

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

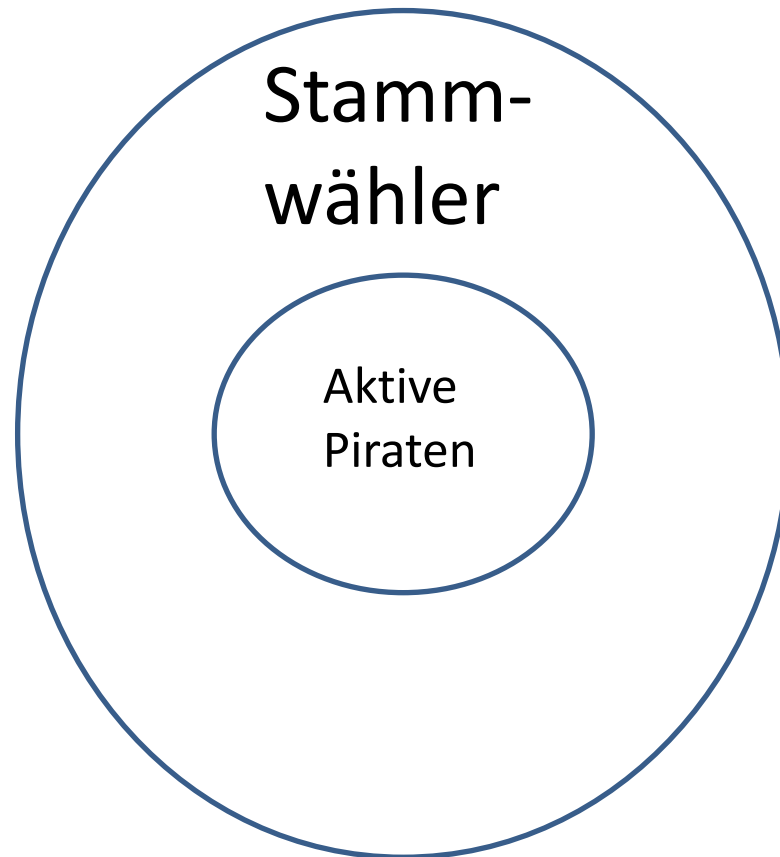
- Eigenbrötler
- Einzelgänger
- Individualisten
- Non-Konformisten
- Nerds
- IT-Begeisterte
- Ausgeflippte
- Sonderlinge
- Queere
- Kiffer
- eGamer / eSportler
- Normalos

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?




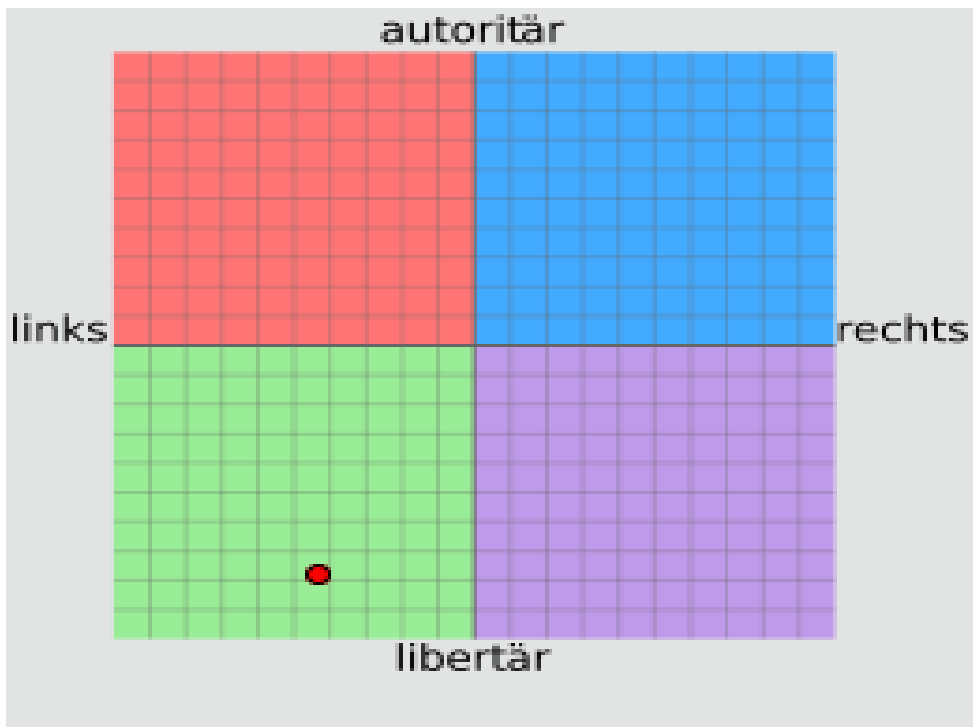
4. Frage:

