

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Einführung</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Milieus und Lebensstile</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Milieubeschreibungen</b>	<b>8</b>
3.1	Konservativ-Etablierte – „Seriosität, Verantwortung, Zuverlässigkeit“	8
3.2	Liberal-Intellektuelle – „Bildung und Wissen sind meine Statussymbole“	9
3.3	Performer – „Mein Job ist mein Leben!“ – „Einfach mal machen!“	11
3.4	Expeditiv – „Was kostet die Welt?“ – „Ich mach mein Ding“	12
3.5	Experimentalisten – „Nur tote Fische schwimmen mit dem Strom“	13
3.6	Sozial-Ökologische – „Dann haue ich auch auf den Tisch!“	14
3.7	Bürgerliche Mitte – „In vielen Situationen will ich kein Risiko eingehen“	15
3.8	Adaptiv-Pragmatische – „Eigentlich kann ich mich überall gut einfügen“	16
3.9	Traditionelle – „Etwas mehr Beständigkeit würde ich mir schon wünschen“	17
3.10	Prekäre – „Das Leben ist nicht einfach“	18
3.11	Konsum-Hedonisten – „Ich möchte einfach Spaß haben“	19
<b>4</b>	<b>Grundlegende Bausteine der Kommunikation</b>	<b>21</b>
4.1	Was braucht man für eine wirksame Kommunikation	21
4.2	Anlass, Ziel, Rahmenbedingungen und Herausforderungen	21
4.3	Konzeption der Kommunikationsmaßnahme	22
4.3.1	„Kommunikatoren“ - oder: Wer agiert?	22
4.3.2	„Zielgruppe“ – oder: Wen gilt es zu erreichen?	23
4.3.3	„Botschaft“ – oder: Was soll rüberkommen?	26
4.3.4	„Reaktion“ – oder: Was soll zurückkommen? Was kommt zurück?	26
4.3.5	„Kommunikationsplan“ – oder: Das passende Menü!	27
<b>5</b>	<b>Medien und Maßnahmen</b>	<b>28</b>
5.1	Warum beteiligen sich manche Milieus mehr als andere?	28
5.2	Maßnahmen und Methoden zur Ansprache unterschiedlicher Milieus	28
5.2.1	Qualitative Einzelinterviews	29
5.2.2	Telefonische Interviews	29
5.2.3	Gruppendiskussionen	30
5.2.4	Experteninterviews	30
5.2.5	Interviews über kulturelle Mittlerinnen und Mittler	31
5.3	Medien – Nutzung und Präferenzen	32
5.3.1	Milieuspezifische Präferenzen	32
5.3.2	Fazit: Was heißt das für Sie?	35
<b>6</b>	<b>Anhang</b>	<b>37</b>
<b>7</b>	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>39</b>