

**Sinus-Milieus in Deutschland.**  
**Ein Vergleich von Mediennutzung und Alltagsästhetik**

von M. D. Schuster

<b>Inhaltsangabe</b>	<b>Seite</b>
<b>Einleitung</b>	3
<b>1. Grundlagen</b>	4
1.1 Kulturelles Kapital	4
1.2 Soziale Milieus	4
1.3 Sinus-Milieus in Deutschland	4
1.4 Alltagsästhetik	5
1.5 Medien, Mediennutzung und Medienbildung	6
<b>2. Subjektentwicklung in Medienkontexten der Sinus-Milieus</b>	6
2.1 Welt-Mensch-Beziehung	6
2.2 Beziehung zwischen Sinus-Milieu und Alltagsästhetik sowie Mediennutzung	6
<b>3. Mediale Beziehungen in den Sinus Milieus</b>	
– <b>Milieu-Zugehörigkeit, Alltagsästhetik und Mediennutzung</b>	7
3.1 Das Milieu der Bürgerlichen Mitte	7
3.2 Das Hedonistische Milieu	9
3.3 Das Konservativ-Etablierte Milieu	10
3.4 Das Liberal-Intellektuelle Milieu	12
3.5 Das Prekäre Milieu	13
3.6 Das Sozialökologische Milieu	15
3.7 Das Traditionelle Milieu	17
<b>4. Folgen für die Medienbildung,     Ausblicke für die Bildungswissenschaft</b>	18
Literaturverzeichnis	20
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	
Abb. 1: Graphische Darstellung „Die Sinus-Milieus in Deutschland 2010“ (Sinus-Institut 2010)	4
Abb. 2: Bezeichnungen der Sinus-Milieus vor und nach 2010 sowie ihre Verwendung in diesem Aufsatz (modifiziert nach: Sinus-Institut 2010 und Sinus-Institut 2009)	5
Abb. 3: Garten Bürgerliche Mitte. Familienoase mit Kinderspielplatz	7
Abb. 4: Wohnzimmer Bürgerliche Mitte	8
Abb. 5: Wohnzimmer Bürgerliche Mitte. Gemütlichkeit mit Kinderspielzeug und Hunden	8
Abb. 6: Küche Konservativ-Etabliertes Milieu	10
Abb. 7: Konservativ-Etabliertes Milieu. Übergang vom Ess- zum Wohnzimmer	11
Abb. 8: Wohnzimmer Prekäres Milieu	13
Abb. 9: Wohnzimmer Prekäres Milieu mit Blick in die Küche	14
Abb. 10: Wohnzimmer Prekäres Milieu. Dekoration mit Stilmix	14
Abb. 11: Küche Sozialökologisches Milieu. Präsentation einer gesundheitsbewussten Ernährung	15
Abb. 12: Musikzimmer Sozialökologisches Milieu mit Motto „Lebe deinen Traum“ auf den Regalen	16
Abb. 13: Musikzimmer Sozialökologisches Milieu	16

## Einleitung

Vor dem Hintergrund der Marxschen Klassentheorie entwickelte der französische Soziologe Pierre Bourdieu sein empirisch gestütztes Klassenmodell, das „nicht nur auf objektiven Kapitalausstattungen der Individuen auf[baut]. Von entscheidender Bedeutung ist das Handeln der Akteure, welches in eine Theorie klassenspezifischer kultureller Praktiken integriert wird. Bourdieus Klassentheorie ist damit auch eine Klassifizierungstheorie.“ (Schilcher: 67). Bourdieu arbeitete die Bedeutung heraus, die „kulturelles Kapital“ (Bourdieu: 410), sowie die Klassifizierbarkeit durch Geschmack haben, und ermöglichte somit stärkere Differenzierbarkeit gesellschaftlicher Gruppen und ihrer internen wie externen Verhältnisse; kulturelles Verhalten und Gewohnheiten erscheinen gleichzeitig als Standortangaben und als Standortreproduktionen im gesellschaftlichem Umfeld. „Nicht nur jede kulturelle Praxis (der Besuch von Museen, Ausstellungen, Konzerten, die Lektüre, usw.), auch die Präferenz für eine bestimmte Literatur, ein bestimmtes Theater, eine bestimmte Musik erweisen ihren engen Zusammenhang primär mit dem Ausbildungsgrad, sekundär mit der sozialen Herkunft. [...] Deshalb auch bietet sich Geschmack als bevorzugtes Merkmal von ‚Klasse‘ an.“ (Bourdieu: 17 f.) Damit ebnete Bourdieu den Weg für eine Fülle von „Milieu- und Lebensstilanalysen, die sich in der deutschen Sozialstrukturforschung in den [19]80er Jahren zunehmend ausbreiteten. [...] sie ordnen [...] die kulturelle Vielfalt (Werteorientierungen, Einstellungen, Verhaltensweisen, Interaktionen u.a.) nach bestimmten Mustern.“ (Geißler: 125). Obige Milieu-Modelle argumentieren teilweise im Widerspruch zu Klassen-, Schichtungs- und soziale Lagenmodellen, teilweise werden diese in ihre lebensweltlichen Sozialmilieus integriert. Den letztgenannten Milieu-Analysen lässt sich das Modell der Sinus-Milieus zuordnen, welches Plätze, Status sowie Bewegungen im gesellschaftlichen Kontext und „Ressourcen an kulturellem Kapital“ (Sinus-Institut 2008: 2) bestimmt. Im vorliegenden Text werden zunächst relevante Definitionen und Grundlagen sowie Aspekte der Subjektentwicklung in Medienkontexten der Sinus-Milieus einschließlich der Arbeitshypothese dieses Aufsatzes dargelegt. Dem folgen Kurzvorstellungen von Sinus-Milieus und eine Diskussion der Präferenzen ihrer Angehörigen in Alltagsästhetik und Mediennutzung sowie der Folgen für Medienbildung und Ausblicke für die Bildungswissenschaft, die sich daraus ergeben.

