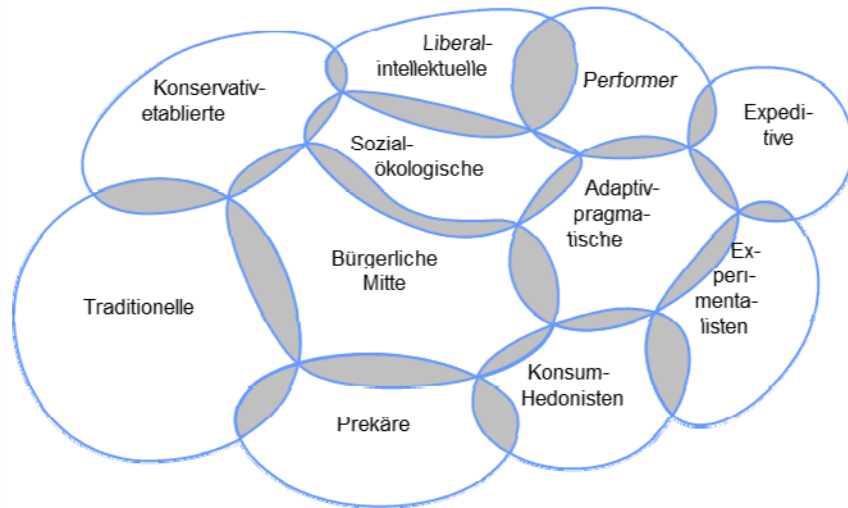


Die Milieus im Taschenformat



Ein erster Blick in das vhw-Kommunikationshandbuch

vhw – Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e.V.

Stärkung lokaler Demokratie durch
STÄDTENETZWERK bürgernorientierte
integratede Stadtentwicklung
mehr wissen mehr wagen mehr Dialog!



vhw-

Kommunikationshandbuch

Ziel des vhw-Kommunikationshandbuchs ist es, im Rahmen des Städtenetzwerks „Stärkung lokaler Demokratie durch bürgernorientierte integrierte Stadtentwicklung“ die kommunikative und partizipative Vielfalt der Stadtgesellschaft besser verstehen und für die Bürgerbeteiligung im Handlungsfeld Stadtentwicklung und Wohnen nutzbar machen zu können.

Anbei finden Sie einen **ersten Einblick in die zu erwartenden Ergebnisse** des vhw-Kommunikationshandbuchs: Ein Set an Milieukarten zu vorerst zwei Milieus. In der kommenden Ausgabe der vhw-Verbandszeitschrift Forum Wohnen und Stadtentwicklung 06/2011 werden Sie im Kontext des vhw-Kommunikationshandbuchs zudem folgenden Beitrag finden: Talkshow statt Teilhabe? Ein lebensweltlicher Blick auf die Kommunikationskultur der Stadtgesellschaft.

Ankündigung und erster Einblick

Milieukarten zu den Prekären und den Expeditiven

© vhw e.V. 2011

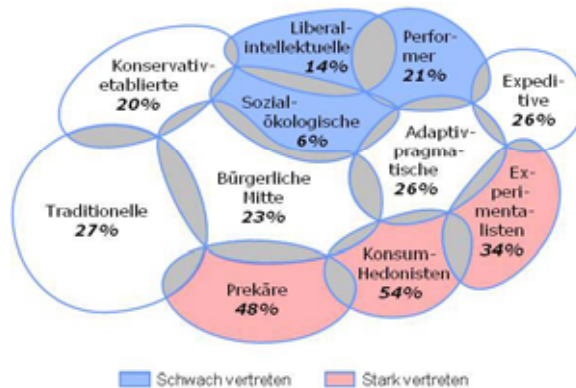
Ankündigung und erster Einblick

Haben Sie Fragen? Ihre Ansprechpartner beim vhw:

