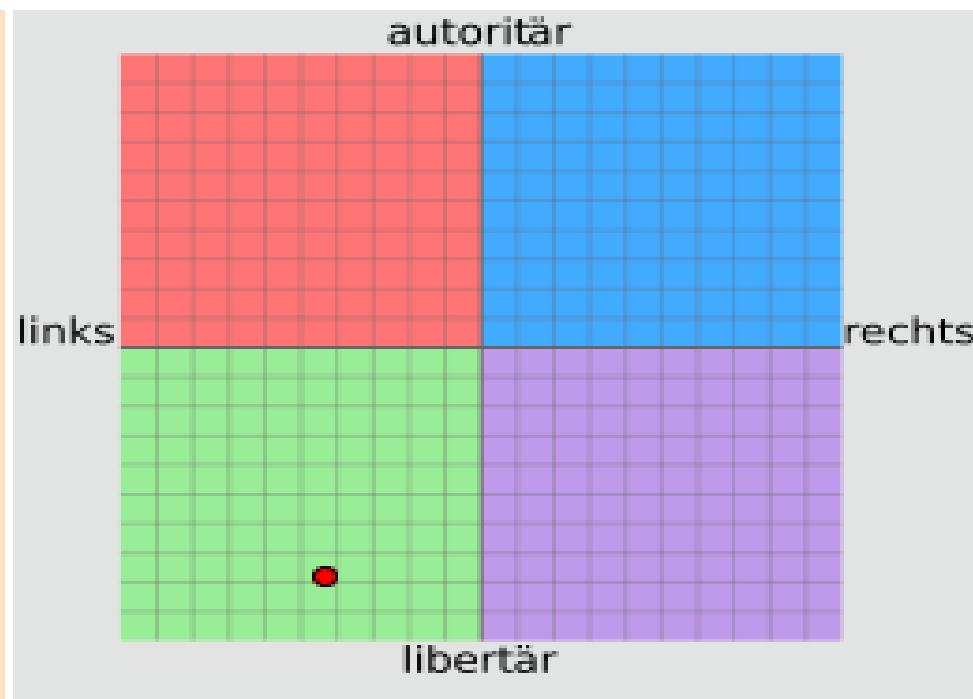
## 4. Frage:

Was macht die aktive Piratin, den  
aktiven Piraten aus -

außer, dass sie/er aktiv Politik macht?

# Mögliches Profil eines aktiven Piraten-Mitglieds

politischer  
Kompass ↗:



politischer Test ↗:

Links: <http://www.politicalcompass.org/>  
<http://www.politicaltest.net/>

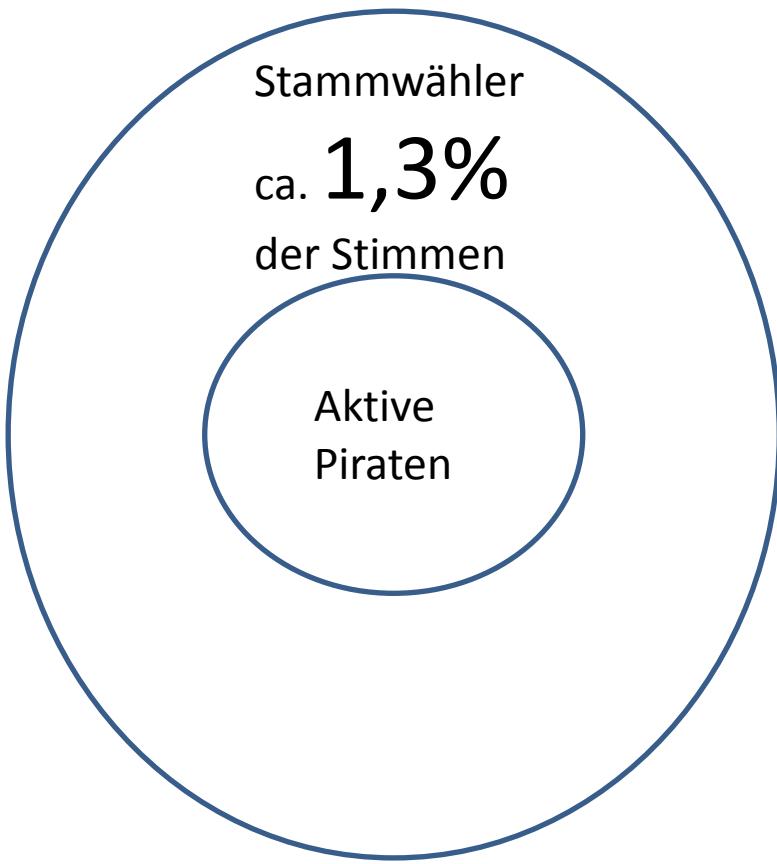
kosmopol.	52%		national.
laizist.	82%		fundamental.
visionär	61%		reaktionär
anarchist.	68%		autoritär
komunist.	12%		kapitalist.
pazifist.	45%		militarist.
ökologisch			anthropozent.
		35%	