# 1. Definitionen und Grundlagen

## 1.1 Kulturelles Kapital

Hierunter sind in Anlehnung an Bourdieu „alle Kulturgüter und kulturellen Ressourcen zu verstehen, die dazu beitragen, dass in einem sozialen System [...] die Qualifikationen, Einstellungen und Wertorientierungen vermittelt werden, die zum Erfolg in einem sozialen System führen und dadurch zu seiner Bestandserhaltung beitragen.“ (Pisa Konsortium Deutschland: 139).

## 1.2 Soziale Milieus

Soziale Milieus, im Folgenden als Milieus bezeichnet, werden als „Gruppen Gleichgesinnter verstanden, die jeweils ähnliche Werthaltungen, Prinzipien der Lebensgestaltung, Beziehungen zu Mitmenschen und Mentalitäten aufweisen. [...] Diejenigen, die dem gleichen sozialen Milieu angehören, interpretieren und gestalten ihre Umwelt folglich in ähnlicher Weise und unterscheiden sich dadurch von anderen sozialen Milieus.“ (Hradil: 278).

## 1.3 Sinus-Milieus in Deutschland

Das vom Sinus-Institut entwickelte Milieu-Modell der Sinus-Milieus gruppiert „Menschen, die sich in ihrer Lebensauffassung und Lebensweise ähneln. Grundlegende Wertorientierungen gehen dabei ebenso in die Analyse ein wie Alltagseinstellungen [... Die Sinus-Milieus] rücken [...] den Menschen und das gesamte Bezugssystem seiner Lebenswelt ganzheitlich ins Blickfeld...“; erfasst wird die „deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren“ (MDG: 6, 25) in sowohl qualitativen als auch quantitativen Erhebungen.

Trotz eines ursprünglichen (und vom Sinus-Institut beibehaltenen) Schwerpunktes der Erforschung von Zielgruppen für strategisches Marketing, wird das Modell zunehmend auch im sozialwissenschaftlichen Bereich eingesetzt. Das Modell integriert sowohl die Konzeption von Schichten als auch die von sozialen Lagen. Zwischen den Milieus werden Übergänge und Berührungsbereiche eingeräumt, die als Überlappungen ebenso in der sogenannten Kartoffelgrafik erscheinen wie die Positio-

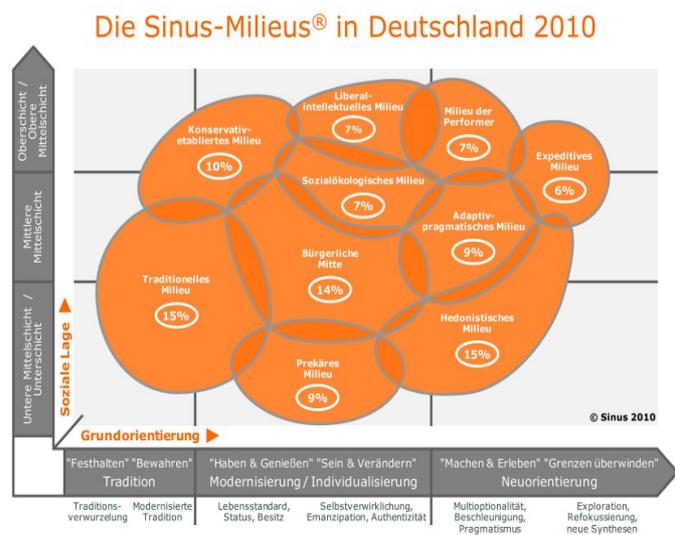


Abb. 1: Graphische Darstellung „Die Sinus-Milieus in Deutschland 2010“ (Sinus-Institut 2010)

nierung der Milieus hinsichtlich Schicht sowie „sozialer Lage und Grundorientierung [...] Je höher ein Milieu in dieser Grafik angesiedelt ist, desto gehobener sind Bildung, Einkommen und Berufsgruppe; je weiter rechts es positioniert ist, desto moderner ist die Grundorientierung.“ (MDG: 6). Das Sinus-Milieu-Modell wird häufig aktualisiert, wobei mitunter Milieubezeichnungen geändert werden, so auch im Jahr 2010. Da die verwendeten Daten zu Alltagsästhetik und Mediennutzung vorher erhoben wurden und keine vergleichbaren Quellen mit den neuen Milieubestimmungen vorliegen, wird an dieser Stelle eine Übersetzungsgrafik zur Verfügung gestellt.