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 :

kosmopol.	52%	<div><div></div></div>	national.
laizist.	82%	<div><div></div></div>	fundamental.
visionär	61%	<div><div></div></div>	reaktionär
anarchist.	68%	<div><div></div></div>	autoritär
kommunist.	12%	<div><div></div></div>	kapitalist.
pazifist.	45%	<div><div></div></div>	militarist.
ökologisch		<div><div></div> 35%</div>	anthropozent.

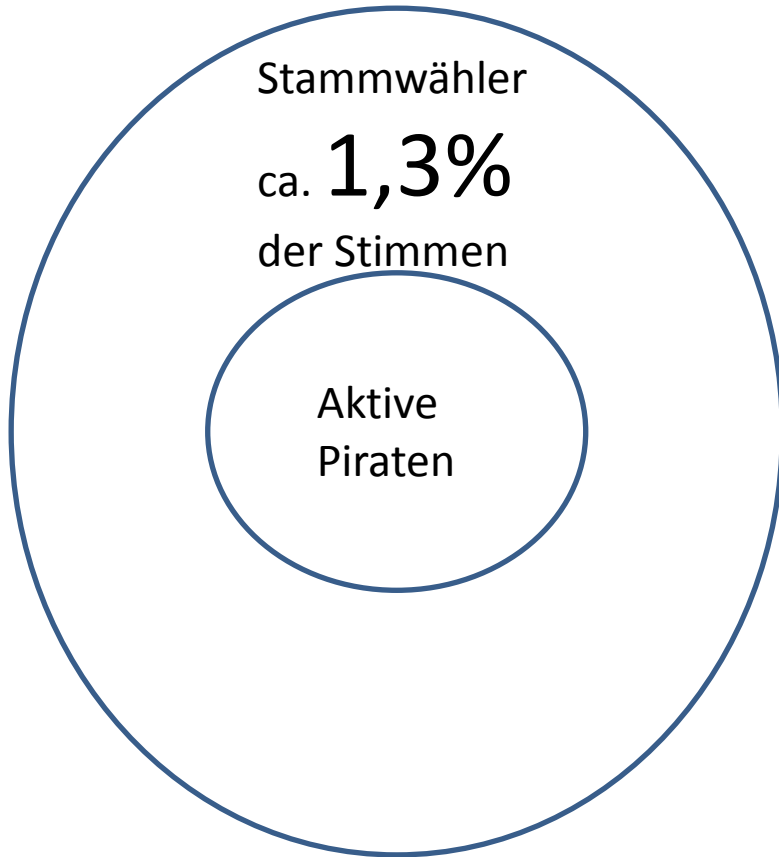
Links: <http://www.politicalcompass.org/>
<http://www.politicaltest.net/>

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!