Sebastian Beck (SBeck@vhw.de) und Stefanie Gutknecht (SGutknecht@vhw.de)

vhw- Kommunikationshandbuch

Fühle mich bei Engagierten nicht willkommen
Ø 28%



Partizipation und Engagement sind in der Regel auf die bildungs-bürgerlichen Milieus der Mittelschichten verengt. Aufgabe ist es, Partizipations- und Engagementzugänge aufzuzeigen und entsprechende Kommunikationsstrategien zu entwickeln, die eine inklusive, d.h. über das Spektrum aller Milieus einbeziehende Bürgergesellschaft hinweg zu ermöglichen. Das bedeutet soziokulturelle Distanzen abzubauen – auf beiden Seiten: bei den Engagierten und bei den (noch) nicht Engagierten. Der Status Quo zeigt z.B. deutlich, dass sich insbesondere die modernen kreativen wie auch prekären Milieus derzeit im Umfeld der Engagierten nicht wirklich willkommen fühlen (siehe Grafik).

© vhw e.V. 2011

Ankündigung und erster Einblick

Haben Sie Fragen? Ihre Ansprechpartner beim vhw:

Sebastian Beck (SBeck@vhw.de) und Stefanie Gutknecht (SGutknecht@vhw.de)

Die Milieus im Taschenformat

Was ist ein Milieu? Ein Milieu beschreibt eine Gruppe von Menschen, die sich in Lebensweise und Lebensauffassung ähneln. Sie sind eine Kombination von Sozialstruktur und Soziodemografie. 2010 gab es ein Modell-Update. Die hier verwendeten aktuellen Sinus-Milieus finden Sie auch unter: www.sinus-institut.de

Warum Milieus in der Stadtentwicklung? Die Milieus ermöglichen einen ganzheitlichen Blick auf die Bürger der Stadtgesellschaft. Mit ihnen lassen sich unterschiedliche kommunikativen Zugänge beschreiben und Potenziale, Präferenzen und Handlungsoptionen in den unterschiedlichen Bereichen der Stadtentwicklung aufzeigen.

Wie erreichen wir wirklich alle Bürger, wie spreche ich welche Milieus an? Das sind die leitenden Fragen des Kommunikationshandbuchs. Sein Aufbau wird den Spagat wagen, ein grundlegendes Verständnis für die Milieus zu schaffen sowie die Themen der Integrierten Stadtentwicklung und die Anforderungen an die Bürgerbeteiligung milieuspezifisch zu beleuchten. Dieses Wissen zielt darauf ab, die Kommunikation mit den Milieus im Beteiligungsprozess zu verbessern.

Damit wird für die **bevorstehende Dialogphase** mit den Städten im Rahmen des Städtetzwerkes eine fundierte Arbeitsgrundlage für milieuorientierte Dialoge zur Verfügung gestellt. Gleichwohl gilt: ein Handbuch bleibt ein Handbuch. Für passgenaue Handlungsstrategien wird es mit Unterstützung des vhw und dessen Partnern an die jeweilige Situation angepasst werden müssen.

© vhw e.V. 2011

Ankündigung und erster Einblick

Haben Sie Fragen? Ihre Ansprechpartner beim vhw:

Sebastian Beck (SBeck@vhw.de) und Stefanie Gutknecht (SGutknecht@vhw.de)

Prekäres Milieu



© vhw e.V. 2011

Prekäres Milieu

- Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahre**
 - 9% - 6,3 Mio.
- Geschlechterverteilung**
 - 56% Männer
 - 44% Frauen
- Alter:**
 - Altersschwerpunkt zwischen 40 und 59 Jahren
- Bildung**
 - Oft einfache formale Bildung: Hauptschulabschluss (teilweise ohne Lehre)
- Berufe**
 - Viele Arbeiter und Facharbeiter, einfache Angestellte und Beamte
- Familienstand**
 - Der Großteil ist verheiratet (51%), gut ein Viertel lebt ohne Partner (geschieden/ getrennt, verwitwet), viele haben Kinder