Bezeichnung ab 2010	% der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 J.	Bezeichnung bis 2010	% der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 J.
Liberal-Intellektuelles Milieu	7	Etabliertes Milieu	10
Konservativ-Etabliertes Milieu	10	Konservatives Milieu	5
Sozialökologisches Milieu	7	Postmaterielles Milieu	10
Bürgerliche Mitte	15	Bürgerliche Mitte	14
Traditionelles Milieu	15	Traditionsverwurzeltes Milieu	14
Hedonistisches Milieu	11	Hedonistisches Milieu	15
Prekäres Milieu	12	Konsum-Materialistisches Milieu	9
<b>hier nicht diskutiert:</b>			
Performer	7	Moderne Performer	Anteil an 10
Expeditives Milieu	6	Moderne Performer	Anteil an 10
Adaptiv-Pragmatisches Milieu	9	–nicht bestimmt–	–
– entfallen –	–	Experimentalistisches Milieu	9
– entfallen –	–	DDR-Nostalgisches Milieu	4

Abb. 2: Bezeichnungen der Sinus-Milieus vor und nach 2010 sowie ihre Verwendung in diesem Aufsatz (modifiziert nach: Sinus-Institut 2010 und Sinus-Institut 2009)

Die Milieus der DDR-Nostalgischen und der Experimentalisten sind nach dem Update nicht mehr existent und werden deshalb hier nicht behandelt. Ebenso ermöglichen das Entstehen des neuen Milieus der „Adaptiv-Pragmatischen“ und die Teilung des Milieus der ehemaligen „Modernen Performer“ in „Performer“ und „Expeditive“ ohne neue Daten keine verlässlichen Aussagen und werden hier ebenfalls nicht diskutiert. Aus demselben Grund können keine Aussagen über die 2008 bestimmten „Migranten-Milieus in Deutschland“ (Sinus-Institut 2008: 1) gemacht werden: Differenzierte Daten zu Alltagsästhetik und Mediennutzung liegen derzeit noch nicht vor.

#### 1.4 Alltagsästhetik

Bachmair (2011) erklärt Alltagsästhetik als „die stilistische Ordnung von auf gemeinsame Ästhetik im Sinne von Design ausgerichteten Konsumangeboten und Lebensweisen.“ (Bachmair: 6). Im Rahmen dieses Aufsatzes steht Alltagsästhetik als interner wie externer gruppenkommunikativer Aspekt im Vordergrund.

## **1.5 Medien, Mediennutzung und Medienbildung**

In Anlehnung an Glameyer (2011), werden hier Medien als jedwede Mittel menschlicher Kommunikation verstanden (Glameyer: 44 f.). Nach Bachmair (2011) sind „Medien, allgemeiner formuliert: Zeichen- und Mediensysteme [...] an gemeinsame Inhalte und Bedeutungen gebunden, die immer etwas Gemeinsames in einer Gesellschaft und Kultur voraussetzen, nämlich die gemeinsam geteilten Bedeutungen.“ (Bachmair: 59). Dieser Aufsatz beschäftigt sich mit menschlicher Nutzung von und mit der Bildung durch Medien. Mediennutzung wird hier als die Nutzung von alltäglichen Medienangeboten verstanden, insbesondere von Printmedien, Fernsehangeboten und digitalen Medien, diese mit dem Schwerpunkt Internet. Medienbildung bezeichnet hier „Bildung im Sinne einer Mensch-Welt-Beziehung“ (Bachmair: 61) mithilfe von Medien, wobei schwerpunktmäßig der Aspekt der Selbstvergewisserung im sozialen Milieu betrachtet werden soll.

## **2. Subjektentwicklung in Medienkontexten der Sinus-Milieus**

### **2.1 Welt-Mensch-Beziehung**

In seiner Modellpräsentation „der Subjektentwicklung in Medienkontexten“ überträgt Bachmair (2011) die Relevanz von Medien in den Beziehungen von Kindern zur eigenen Innenwelt, der sozialen Umwelt, zur faktischen Welt der Dinge und zur Welt der Kultur auf die „Subjekt-Objekt-Beziehung von Mensch und Welt“ (Bachmair: 60). Menschen agieren aktiv gestaltend mithilfe von Medien in und interagieren mit ihrer Umgebung und sind damit kommunizierend tätig, auch und insbesondere im sozialen Bereich. „Bildung im Sinne einer Mensch-Welt-Beziehung richtet sich auch auf die Art und Weise, wie Menschen mit Medien umgehen. [...] Menschen eignen sich Medien [...] sinnvoll und subjektiv perspektivisch an, zudem in konkreten sozialen sowie medial-intertextuellen Bezugfeldern.“ (Bachmair: 61).

### **2.2 Beziehungen zwischen Sinus-Milieu und Alltagsästhetik sowie Mediennutzung**

In diesem Aufsatz soll der Frage nach Beziehungen in Sinus-Milieus in Bezug auf Alltagsästhetik und Mediennutzung der Milieu-Zugehörigen nachgegangen werden; zudem der nach Folgen für die Medienbildung und welche Ausblicke sich dadurch für die Bildungswissenschaft ergeben. Es wird die Arbeitshypothese aufgestellt, dass sich Angehörige der Sinus-Milieus im Rahmen der „Welt-Mensch-Beziehung“ durch Alltagsästhetik und Mediennutzung kommunizierend gegenüber anderen Milieus abgrenzen oder sich ihnen annähern sowie sich innerhalb des eigenen Milieus rückversichern und so die eigene Milieuidentität stabilisieren.

### 3. Mediale Beziehungen in den Sinus Milieus – Milieu-Zugehörigkeit, Alltagsästhetik und Mediennutzung

#### 3.1 Das Milieu der Bürgerlichen Mitte

Die Bürgerliche Mitte hat das starke Bedürfnis nach gut gesicherten Verhältnissen, nach Gleichgewicht von Arbeit und Freizeit und einem harmonischen privaten Umfeld (Sinus-Institut 2007: 18). Das ehemals aufstiegsorientierte Milieu konzentriert sich heute auf die Förderung der Kinder sowie auf das Verhindern des eigenen Abstieges (MDG: 215 f.) und hat die Neigung zur privaten Abschottung; die Freizeit wird gerne in Haus, Verein und Garten mit der Familie und im Freundeskreis verbracht. Soziale Kontakte werden gepflegt und zeigen starken Austausch über Häusliches, Kinder

und Beruf (Sinus-Institut 2007: 18, MDG: 208, 214). Vor dem Hintergrund zunehmender Abstiegsängste erhöhen Milieugehörige ihre Bemühungen, um die „Aufgaben zu meistern, die von Familie [und] Gesellschaft [...] gestellt werden.“ (MDG: 216). Gleichzeitig verstärken sie „Anstrengungen und Rituale der Abgrenzung nach unten“ (Sinus-Institut 2007: 18) und unterstützen oft neoliberale Ideen und Forderungen (MDG: 203). Die Bürgerliche Mitte