Stammwähler
ca. **1,3%**
der Stimmen

Aktive
Piraten

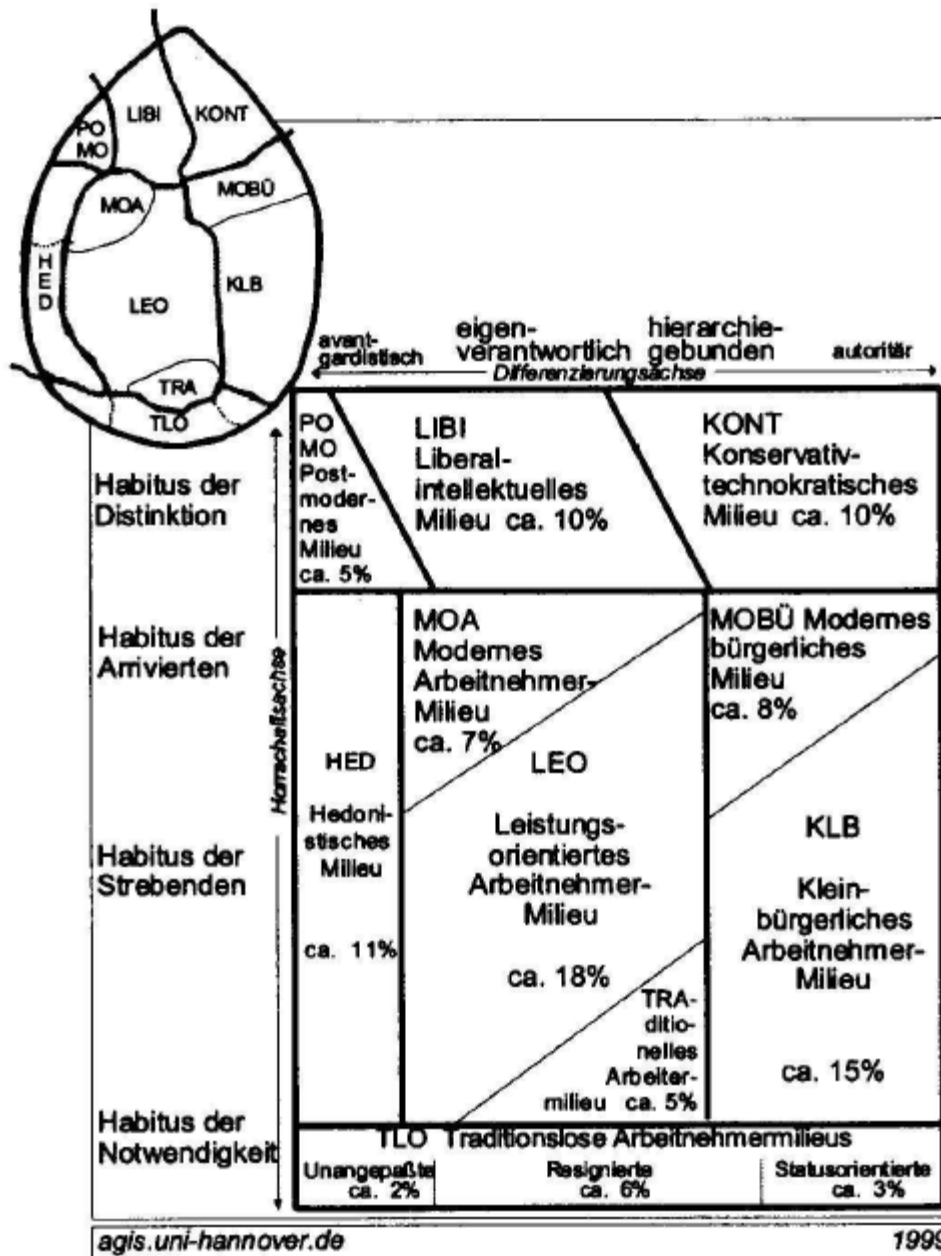
7. Frage:

Bei welchem Teil der Wahlbevölkerung sind wir **anschlussfähig**?

8. Frage:

Wie kann man die Wahlbevölkerung
beschreiben?