## 5. Frage:

Welches ist unsere Zielgruppe in  
der Wahlbevölkerung – in  
welchen Milieus ist sie zu finden?

# 6. Frage:

Aber wie sehen die aus? Wie findet man die?

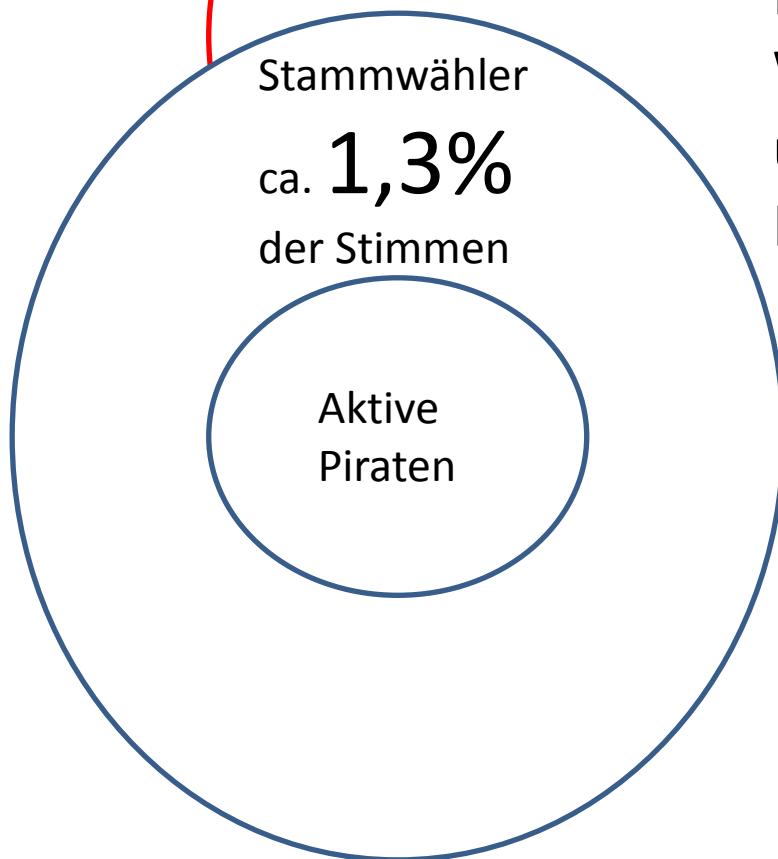


## **Wahl-Bevölkerung:**

Hier aus diesem Bereich müssen die Wähler kommen, die uns über die 5 %-Hürde bringen!

## Wahl-Bevölkerung:

Hier aus diesem Bereich müssen die Wähler kommen, die uns über die 5 %-Hürde bringen!



## 7. Frage:

Bei welchem Teil der Wahlbevölkerung sind wir anschlussfähig?