Abb. 3: Garten Bürgerliche Mitte. Familienoase mit Kinderspielplatz

ist geprägt von Konformitäts- und Anpassungswünschen, sie verortet sich in der Mitte der Gesellschaft und grenzt sich gegen Extremes einerseits, gegen Traditionsverhaftetes und Rückständiges andererseits ab (MDG: 207, 214). Der Altersschwerpunkt des Milieus liegt bei 30 bis 60 Jahren, oft kommen Mehr-Personen-Haushalte vor. Es dominieren qualifizierte mittlere Bildungsabschlüsse und mittlere Einkommen (Sinus-Institut 2007: 18).

Auf die Wohnkultur legt dieses Milieu großen Wert; repräsentative Gemütlichkeit soll Harmonie vermitteln, die Wohnung wird stark ausgeschmückt und fungiert als „warme[s] Nest“ (MDG: 206, 216). Das Sammeln materieller Statussymbole und das Streben nach immateriellem Prestige ergänzen einander (Sinus-Institut 2007: 18). Es herrscht prinzipiell der Wunsch nach Lebensqualität, Komfort und Genuss. Für Häusliches, Freizeit und die Kinder wurde gerne Geld ausgegeben (MDG: 206), angesichts bisheriger oder befürchteter finanzieller Einbußen, werden Ansprüche aber aktuell stark reduziert (Sinus-Institut 2007: 18).

Überdurchschnittlich bevorzugte Medien der Bürgerlichen Mitte sind Tageszeitungen (Sinus-Institut 2012: 3), insbesondere „Bild“. Thematisch häusliche Zeitschriften wie „Eltern“ und „Mein schöner Garten“ werden ebenfalls gerne gelesen, auch Frauenzeitschriften, etwa „Bild der Frau“ oder „Freundin“ (MDG: 209 f.). Im Milieuvvergleich sieht die Bürgerliche Mitte mit 254 Minuten pro Tag überdurchschnittlich viel fern – der bundesdeutsche Durchschnitt liegt bei 229 Minuten je Tag (Sinus-Institut 2007: 19). Es gibt in diesem Milieu kaum Vorlieben für bestimmte Fernsehsender, jedoch für



Abb. 4: Wohnzimmer Bürgerliche Mitte

deutsche Fiktion, für Reality-Sendungen sowie für solche mit Wohn-, Erziehungs- und Ernährungstipps. Hier spiegelt sich eine auch in den sozialen Kontakten beobachtbare Präferenz wieder.

Motivation für die Nutzung des Handys als Vorreiter des Einzugs digitaler Medien in den Haushalt war oft dessen „Nabelschnurfunktion“ für die Kinder; ein PC wurde häufig gekauft, damit die Kinder „mithalten können und auf die Zukunft vorbereitet“ sind (Sinus-Institut 2007: 19). Inzwischen hat die Bürgerliche Mitte die Vorteile digitaler Medien für sich entdeckt; es werden einfache alltagstaugliche Anwendungen und Geräte bevorzugt,



Abb. 5: Wohnzimmer Bürgerliche Mitte. Gemütlichkeit mit Kinderspielzeug und Hunden

bei ihrer Anschaffung orientiert man sich am Mainstream (s. ebenda). Bevorzugte Nutzungen des Internets sind Online-Kaufaktivitäten, Email-Versand und Informationsrecherchen (MDG: 213). Es werden Ängste geäußert, über das Internet „ausgespäht und abgezockt zu werden.“ (Sinus-Institut 2007: 19).

### 3.2 Das Hedonistische Milieu

Der Altersschwerpunkt des Milieus liegt bei unter 30 Jahren; einfache bis mittlere Formalbildung ist am häufigsten anzutreffen, oft sind Milieuangehörige noch in Schule oder Ausbildung, relativ viele andere haben keine abgeschlossene Berufsausbildung. Der Anteil von Personen ohne eigenes Einkommen ist vergleichsweise hoch, ein leichter Schwerpunkt liegt bei mittleren Haushaltseinkommen (Sinus-Institut 2007: 24). Es gibt viele Ledige, Singles und Alleinerziehende; Mehr-Personen-Haushalte sind leicht überrepräsentiert (MDG: 297).

Dieses Milieu sucht nach Spaß, Kommunikation, Bewegung und Reibungsfläche und träumt gleichzeitig von intakten sozialen Bindungen, ohne diese lange zu ertragen. Ein Hauptmotiv ist, in Spannung zu bleiben, weswegen wechselnde Reize gesucht werden: Streit, Versöhnung, Tabuverletzungen, verspielte Dekorationen, Hardrockbands (MDG: 295, 309, 298). Freizeit wird als eigentlicher Lebensraum verstanden; Ausbrüche aus täglichen Routinen und das Leben in Subkulturen befriedigen das Bedürfnis danach, authentisch, frei und anders als andere zu sein. Erwerbsarbeit dient fast ausschließlich dem Zweck, Geld für das Lebensziel der Selbstverwirklichung zu verdienen (MDG: 300, 308). Viele führen deshalb ein regelrechtes Doppelleben mit angepasstem Berufsalltag und exzessiven Freizeitaktivitäten (Sinus-Institut 2007: 24). Oft gibt es auch Underdog-/ Versagensgefühle bei gleichzeitiger Ablehnung bürgerlicher Lebensstile („Spießer“) und aggressiver Abgrenzung gegen „Bonzen“ einerseits und „Ausländer“ sowie „Sozialschmarotzer“ andererseits (MDG: 295). Krisen wird mit Verdrängung begegnet, bei absoluter Gegenwartsorientierung kommt Lebensplanung kaum vor (Sinus-Institut 2007: 24), man hat „Lust am Spontanen, Anstößigen und Exzessiven“ (MDG: 299). „Die eigene (innere) Distanz zu sozialen Regeln wird als [...] persönliche Unabhängigkeit gedeutet“ (s. ebenda).