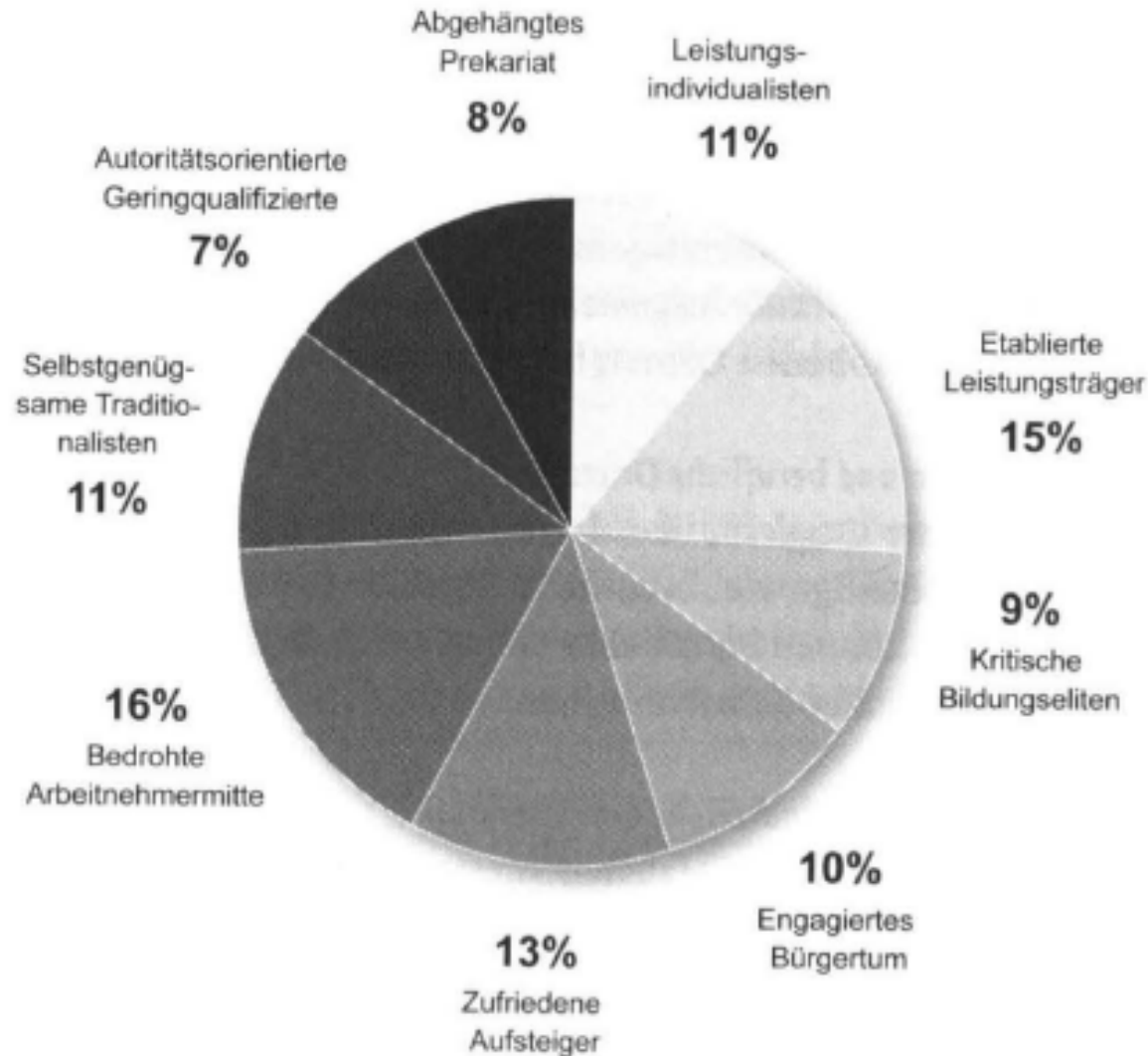
Fünf empirische Untersuchungen
über Milieus/Wählergruppen in
Deutschland



Die Milieus der alltäglichen Lebensführung im sozialen Raum Westdeutschlands 1995

nach Vester u.a.