Quelle: Typologie der Wünsche 2011 III, Basis: 20.129 Fälle

© vhw e.V. 2011

Soziodemografie

Einstellungen

Alltagswelt

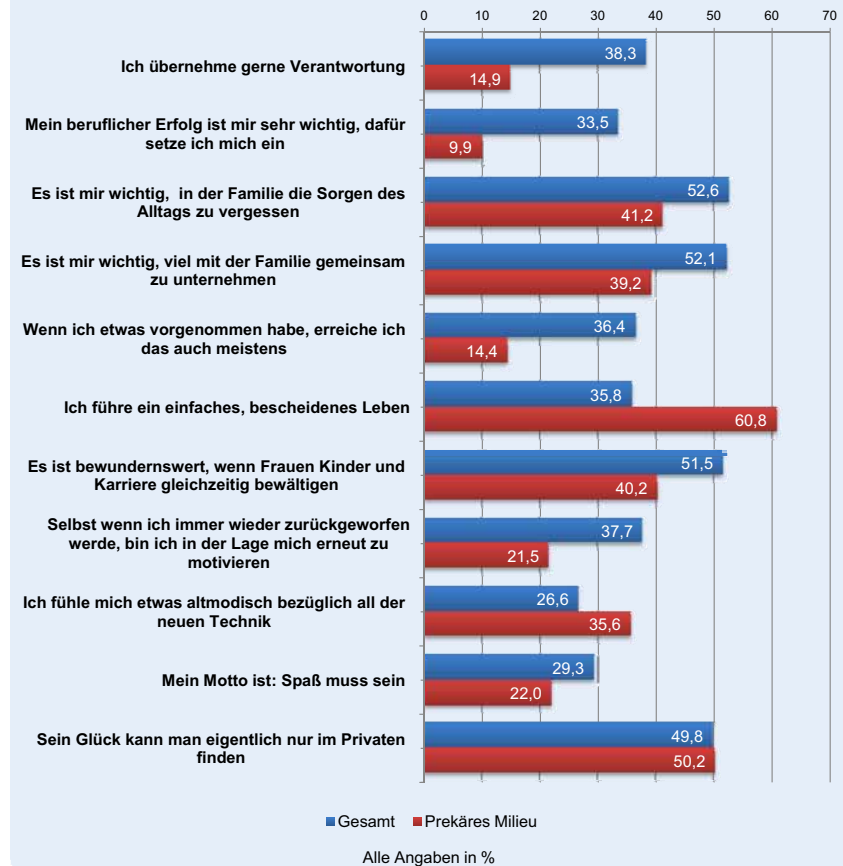
Kommunikation

Prekäres Milieu



© vhw e.V. 2011

Prekäres Milieu



© vhw e.V. 2011

Soziodemografie

Einstellungen

Alltagswelt

Kommunikation

Quelle: Typologie der Wünsche 2011 III, Basis: 20.129 Fälle

Prekäres Milieu



Prekäres Milieu

Die Teilhabe und Orientierung suchende Unterschicht mit starken Zukunftsängsten und Ressentiments: Bemüht, Anschluss zu halten an die Konsumstandards der breiten Mitte als Kompensationsversuch sozialer Benachteiligungen; geringe Aufstiegsperspektiven und delegative / reaktive Grundhaltung, Rückzug ins eigene soziale Umfeld.

(Quelle: Sinus Sociovision 2011)

© vhw e.V. 2011

Soziodemografie

Einstellungen

Alltagswelt

Kommunikation

Prekäres Milieu



© vhw e.V. 2011

Prekäres Milieu

JA

- Zuhören und „Abholen“
- Trennung von Sach- und Beziehungsebene
- Praktisch sein und bleiben, Abstraktion übernehmen
- Auf Vermeidungsverhalten positiv reagieren
- „Geschützten Raum“ bieten
- Interessen und Wünsche in den Vordergrund stellen: „Was wünscht ihr euch?“
- An Routinen anknüpfen: „Wo können wir unterstützen?“
- Inhaltliche Trennung
- Alternativen und deren Konsequenzen aufzeigen