Wichtige Ansprüche bestehen in Originalität, Unverwechselbarkeit und Ich-Bezug: Möbel werden oft selbst gebaut, Dekorationen – teilweise kindlich-verspielte Arrangements auch bei Älteren, teilweise auffällig ausgefallene – selbst gebastelt. Gewolltes Chaos sowie Piercings und Tattoos demonstrieren Stilprotest wie auch Spaß an Unangepasstheit und Provokation (MDG: 298). Konsumreizen wird spontan nachgegeben, ohne zu eruieren, ob sie finanzierbar sind (Sinus-Institut 2007: 24). Durch eine ritualisierte und sich ständig wandelnde Subkultursprache (z.B. „alke“, „Konzi“, „phat“), erfolgt die Vergewisserung, derselben Gruppe anzugehören, ebenso wie Abgrenzung von anderen Milieus (MDG: 306).

Im Hedonistischen Milieu werden Internet und PC überdurchschnittlich oft genutzt, gefolgt von einer Vorliebe für Kinogänge und Hörbücher (Sinus 2012: 4). Auffällig ist, dass unter den präferierten Printmedien keine Tageszeitungen erscheinen. Stattdessen werden Programm- und Jugendzeitschriften (z.B. „TV Movie“, „Bravo“) und Lifestyle-Magazine wie „Fit for fun“ genannt. Offen wird hier

auch die Nutzung von Erotik-Zeitschriften („Praline“) angegeben (MDG: 301). Mit einer durchschnittlichen täglichen Fernsehdauer von 243 Minuten pro Tag liegt das Milieu im Milieuvvergleich im mittleren bis leicht überdurchschnittlichen Bereich. Hier werden kein Sender und kein Genre besonders stark präferiert, „Unterhaltung ist die Devise“ (Sinus-Institut 2007: 25). Die berufliche Nutzung digitaler Medien spielt in diesem Milieu kaum eine Rolle (s. ebenda); Kontaktpflege im Freundeskreis über Handy, SMS, Emails und Chatts hat Priorität. Auch Online-Spiele, Musiktausch, das Ansehen/ Herunterladen von Filmen im Internet sowie die Frequentierung von Erotikangeboten gehören zur häufigen Nutzung (MDG: 305). Das Äußere von Geräten und die Auswahl von Klingeltönen „entsprechen der eigenen ‚krassen‘ Ästhetik und Phantasie: sich Absetzen vom spießigen Mainstream. [...] Nummernkreise mit speziellen Klingeltönen machen das Handy zum Filter, die ‚eigenen Leute‘ von lästigen Anrufern unterscheiden zu können.“ (Sinus-Institut 2007: 25).

### 3.3 Das Konservativ-Etablierte Milieu

Angehörige dieses Milieus repräsentieren das alte deutsche Bildungsbürgertum und wollen traditionelle Werte, Traditionen und bewährte Institutionen bewahren. Dabei soll der Fortschritt nicht aufgehoben, aber kontrolliert werden. Ordnung, Selbstdisziplin und Anpassung stellen wichtige Leit-motive dar (MDG: 127, 131). Das humanistisch geprägte Pflichtethos der Milieuangehörigen und ihr starkes gesellschaftliches Verantwortungsgefühl zeigen u.a. sich in der aktiven Übernahme von Ehrenämtern (MDG: 127, 132). Finanziell oft gut abgesichert, folgen sie dem Bild eines großbürgerlichen Lebensstils (MDG: 130), dennoch stehen immaterielle Werte und Ziele im Vordergrund (Sinus-Institut 2007: 12).



Abb. 6: Küche Konservativ-Etabliertes Milieu

Mitglieder des Konservativ-Etablierten Milieus haben oft hohe formale Bildungsabschlüsse sowie mittlere bis gehobene Einkommen, teilweise größere Vermögen. Der Altersschwerpunkt des Milieus liegt bei 60-75 Jahren mit einem demgemäß hohen Anteil an Ruheständigen. Zwei-Personen-Haushalte kommen überdurchschnittlich oft vor (MDG: 129).

Milieuangehörige betonen ihre eigene gehobene Stellung in der Gesellschaft (MDG: 131), erleben zugleich aber zunehmende Entfremdung von deren Entwicklungen (Sinus-Institut 2007: 12). Es besteht seitens dieses Milieus Distanzierung zu Zeitgeist, Nicht-Anpassung und Exzentrik (MDG: 130 f.) mit dem entsprechenden Konfliktpotenzial gegenüber anderen Milieus. Angehörige des Konservativ-Etablierten Milieus halten an konservativen Einrichtungsstilen wie altdeutsch oder altenglisch fest und schätzen nicht-moderne klassische Kunstwerke (MDG: 130).