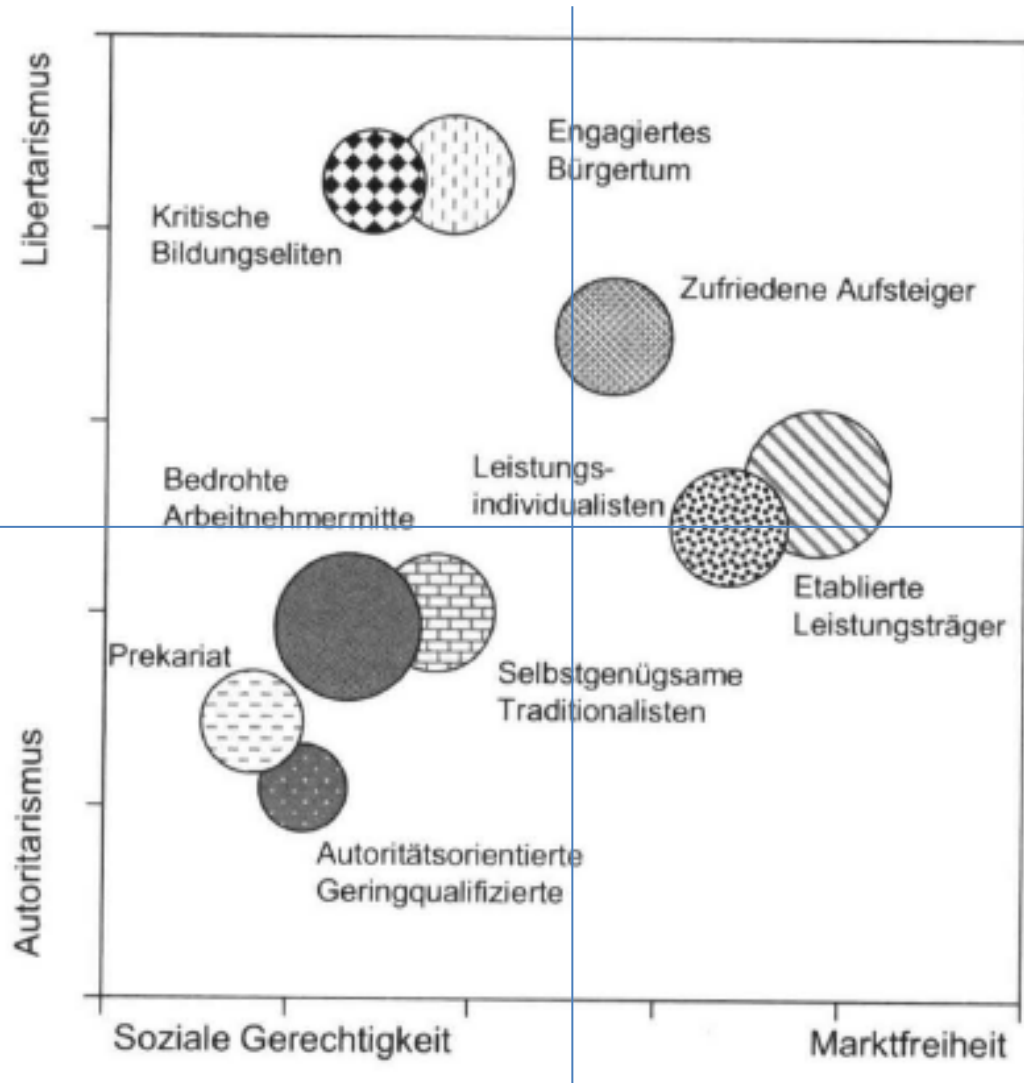
Milieus in der Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung 2006



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

- Schicht-Merkmale
- Berufsfl. 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