## 8. Frage:

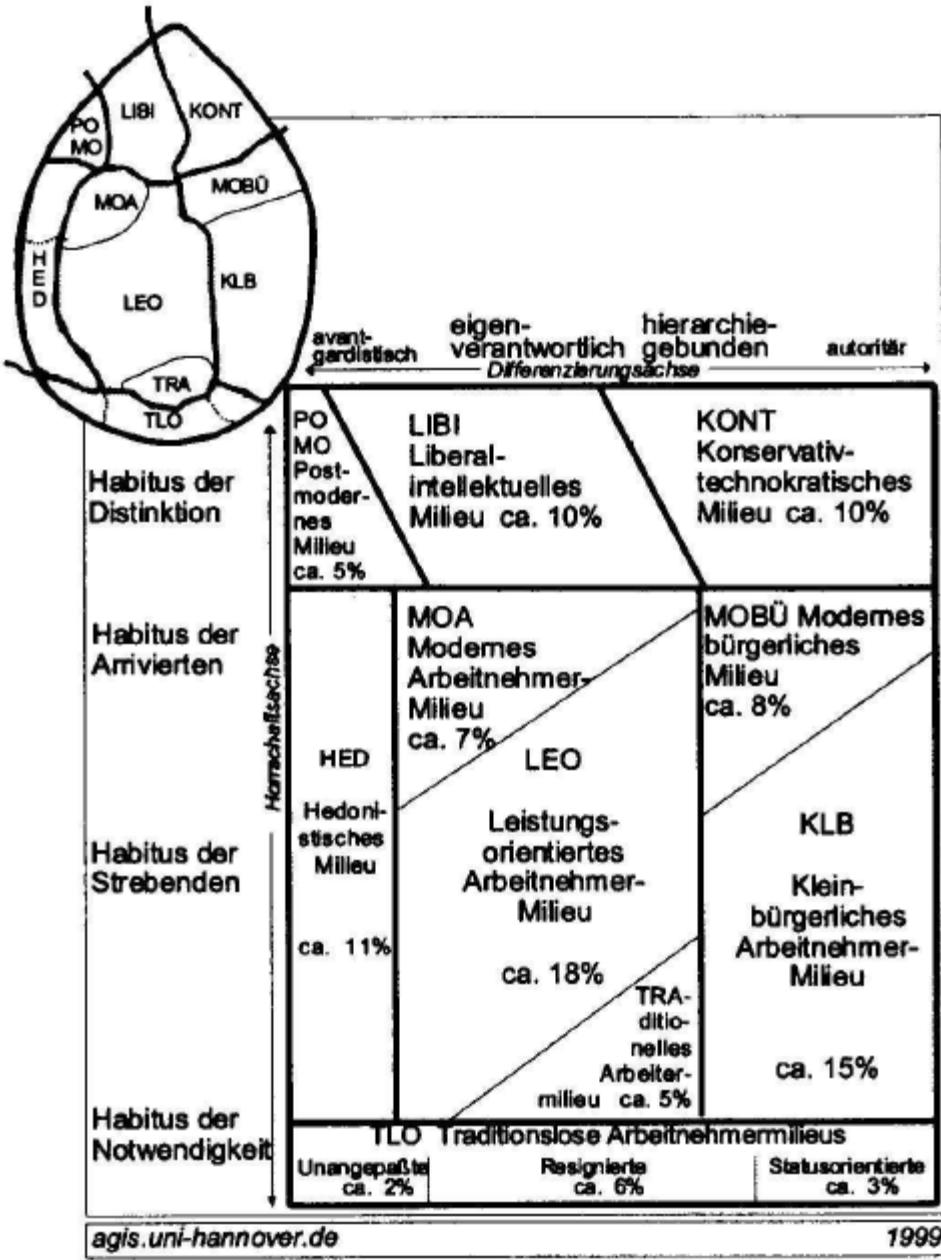
Wie kann man die Wahlbevölkerung  
beschreiben?