Sie pflegen eine Vorliebe für „protestantische“ Schlichtheit, es wird auf Modernes, auf „Protziges“ (s. ebenda) sowie auf inszenierte Repräsentation verzichtet: Bevorzugt Alltagsdinge mit biographischen Bezügen und Erbstücke werden benutzt und gepflegt, aber nicht zur Statusbestätigung ausgestellt (s. ebenda).

Neben einem ausgeprägten Interesse an Historischem gibt es rege Teilnahme an etablierten Kulturangeboten. Konsum-Materialismus, „Spaßgesellschaft und [...] Amerikanisierung“ werden abgelehnt (Sinus-Institut 2007: 12). Eine gesunde Lebensführung gehört ebenso zur Erhaltung geistiger und körperlicher Gesundheit wie sie fördernde Urlaubsaktivitäten und Reiseziele (s. ebenda).



Abb. 7: Konservativ-Etabliertes Milieu: Übergang vom Ess- zum Wohnzimmer

Bevorzugte Zeitschriften dieses Milieus sind „Der Spiegel“, „Focus“ und die „Bunte“, es gibt zudem eine Präferenz für Wohnzeitschriften wie „Mein schöner Garten“ oder „Schöner Wohnen“ (MDG: 133 f.). Die Fernsehnutzung ist mit 212 Minuten am Tag durchschnittlich; es werden hier vorwiegend Bildungs- und Informationsmöglichkeiten fast ausschließlich der öffentlich-rechtlichen Sender genutzt. Unterhaltung finden Milieuangehörige bei diesem Medium in deutschen Serien, Kriminalfilmen und in Angeboten, die dem Heimatfilmgenre angehören bzw. sich daran anlehnen (Sinus-Institut 2007: 13).

Digitale Medien wurden von diesem Milieu lange als Wertebedrohung gesehen; oft über die Initiative von Kindern oder Enkeln kam es zur Nutzung. Handy, PC und Internet werden nun zu Kontaktpflege und Informationssuche verwendet; zu als negativ erlebten Begleiterscheinungen wie etwa permanenter Verfügbarkeit wird Distanz gehalten (Sinus-Institut 2007: 13). Die hauptsächliche Nutzung des Internets erfolgt in Form von Email-Versand (MDG: 137). Der Gebrauch von digitalen Medien zu Unterhaltungszwecken wird nicht erwähnt, ebenso wenig wie die repräsentative Funktion von Medien. Der Werkzeugcharakter hat hier Priorität.

### 3.4 Das Liberal-Intellektuelle Milieu

Mit überdurchschnittlichem Bildungsniveau sowie hohen und höchsten Einkommensklassen erscheinen die Mitglieder dieses Milieus als gut situierte, sehr selbstbewusste Gruppierung mit grundsätzlichem Fortschritts-Optimismus. Sie verfolgen klare Karrierestrategien, streben nach finanzieller Unabhängigkeit und hohem Lebensstandard und sind oft in leitenden Tätigkeiten anzutreffen. Der Altersschwerpunkt des Milieus liegt bei 40-60 Jahren, Drei- und Mehr-Personen-Haushalte sind überrepräsentiert. Das Selbstbild der Milieuangehörigen ist das der ökonomischen, politischen und kulturellen Elite, sie übernehmen Führungsrollen und Verantwortung (MDG: 25, 29; Sinus-Institut 2007: 6). Für die Wertebildung anderer Milieus erfüllen sie häufig die Funktion eines gesellschaftlichen Leitmilieus (MDG: ohne Seitenangabe), Menschen anderer Milieus erleben oft, dass sie von Mitgliedern des Liberal-Intellektuellen Milieus mit einer „Aura der Überlegenheit“ bewertet und gefordert werden (MDG: 37).

Dieses Milieu hat ein großes Bedürfnis nach Exklusivität. Die Wohnung übernimmt Repräsentationsfunktionen, standardisierte Massenprodukte werden abgelehnt, Unikate bevorzugt. Besonders geschätzt wird hier die „gekonnte Verbindung von Tradition und Moderne“ (MDG: 28). Repräsentativer Konsum mit hohem Qualitäts- und Markenbewusstsein wird zur Demonstration des eigenen Status verwendet. Es gibt reges Interesse an Kunst und Kultur sowie an (häufig prestigeträchtigen) Sport. Intensive Teilnahme am gesellschaftlichen und kulturellen Leben wird ebenso gepflegt wie ein arrivierter Lebensstil: Kennerschaft und Stilgefühl kennzeichnen Milieuangehörige, zudem Abgrenzung zum „Barbarischen, Trivialen, Plumpen“ ebenso wie zum „Extremen und Maßlosen“ (MDG: 29).

Musik und Hörbücher hören, Internet- und PC-Nutzung, Bücher lesen und Kinobesuche sind in diesem Milieu besonders beliebt (Sinus-Institut 2012: 2). Bevorzugte Zeitschriften sind etwa „Der Spiegel“, „Stern“ oder „Der Fokus“; Tageszeitungen „Die Welt“, das „Handelsblatt“, „FAZ“ oder die „Süddeutsche Zeitung“, auch Magazine wie „Geo“ und „ÖKO-TEST-Magazin“ (MDG: 31-33). Mitglieder des Liberal-Intellektuellen Milieus sehen sehr gezielt und mit circa 199 Minuten pro Tag im Milieuvergleich leicht unterdurchschnittlich viel fern (Sinus-Institut 2007: 7). Sie bevorzugen öffentlich-rechtliche Sender; Schwerpunkte sind tagesaktuelle Nachrichten, Sportsendungen sowie Sendungen zum historischen wie aktuellen Zeitgeschehen. „Auf diese Weise pflegt man das Selbstbild, immer auf dem Laufenden zu sein.“ (s. ebenda). Unterhaltungsserien werden von ihnen dagegen kaum verfolgt (s. ebenda).