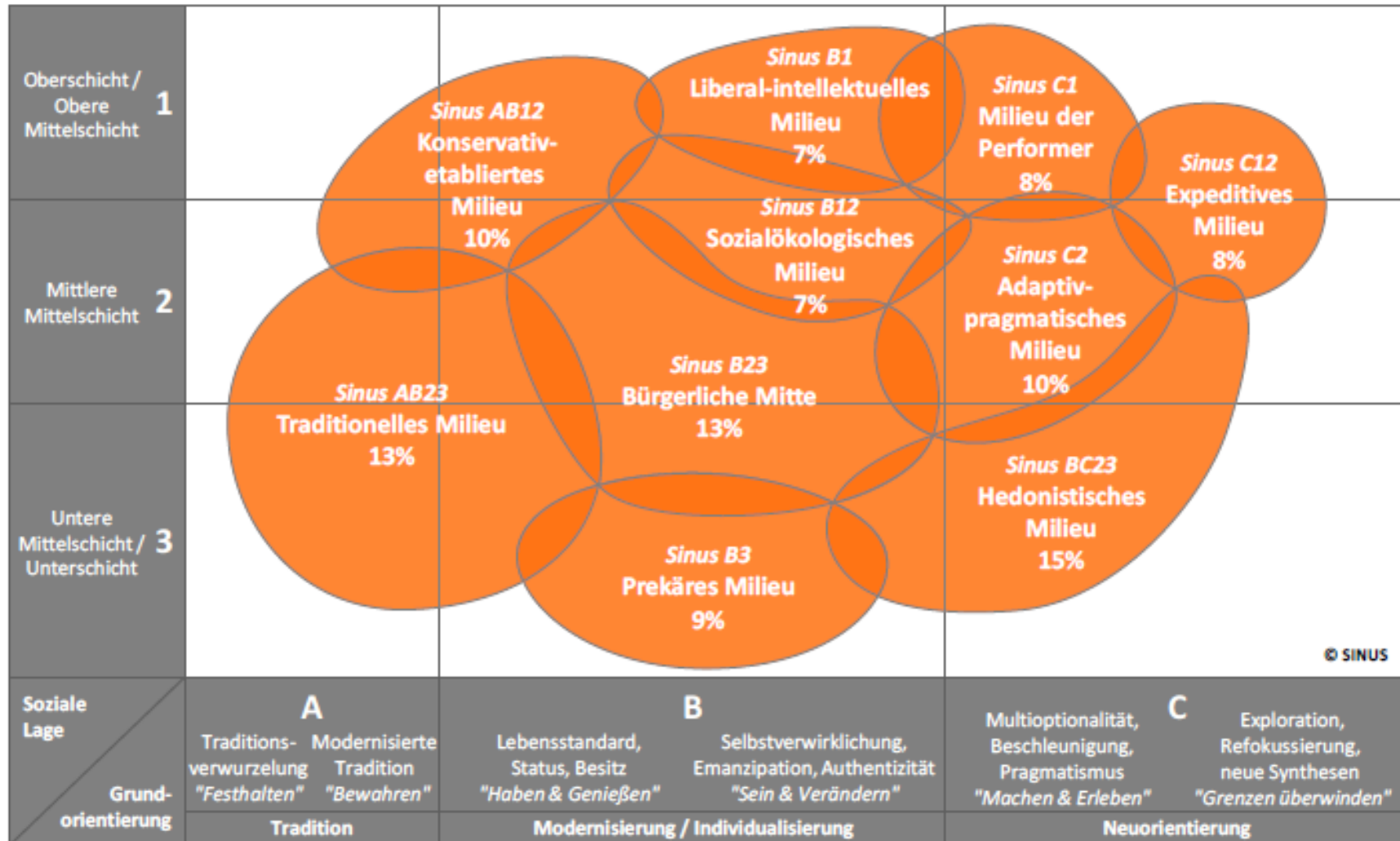


Quelle: Gero Neugebauer, Politische Milieus in Deutschland, Bonn 2007, S. 93

Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2015

Soziale Lage und Grundorientierung

© Copyright by SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, Heidelberg



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-etabliertes 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

