

# Lieblingsgast

## Postmaterielles Milieu in MV\*

Jene, die den größten Anteil der touristischen Wertschöpfung generieren.

\* **Unter Berücksichtigung:** Urlaub an der Ostsee oder der Mecklenburgische Seenplatte (mehr als 5 Tage) in den letzten 12 Monaten + Interesse an MV Aktivitäten (Wandern, Rad, Kultur, Wellness, etc.)

# Postmaterielles Milieu

## „Engagiert-Souveräne Bildungselite mit postmateriellen Wurzeln“

Soziale Lage  
↓

Oberschicht /  
Obere Mittelschicht

Mittlere  
Mittelschicht

Untere Mittelschicht /  
Unterschicht

Grundorientierung →

Tradition

Modernisierung

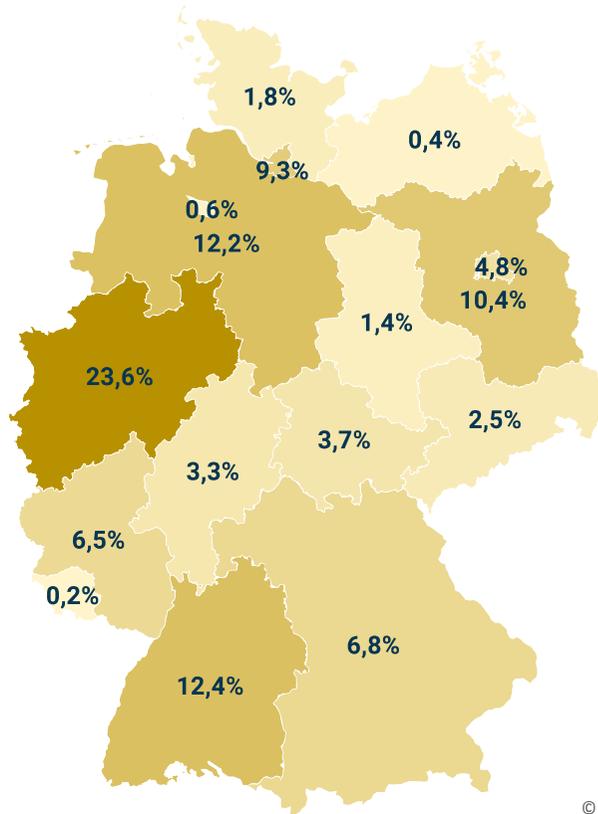
Neuorientierung

© SINUS

Quelle: Sinus-Institut, Heidelberg | Die Sinus-Milieus® in Deutschland:



# Postmaterielles Milieu\*



Unterstützt von Bing  
© GeoNames, Microsoft, TomTom

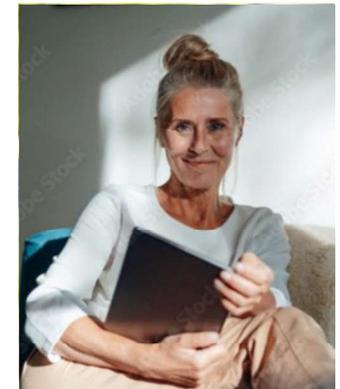
Bundesländer	
Schleswig-Holstein	1,8 %
Hamburg	9,3 %
Niedersachsen	12,2 %
Bremen	0,6 %
Nordrhein-Westfalen	23,6 %
Hessen	3,3 %
Rheinland-Pfalz	6,5 %
Baden-Württemberg	12,4 %
Bayern	6,8 %
Saarland	0,2 %
Berlin	4,8 %
Brandenburg	10,4 %
Mecklenburg-Vorpommern	0,4 %
Sachsen	2,5 %
Sachsen-Anhalt	1,4 %
Thüringen	3,7 %

Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) Reiseanalyse 2022, \* Basis Personen: Mecklenburg-Vorpommern Interesse in den nächsten 3 Jahren (Gesamtpotenzial) n=305 Fälle

# Postmaterielles Milieu

Dieses Milieu legt großen Wert auf ökologische und soziale Nachhaltigkeit. Das Milieu sieht sich als Verfechter:innen von Post-Wachstum und engagiert sich für Nachhaltigkeit und bewussten Konsum sowie diskriminierungsfreie Verhältnisse und Diversität. Sie nehmen eine distanzierte Haltung gegenüber vulgärem Hedonismus und Massenkonsum ein. Postmaterielle zeichnen sich durch einen hohen Bildungsgrad sowie einer Affinität für Kunst und Kultur aus und präsentieren sich weltoffen. Neben ökologischer Nachhaltigkeit nimmt auch die soziale Nachhaltigkeit einen wichtigen Stellenwert ein. Soziale Verantwortung und Toleranz prägen dieses Milieu während man kleinbürgerlichen Werten mit Kritik begegnet. Dieses Milieu strebt nach Selbstbestimmung und -entfaltung, vernachlässigt dabei jedoch nicht die Gemeinwohlorientierung.