Moderne Technik fasziniert Angehörige dieses Milieus. Sie befinden sich oft unter den „Early-Adoptern. Damit demonstrieren sie Kennerschaft und Insider-Status.“ (s. ebenda). Die Nutzung von

Handy, Laptop und Personal Digital Assistant „hohe[r] bist höchste[r] Qualität“ ist für sie selbstverständlich (s. ebenda), das Internet wird privat wie beruflich gerne und häufig frequentiert; Schwerpunkt ist die Informationsrecherche, gefolgt von Online-Banking und Online-Broking (MDG: 36). Kompetent benutzte digitale Hilfe beim „Einhalten von Terminen, beim Sich-Erinnern an besondere Daten [...] entspricht dem Selbstbild und schmeichelt dem eigenen Image.“ (Sinus-Institut 2007: 7).

### 3.5 Das Prekäre Milieu

Bei breiter Altersstreuung sind in diesem Milieu 30-60-Jährige leicht überrepräsentiert, es gibt überdurchschnittlich viele Geschiedene und Single-Haushalte. Milieuangehörige verfügen meist über einen Haupt-/ Volksschulabschluss mit und ohne Berufsausbildung und über Einkommen im unteren Bereich; es kommt oft zu Häufungen sozialer Benachteiligungen wie Arbeitslosigkeit und Krankheit (Sinus-Institut 2007: 20, MDG: 235). Mitglieder des Prekären Milieus möchten als „normale[...] Durchschnittsbürger“ zugehörig und anerkannt sein (MDG: 233), was sie über Konsum

demonstrieren: „Gerade aufgrund ihrer beschränkten finanziellen Mittel[,] zeigen die Angehörigen dieses Milieus einen ausgeprägten Konsum-Materialismus [...] um zu beweisen, dass sie mithalten können.“ (Sinus-Institut 2007: 20).

Dieses Milieu versteht Unterhaltung und Konsum als die beiden zentralen Dinge, um ein befriedigendes Leben zu haben. Hierbei leben viele über ihre



Abb. 8: Wohnzimmer Prekäres Milieu

Verhältnisse (MDG: 236 f.). Eine massive Verschlechterung der eigenen wirtschaftlichen Situation in den letzten Jahren sowie Verachtungserfahrungen führten bei Milieuangehörigen zu Frustration (MDG: 233, 246) und erschweren es ihnen zunehmend, Freizeitaktivitäten zu pflegen. So kommt es häufig zur Flucht in Traumwelten wie Fernsehen und Videospiele sowie zum Missbrauch von Genussmitteln wie Alkohol, Zigaretten und Süßigkeiten (MDG: 236). Kennzeichnete dieses Milieu früher eine ausgeprägte Gegenwartsorientierung mit dem Gefühl von Überlebenskampf im Alltag (MDG: 236, 246), nehmen aktuell Zukunftsängste und der Eindruck der Benachteiligung zu: „Es hat sich bei vielen das Gefühl festgesetzt, endgültig abgehängt und chancenlos zu sein.“ (Sinus-Institut 2007: 20). Sehnsüchte des Milieus zielen in Orientierung an der Bürgerlichen Mitte auf familiäre Harmonie und zumindest etwas höheren Lebensstandard; früher von Mitgliedern dieses Mi-

lieus gepflegte Träume von Wohlstand und Luxus, z.B. durch einen Lottogewinn, (MDG: 245), werden seltener, „um nicht noch mehr enttäuscht zu werden.“ (Sinus-Institut 2007: 20). Abgrenzung erfolgt in diesem Milieu gegen „Randgruppen und Ausländer[...]“ (MDG: 233) sowie gegen intellektuelle Besserwisserie und distinguierten Habitus (MDG: 237). Selbstsicher ist man in der eigenen Gruppe; wird ihre Sicherheit verlassen, fühlt man sich unterlegen und wird unsicher, bemüht sich aber äußerlich stark um Anpassung. Im Gegensatz zum Hedonistischen Milieu, gibt es hier keine Lust an Provokation.

Die Sprache der Angehörigen des Prekären Milieus ist schlicht, oft mit regionalen Dialekteinfärbungen und grammatikalischen Fehlern, die zu ändern nicht von Interesse ist, da die eigene Bezugsgruppe ebenso spricht. In diesem Milieu wird traditionelle geschlechtsspezifische Rollenteilung bevorzugt (MDG: 237, 244). Man möchte auch bei der Wohnungseinrichtung mithalten, Wunschbild



Abb. 9: Wohnzimmer Prekäres Milieu mit Blick in die Küche

ist die repräsentative Gemütlichkeit der Bürgerlichen Mitte, bei deren Kopie man jedoch stilistisch überreibt: Üppiges, Buntes und Dinge mit Prestigewert, z.B. Unterhaltungs-Elektronik, werden ausgestellt; der Hang zum Dekorieren und Ausschmücken z.B. mit Souvenirs, Plüschtieren, Puppen und Kirmes-Nippes führt oft zu einem Sammelsurium unterschiedlichster Objekte (MDG: 236).

Dieses Milieu gibt als einziges keine besonders favorisierten Medien an, es geht hier primär um Unterhaltung (Sinus-Institut 2012: 4). Gerne genutzte Printmedien sind „Bild“ und „Bild am Sonntag“, auch Programm- und Frauenzeitschriften („TV Movie“ und „Frau im Leben“) werden genannt, ferner Erotik-Zeitschriften wie „Praline“ (MDG: 239 f.).