NEIN

- Belehren: „Das ist so und das wird so gemacht!“
- Theoretisieren und Abstrahieren
- Stigmatisieren und ausgrenzen: „Ihr seid anders“
- „Offensichtliche ungleiche“ Behandlung
- Ohnmacht zum Veto werden lassen – Entscheidungen wie „höhere Gewalt“ oder Schicksal erscheinen lassen
- Viele Themen und Themenbereiche auf einmal behandeln
- Widersprüchlichkeiten und Defizite aufzeigen und direkt problematisieren

© vhw e.V. 2011

Soziodemografie

Einstellungen

Alltagswelt

Kommunikation

Expeditives Milieu



Expeditives Milieu

Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahre

- 6,3% - 4,4 Mio.

Geschlechterverteilung

- Männer: 60,3%
- Frauen: 39,7%

Alter:

- Der Altersschwerpunkt liegt bei 18 bis 29 Jahren – ca. 85% sind jünger als 40 Jahre

Bildung

- Hoher Anteil an Schülern (23,2%)
- Überdurchschnittlich viele haben (Fach-) Hochschulreife bzw. Abitur

Berufe

- 47,4% in Ausbildung (Schüler, Lehrling, Student), berufliche Schwerpunkte noch nicht ausgeprägt

Familienstand

- 63% sind ledig und leben ohne Partner im Haushalt, ca. 21% haben eigene Kinder

Quelle: Typologie der Wünsche 2011 III, Basis: 20.129 Fälle

© vhw e.V. 2011

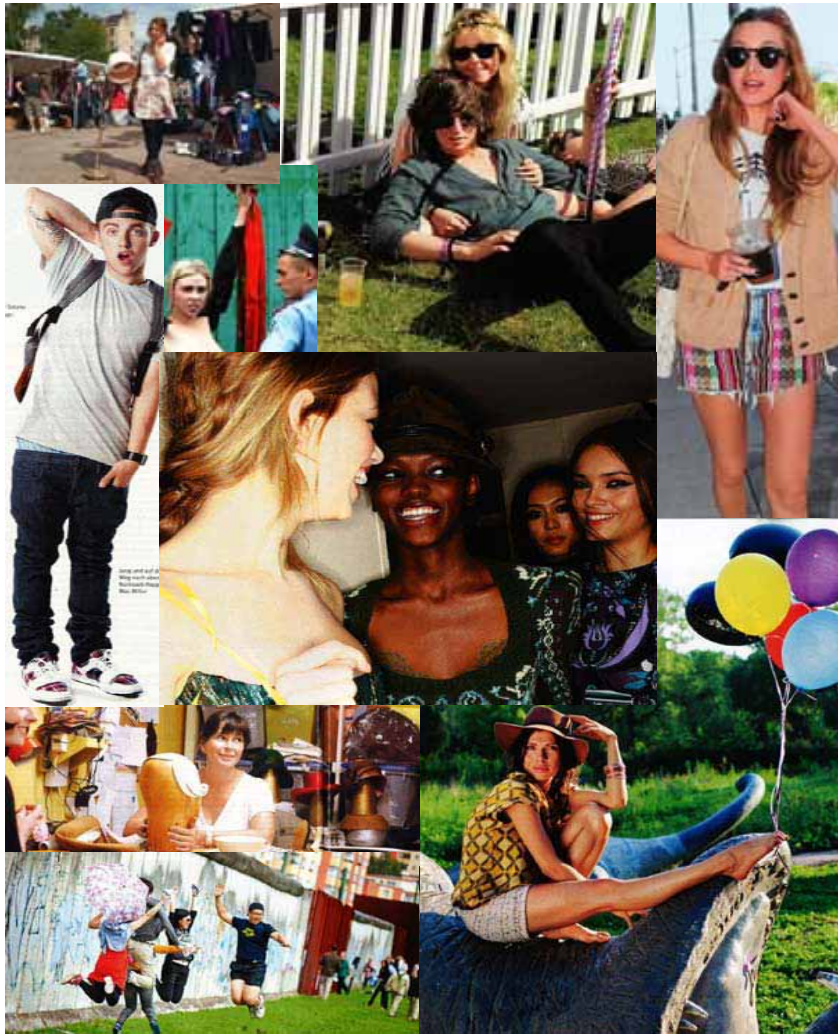
Soziodemografie

Einstellungen