Quelle: Sinus-Institut, Heidelberg | Die Sinus-Milieus® in Deutschland: Beschreibung, Daten, Illustrationen; Newsletter SINUS:Insights

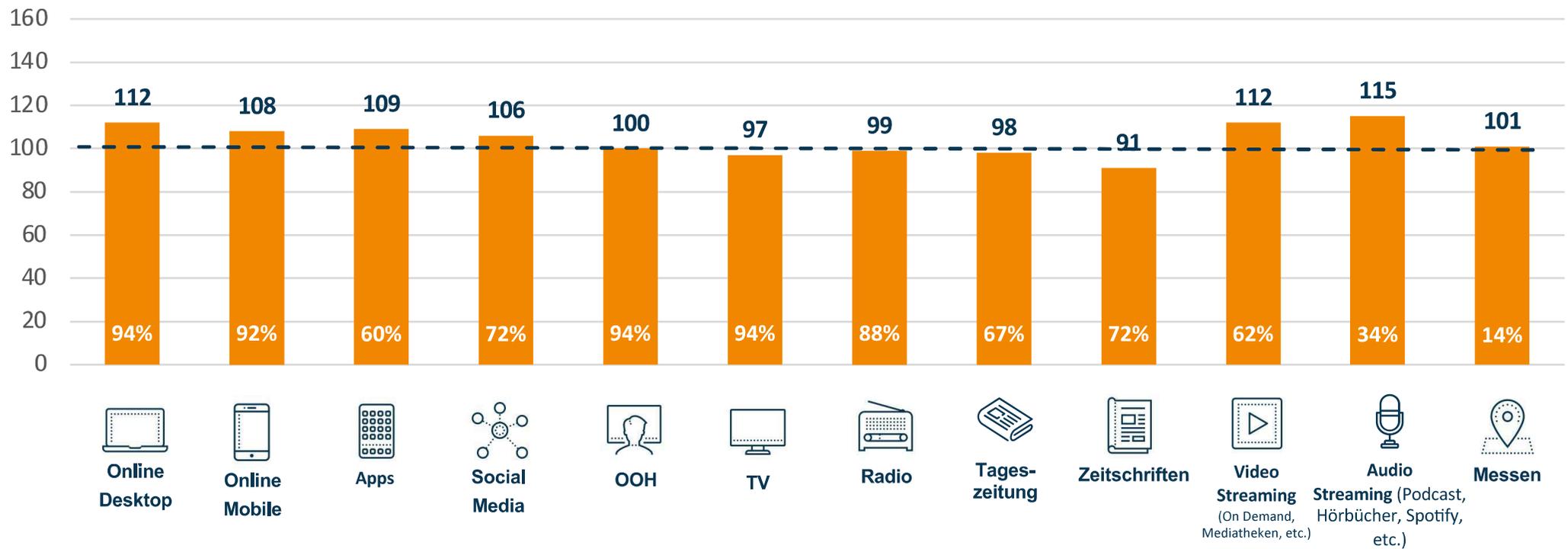


„Die engagiert-souveräne Bildungselite mit postmateriellen Wurzeln“

<p><b>Fokus</b> Selbstbestimmung und -entfaltung, Gemeinwohlorientierung</p>	<p><b>Leitmotiv</b> „The best things in life aren't things“</p>	<p><b>Selbstbild</b> Gesellschaftliches Korrektiv</p>
<p><b>Affinität</b> Weltoffenheit, Selbstverwirklichung, Authentizität, Toleranz, Genuss, Kunst &amp; Kultur, Bildung, Solidarität, Verantwortung, Gemeinwohl, Nachhaltigkeit, Diversity</p>	<p><b>Aversion</b> Kleinbürgerliche Werte, Bevormundung, vulgärer Hedonismus, Homophobie, Sexismus, Fundamentalismus, Ideologien, Massenkonsum, Künstliches, Oberflächliches</p>	<p><b>Statement</b> „Ideal ist ein Beruf, in dem man ökologisches und soziales Engagement verwirklichen kann“</p>