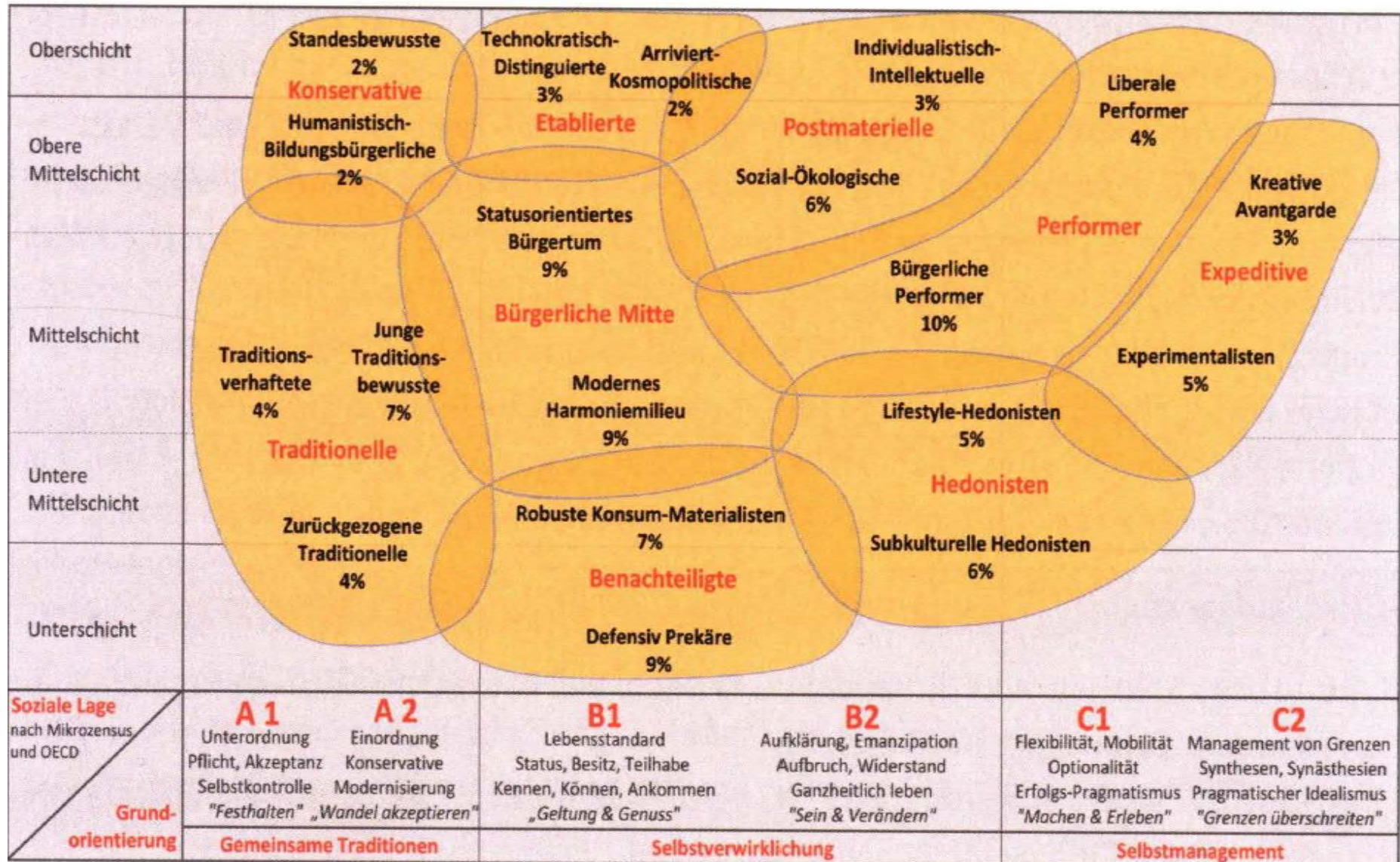
Expeditives Milieu

8%

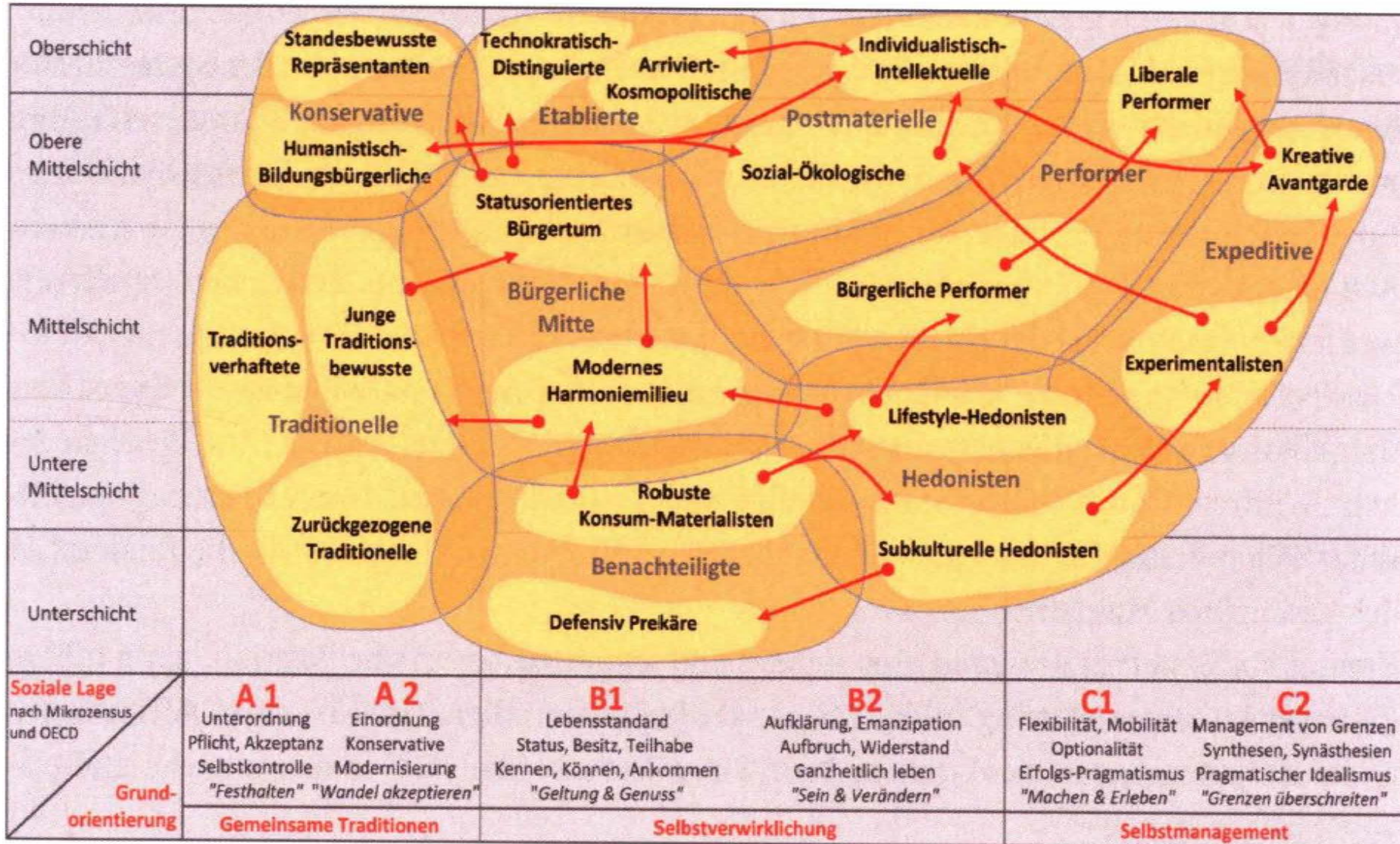
Die ambitionierte kreative Avantgarde:

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

DELTA-Milieus 2011



Milieu-Mobilität in den DELTA-Milieus 2011



Neunte und letzte Frage:

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