Fünf empirische Untersuchungen  
über Milieus/Wählergruppen in  
Deutschland

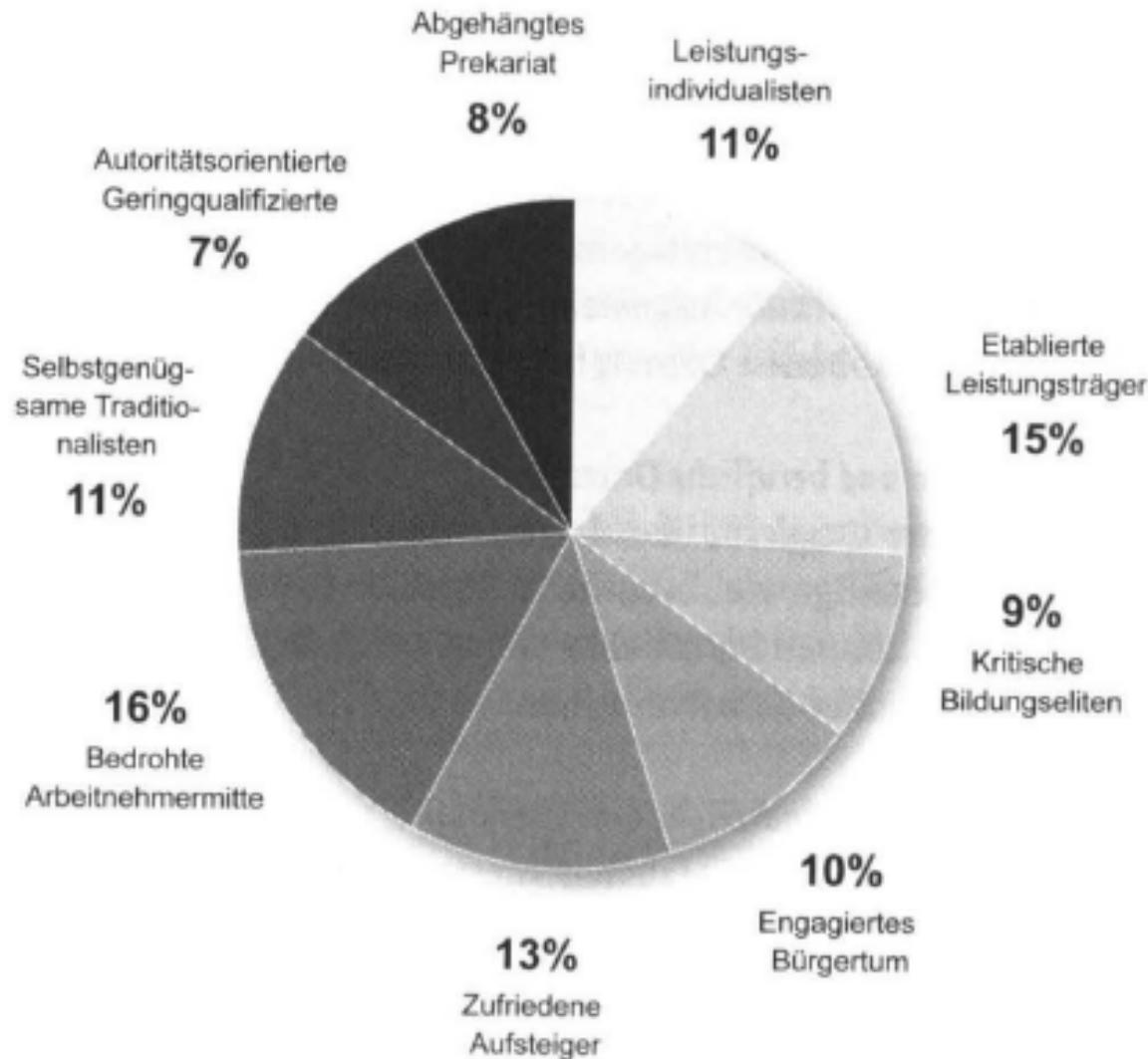
# Die Milieus der alltäglichen Lebensführung im sozialen Raum Westdeutschlands 1995

nach Vester u.a.

Quelle: Michael Vester u.a., Soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel, Frankfurt/M 2001, S. 49