Alltagswelt

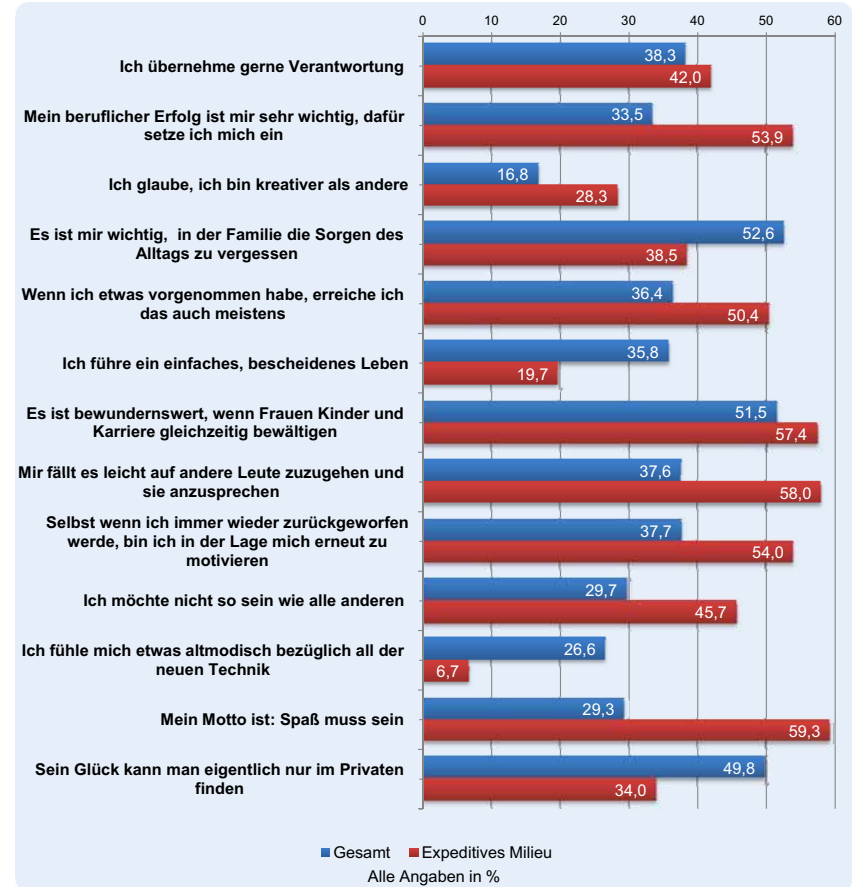
Kommunikation

Expeditives Milieu



© vhw e.V. 2011

Expeditives Milieu



© vhw e.V. 2011

Soziodemografie

Einstellungen

Alltagswelt

Kommunikation

Quelle: Typologie der Wünsche 2011 III, Basis: 20.129 Fälle

Expeditives Milieu



© vhw e.V. 2011

Expeditives Milieu

Die stark individualistisch geprägte digitale Avantgarde: unkonventionell, kreativ, mental und geografisch mobil und immer auf der Suche nach neuen Grenzen und nach Veränderung.

(Quelle: Sinus Sociovision 2011)

© vhw e.V. 2011

Soziodemografie

Einstellungen

Alltagswelt

Kommunikation

Expeditives Milieu



„Vergangenheit ist OVER!!!“

Wie wichtig
Geld ist

W
Wenn (ein)gerade Lust hat
nach helles Licht ist, aber sich
nicht gefühl haben, die ganze Sonntag
gibt die Freiheit im Bahntand nach
das die Top-News in diesem Jahre über
den Euro-Wahlkampf. Twitter „ist
ist keine Information ... auch“
„Es ist keine Statistik und Teil eines
sozialen, Gemeinschafts, das nur ein
Teil davon ist. Es ist notwendig zu werden
nach dem Ende eines Karrieres heute die
meiste Wunderland sich als Sportkom-
mentar und Taktik der Gastgeber ver-
weicht, selbst nach Twitter für Kubel eine

Sind wir
wirklich frei?

