

# Zielgruppenbeschreibung

Stand: August 2023

# Lieblingsgast

## Postmaterielles Milieu in MV\*

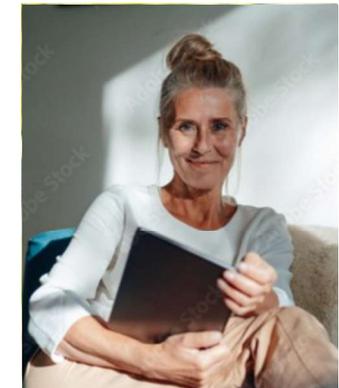
Jene, die den größten Anteil der touristischen Wertschöpfung generieren.

\* **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

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



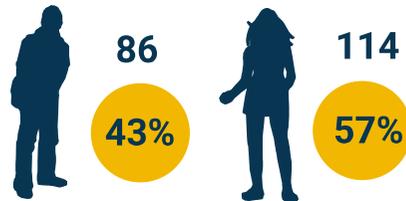
„Die engagiert-souveräne Bildungselite mit postmateriellen Wurzeln“

<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 Demografisch

## Soziodemographie

Affinität 100 = ø, Anteil in Prozent



3  
ø Personen  
im HH



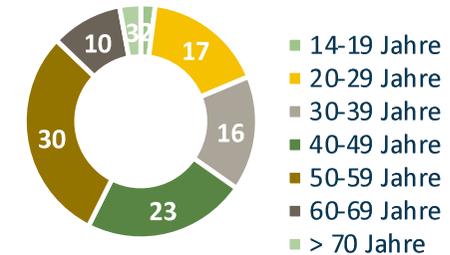
27%  
Ledig  
64%  
Verheiratet  
9%  
Sonstiges



81%  
Berufstätig  
10%  
In Ausbildung  
6%  
In Rente  
3%  
Sonstiges

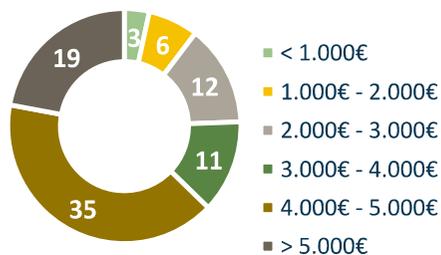
## Alter

Anteil in Prozent



## Haushaltsnettoeinkommen pro Monat

Anteil in Prozent



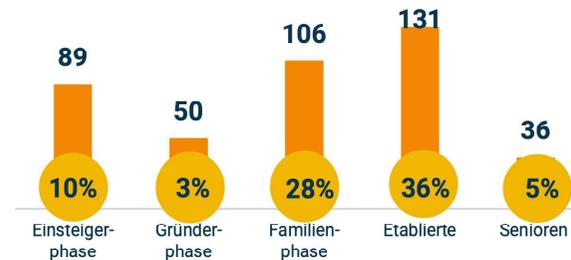
4.356€  
ø HHNE



549€  
ø Konsum-  
spielraum

## Lebensphase

Affinität / Interesse 100 = ø, Anteil in Prozent = tatsächliche Nutzung

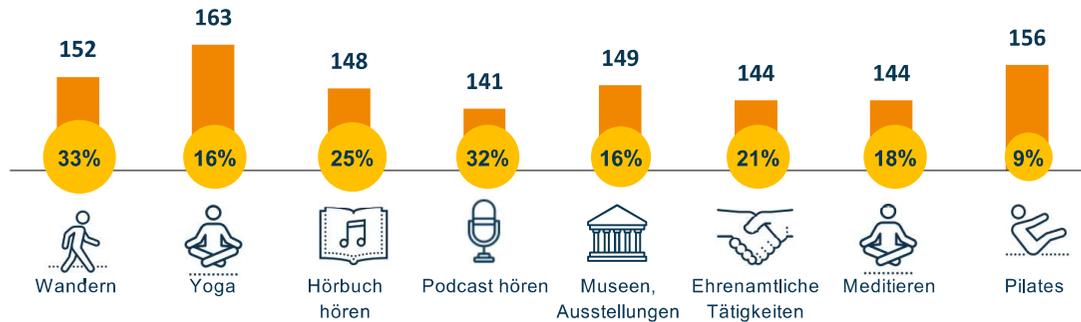


Quelle: b4p 2022II, Postmaterielles Milieu mit Affinität für Aktivitäten in MV / Reiseabsichten\*: N= 156 Fälle, hochgerechnet auf 358 Tsd. Menschen in DE, bzgl. Deutschsprachiger Bevölkerung ab 14 Jahren (70,60 Mio.)

# Postmaterielle Verhaltensmerkmale

## Häufige Freizeitbeschäftigungen

Nach Affinität /Interesse Index 100 = ∅ = tatsächliche Nutzung



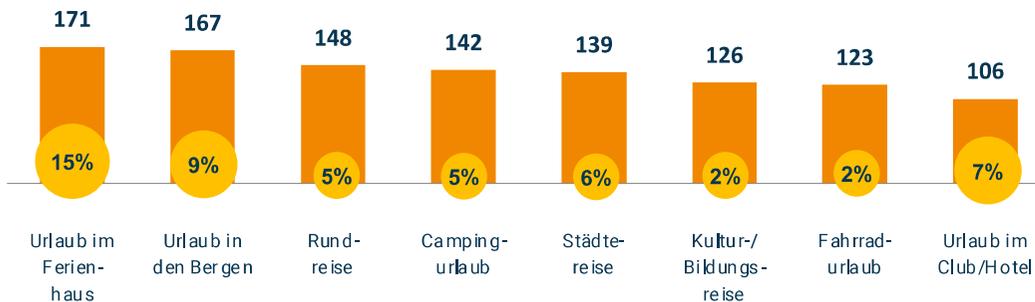
## Werteorientierung & Aspekte des Lebens

Nach Affinität /Interesse Index 100 = ∅ = tatsächliche Nutzung



## Top geplante Urlaubsreisen in den nächsten 12 Monaten

Nach Affinität /Interesse Index 100 = ∅ = tatsächliche Nutzung



Quelle: b4p 2021, Postmaterielles Milieu: N= 3.626 Fälle, Hochgerechnet auf 8,31 Mio. Menschen in DE

# Postmaterielles Milieu Wohnwelten „Engagiert-souveräne Bildungselite mit postmateriellen Wurzeln“



Quelle: Adobe Stock

# Postmaterielles Milieu Konsumverhalten „Engagiert-souveräne Bildungselite mit postmateriellen Wurzeln“



Quelle: Adobe Stock