# Milieus in der Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung 2006

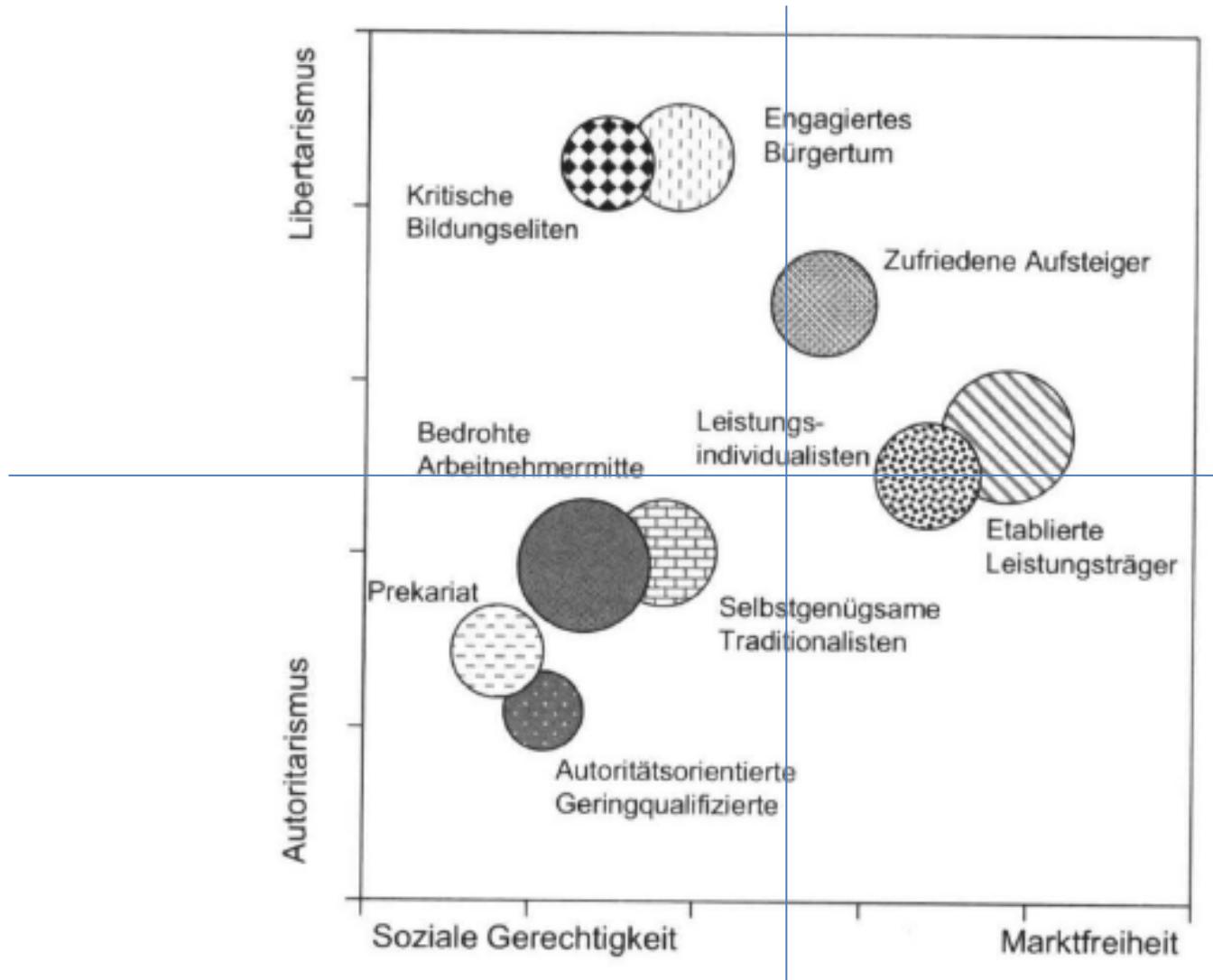


Quelle: Gero Neugebauer, Politische Milieus in Deutschland, Bonn 2007, S. 69

# Dimensionen in den Milieus in der Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung 2006

- Schicht-Merkmale
- Berufl. Situation und berufl. Orientierung
- Finanzielle Situation und materielle Orientierung
- Lebensbewältigung
- Einstellung zu Staat und Gesellschaft
- Politik und Parteien
- Wahlverhalten