© vhw e.V. 2011

Expeditives Milieu

JA

- Erreichbarkeit: „Auf vielen Kanälen schießen“ – neue Kommunikations-Kanäle erschließen
- Flexibilität, Kurzfristigkeit, Dynamik und Mobilität „be- und ausnutzen“
- Mitgestalten lassen – inhaltlich, thematisch
- „Zur Sache kommen“ – nicht um den heißen Brei reden
- Anerkennung zeigen und kommunizieren
- Inhaltlich und thematisch gut vorbereiten – Diskussionen zulassen und Flexibilität üben
- Transparenz – sowohl inhaltlich als auch in der Positionierung

NEIN

- „Grenzenloses“ Commitment verlangen und erwarten
- Belehren mit gutgemeinten „von-oben-herab“ Ratschlägen
- Ideologisches Vorgehen
- „Das haben wir schon immer so gemacht“
- Neue Kommunikations-Kanäle nutzen ohne Konsequenzen zu bedenken (z.B. Web 2.0)
- Langeweile verursachen, z.B. durch Alternativlosigkeit, fehlende Sinnhaftigkeit
- An „harten Fakten“ festhalten, den eigentlichen Kern des Themas aber meiden

© vhw e.V. 2011

Soziodemografie

Einstellungen

Alltagswelt

Kommunikation

Prekäres Milieu

Bildquellen

Zeitungen und Zeitschriften

- Auto Motor und Sport, Heft 19/ 25.August 2011
- AutoBild, Nr.34/ 26.08.2011
- Das Neue Blatt, Nr. 37, 07.09.2011
- Das Neue Blatt, Nr. 38, 14.09.2011
- Der Spiegel, Nr. 34, 22.08.2011
- Der Spiegel, Nr.36, 05.09.2011
- Der Spiegel, Nr.37, 12.09.2011
- Der Spiegel, Nr.38, 19.09.2011
- Mein schöner Garten, September 2011
- SportBild, 17.07.2011
- Viel Spass zum kleinen Preis, Nr. 36, 31.08.2011
- Zitty Berlin, Heft 19, 2011, 08.09.2011
- Zitty Berlin, Heft 20, 2011, 20.09.11

Internet

- <http://www.sueddeutsche.de/karriere/studie-zu-jungen-arbeitnehmern-generation-prekaer-1.1013069> [07.12.2011]
- http://www.wuv.de/nachrichten/medien/esc_2012_cindy_aus_marzahn_will_die_neue_lena_werden [07.12.2011]
- http://www.n24.de/news/newsitem_5655417.html [07.12.2011]
- <http://www.bz-berlin.de/aktuell/berlin/krise-in-den-eckkneipen-article430363.html> [07.12.2011]

Bildquellen

© vhw e.V. 2011

Expeditives Milieu

Bildquellen

Zeitungen und Zeitschriften

- Cosmopolitan, September 2011
- Der Spiegel, Nr. 37/ 12.09.2011
- Der Spiegel, Nr. 38/ 19.09.2011
- Grazia, Nr. 36/ 01.09.2011
- Grazia, Nr. 38/ 15.09.2011
- InStyle, September 2011
- Maxi, Oktober 2011
- OK Magazin, Nr. 37/ 08.09.2011
- OK Magazin, Nr. 38/ 15.09.2011
- Zitty Berlin, Heft 19, 2011, 08.09.2011
- Zitty Berlin, Heft 20, 2011, 20.09.11

Internet

- <http://twitter.com/about/resources/logos> [19.12.2011]
- <http://blog.xeit.ch/2011/05/facebook-wurm-nur-chuck-norris-kann-sehen-wer-auf-deinem-profil-war/facebook-logo/> [19.12.2011]

Bildquellen

© vhw e.V. 2011