# Postmaterielles Milieu Mediennutzung: Channels

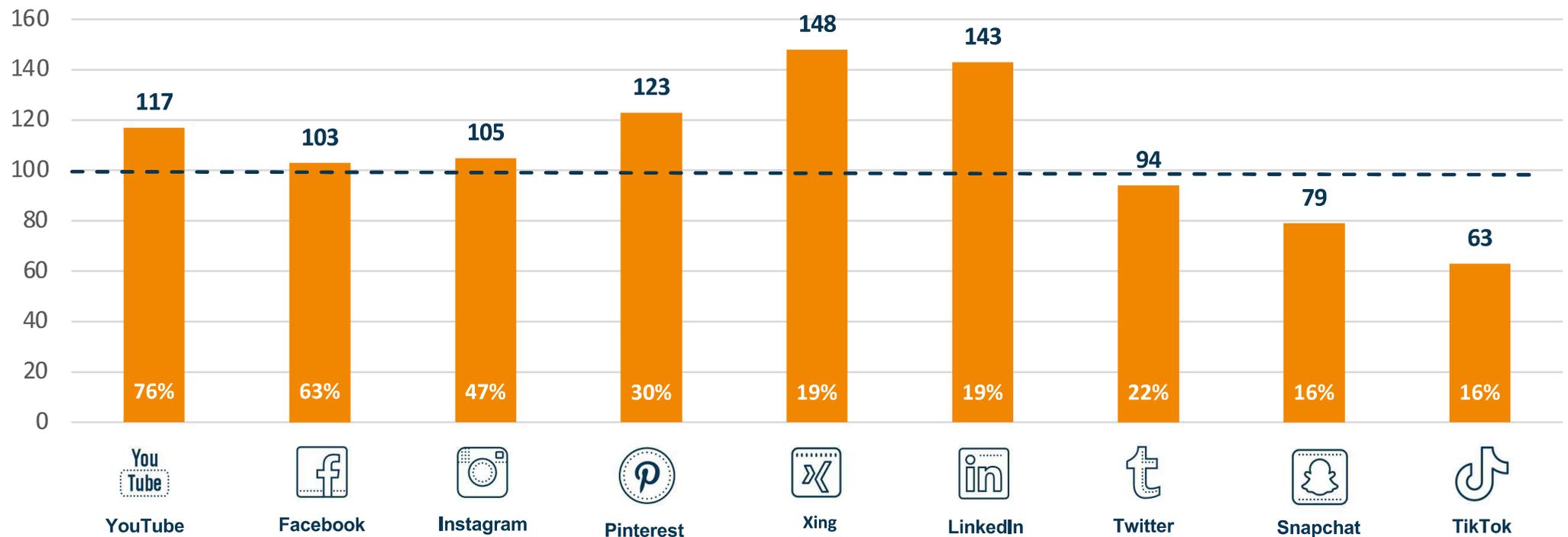
Affinität Index 100 = Ø, Anteil in %



Quelle: b4p 20221, Postmaterielles Milieu: N= 3.626 Fälle, Hochgerechnet auf 8,31 Mio. Menschen in DE

# Postmaterielles Milieu Mediennutzung: Social Media

Affinität Index 100 = Ø, Anteil in %

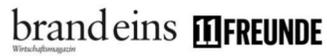


Quelle: b4p 2022I, Postmaterielles Milieu: N= 3.626 Fälle, Hochgerechnet auf 8,31 Mio. Menschen in DE

# Postmaterielles Milieu Media Brands

## Online Desktop

Top 5 nach Indexwert



Top 5 nach prozentualen Anteil



## Online Mobile

Top 5 nach Indexwert



Top 5 nach prozentualen Anteil



## Online Apps

Top 5 nach Indexwert



Top 5 nach prozentualen Anteil



Quelle: b4p 2022II, Postmaterielles Milieu mit Affinität für Aktivitäten in MV / Reiseabsichten\*: N= 156 Fälle, hochgerechnet auf 358 Tsd. Menschen in DE, bzgl. Deutschsprachiger Bevölkerung ab 14 Jahren (70,60 Mio.)

# Postmaterielles Milieu Media Brands

## Zeitungen

Top 5 nach Indexwert



Top 5 nach prozentualen Anteil



## Zeitschriften

Top 5 nach Indexwert



Top 5 nach prozentualen Anteil



## Radio

Top 5 nach Indexwert



Top 5 nach prozentualen Anteil



## Fernsehen

Top 5 nach Indexwert



Top 5 nach prozentualen Anteil



Quelle: b4p 2022II, Postmaterielles Milieu mit Affinität für Aktivitäten in MV / Reiseabsichten\*: N= 156 Fälle, hochgerechnet auf 358 Tsd. Menschen in DE, bzgl. Deutschsprachiger Bevölkerung ab 14 Jahren (70,60 Mio.)