# Wertefeld der Milieus in der Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung 2006

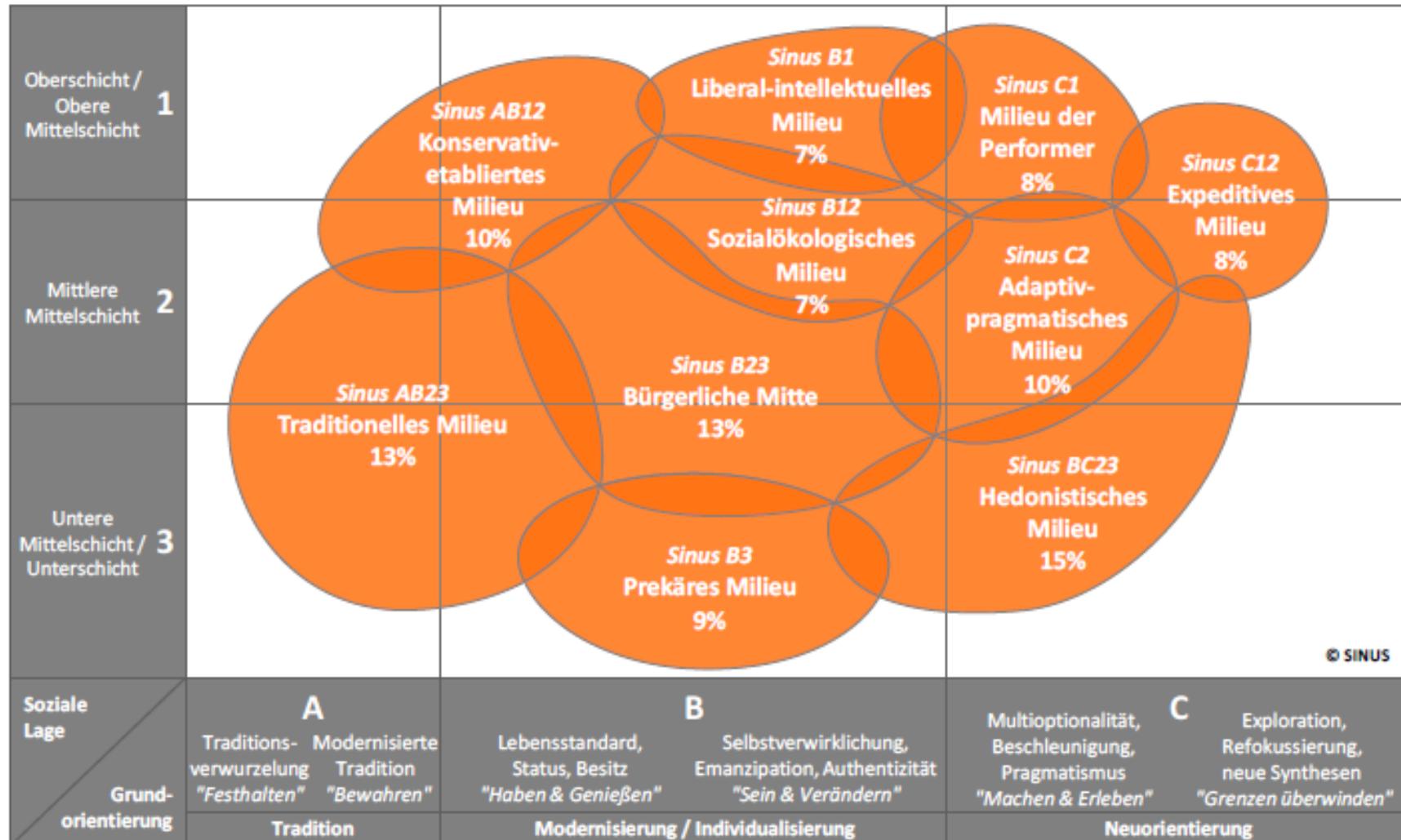


Quelle: Gero Neugebauer, Politische Milieus in Deutschland, Bonn 2007, S. 93

# Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2015

## Soziale Lage und Grundorientierung

© Copyright by SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, Heidelberg



Quelle: o.V., Informationen zu den Sinus-Milieus® 2015/16 Stand: 09/2015 o.O. (Heidelberg), o.J. (2015), S. 14

# Milieus der unteren Mitte / Unterschicht

## **Traditionelles Milieu**

13%

Die Sicherheit und Ordnung liebende ältere Generation:  
verhaftet in der kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen  
Arbeiterkultur; Sparsamkeit und Anpassung an die Notwendigkeiten;  
zunehmende Resignation und Gefühl des Abgehängtseins

## **Prekäres Milieu**

9%

Die um Orientierung und Teilhabe („dazu gehören“) bemühte  
Unterschicht:  
Wunsch, Anschluss zu halten an die Konsumstandards der breiten  
Mitte – aber Häufung sozialer Benachteiligungen, Ausgrenzungserfahrungen,  
Verbitterung und Ressentiments

## **Hedonistisches Milieu**

15%

Die spaß- und erlebnisorientierte moderne Unterschicht / untere Mitte:  
Leben im Hier und Jetzt, unbekümmert und spontan; häufig angepasst  
im Beruf, aber Ausbrechen aus den Zwängen des Alltags in der Freizeit

## Milieus der Mitte

### **Bürgerliche Mitte**

**13%**

Der leistungs- und anpassungsbereite bürgerliche Mainstream:  
generelle Bejahung der gesellschaftlichen Ordnung; Wunsch nach beruflicher und sozialer Etablierung, nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen; wachsende Überforderung und Abstiegsängste

### **Adaptiv-pragmatisches Milieu**

**10%**

Die moderne junge Mitte mit ausgeprägtem Lebenspragmatismus und Nützlichkeitsdenken:

Leistungs- und anpassungsbereit, aber auch Wunsch nach Spaß und Unterhaltung; zielstrebig, flexibel, weltoffen – gleichzeitig starkes Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit

### **Sozialökologisches Milieu**

**7%**

Engagiert gesellschaftskritisches Milieu mit normativen Vorstellungen vom „richtigen“ Leben:

ausgeprägtes ökologisches und soziales Gewissen; Globalisierungsskeptiker, Bannerträger von Political Correctness und Diversity (Multikulti)

## Sozial gehobene Milieus

### **Konservativ-establiertes Milieu**

10%

Das klassische Establishment:

Verantwortungs- und Erfolgsethik; Exklusivitäts- und Führungsansprüche, Standesbewusstsein; zunehmender Wunsch nach Ordnung und Balance

### **Liberal-intellektuelles Milieu**

7%

Die aufgeklärte Bildungselite:

kritische Weltsicht, liberale Grundhaltung und postmaterielle Wurzeln; Wunsch nach Selbstbestimmung und Selbstentfaltung

### **Milieu der Performer**

8%

Die multi-optionale, effizienz-orientierte Leistungselite:

globalökonomisches Denken; Selbstbild als Konsum- und Stil-Avantgarde; hohe Technik und IT-Affinität; Etablierungstendenz, Erosion des visionären Elans

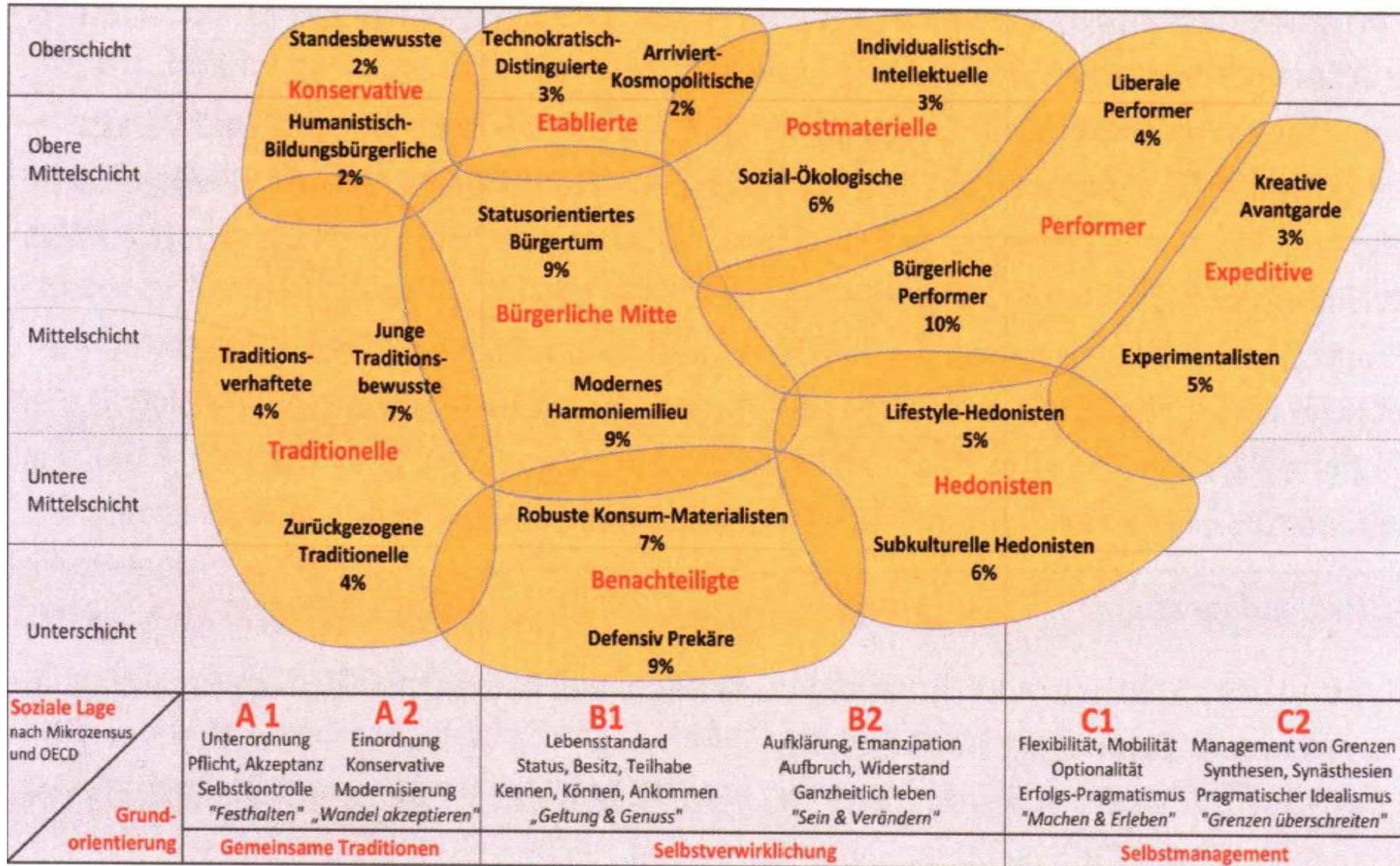
### **Expeditives Milieu**

8%

Die ambitionierte kreative Avantgarde:

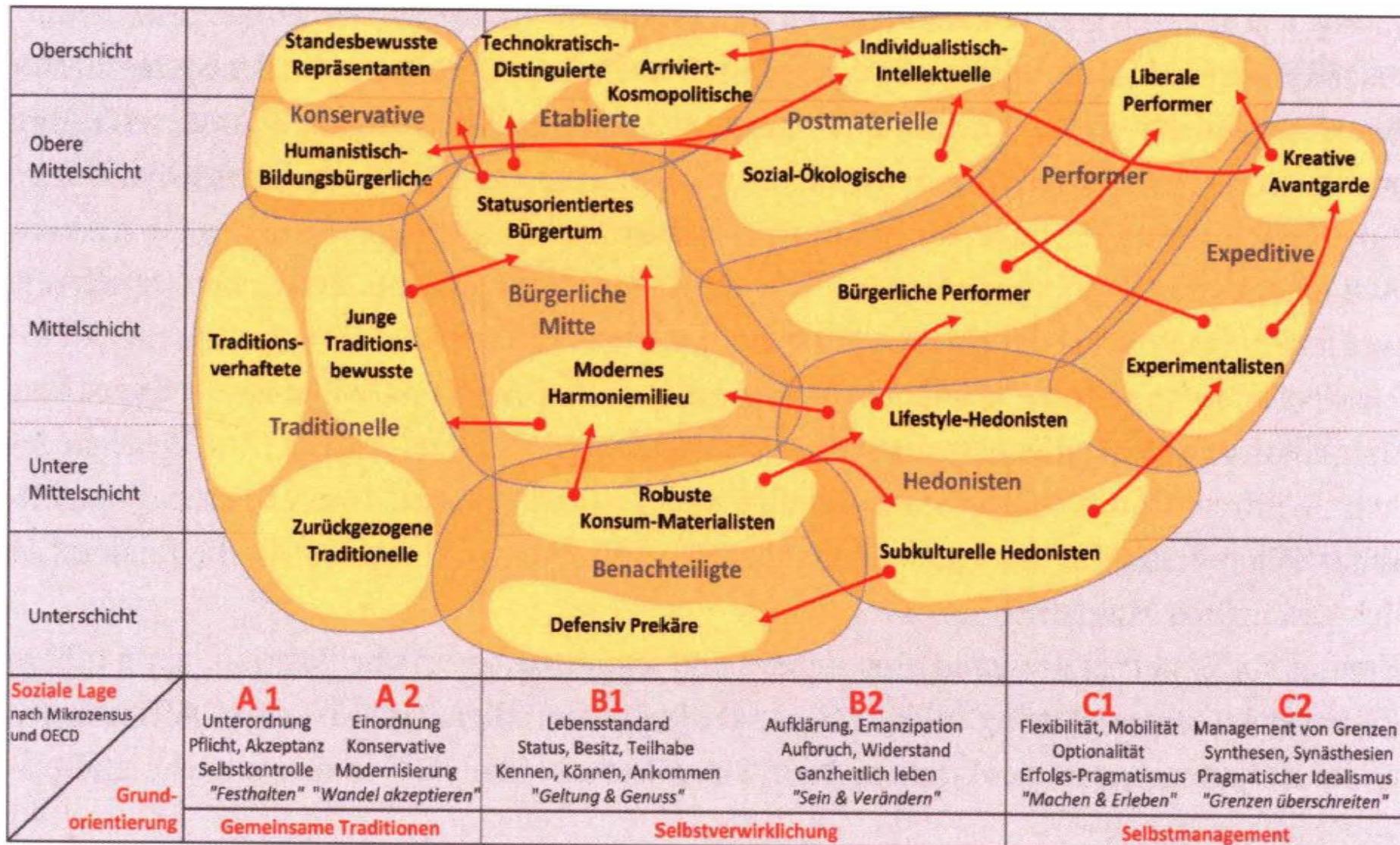
Transnationale Trendsetter – mental, kulturell und geografisch mobil; online und offline vernetzt; nonkonformistisch, auf der Suche nach neuen Grenzen und neuen Lösungen

# DELTA-Milieus 2011



Quelle: Carsten Wippermann, Milieus in Bewegung, Würzburg 2011, S. 169

# Milieu-Mobilität in den DELTA-Milieus 2011



## Neunte und letzte Frage:

Welches Milieu können wir bei  
Wahlen **zusätzlich** für uns  
gewinnen?