Mit etwa 258 Minuten am Tag sehen Angehörige des Prekären Milieus überdurchschnittlich viel fern; sie ziehen private Sender vor und zeigen kaum Genre-Schwerpunkte. So konsumieren sie Kinderprogramme und Zeichentricksendungen ebenso wie Soap-Serien und Sitcoms, Action- und Kriminalfilme. Informationssendungen werden allerdings kaum angesehen (Sinus-Institut 2007: 21).

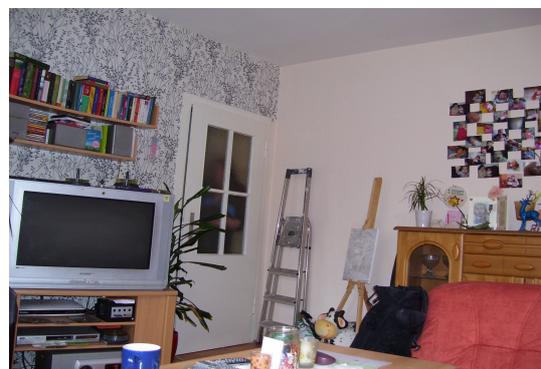


Abb. 10: Wohnzimmer Prekäres Milieu. Dekoration mit Stilmix

Digitale Medien dienen hier primär zur Unterhaltung. Mit PC und Internet können im Beruf nur selten Erfahrungen gewonnen werden, weshalb ihre Nutzung nicht leicht fällt; werden sie genutzt,

dann mit einfach zu beherrschenden Basisfunktionen. Handys sind selbstverständlich geworden, führen aber oft in die Verschuldungsfalle. Die Spielleidenschaft des Milieus wird überwiegend über Konsole und Fernseher bedient, auch aus Kostengründen werden TV und Video vorgezogen. (Sinus-Institut 2007: 21). Die Internetnutzung konzentriert sich auf Jobsuche, auf das Ansehen/ Herunterladen von Filmen, (Glücks-) Spiele und Erotikangebote (MDG: 243).

### 3.6 Das Sozialökologische Milieu

Kosmopolitische Weltsicht und grundsätzliche, aber nicht bedingungslose Toleranz anderer Lebensweisen sind für dieses Milieu ebenso selbstverständlich wie postmateriell geprägter Individualismus und der Einsatz für gerechte gesellschaftliche Verhältnisse (MDG: 53, 67). Angehörige des Sozialökologischen Milieus sind die treibende Kraft emanzipatorischer Entwicklungen in Gesellschaft und



Abb. 11: Küche Sozialökologisches Milieu. Präsentation einer gesundheitsbewussten Ernährung

und Wirtschaft und pflegen das Ideal einer umwelt- und gesundheitsbewussten Lebensführung (z.B. Bioprodukte, Naturheilverfahren) (MDG: 56). Mit der durchschnittlich höchsten Formalbildung im Milieuvvergleich, großem Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten und souveränem Umgang mit beruflichen und familiären Herausforderungen sind Milieumitglieder oft beruflich erfolgreich, haben aber keine klassische Karriereorientierung.

Der Altersschwerpunkt liegt zwischen 30 und 50 Jahren; 4-Personen-Haushalte, oft mit kleinen Kindern, sind deutlich überrepräsentiert (MDG: 53, 55). Selbstdefinition erfolgt als intellektuelle, kulturelle und ökologische Avantgarde, nicht über Status oder Besitz (MDG: 57). Dieses Milieu fungiert als ein gesellschaftliches Leitmilieu (MDG: ohne Seitenangabe). Seine Angehörigen sind der Konsum- und Mediengesellschaft gegenüber kritisch und lehnen sinnentleerten Konsum ab. Ihr Konsumverhalten ist anspruchsvoll und selektiv, sie zeigen Stil-Sensibilität und Kunstverstand ohne bildungsbürgerliche Attitüden. Dem Prunk und „Kitsch“ anderer Milieus gegenüber sind sie aversiv (MDG: 56). Man „sendet Signale von Bildungsstatus, ungezwungen [...] und zur sozialen Verge-wisserung – nicht als statusorientierte Angeberei (solche ist verpönt).“ (MDG: 65).

Bildung, Kulturteilhabe, gehobener Genuss und soziale Kontakte werden in diesem Milieu höher

bewertet als materielle Werte (MDG: 56 f.); Schlichtheit wird ästhetisiert, „weniger ist mehr“ (MDG: 56) als eigenständiges Konzept im Kontrast zu „krudem Hedonismus und oberflächlichem Konsum-Materialismus“ betrachtet (MDG: 57).

Im Milieuvvergleich überdurchschnittlich präferiert dieses Milieu die Medien Bücher und Hörbuch und erreicht hier den jeweils höchsten Wert im Milieuvvergleich, beim Hörbuch gemeinsam mit dem Liberal-Intellektuellen Milieu (Sinus-Institut 2012: 3). Bevorzugte Zeitschriften sind „Stern“, „Der Spiegel“ oder „Fokus“, Tageszeitungen „FAZ“ und die „Süddeutsche Zeitung“ zudem diverse umweltthematische Magazine wie „Geo“, „ÖKO-TEST-Magazin“ und „National Geographic D.“ (MDG: 59-61). Angehörige des Sozialökologischen Milieus sehen sehr selektiv und mit durchschnittlich 177 Minuten pro Tag im Milieuvvergleich am wenigsten fern (Sinus-Institut 2007: 9). Bei kulturellen, sozialen und gesellschaftspolitischen Themen ziehen sie



Abb. 12: Musikzimmer Sozialökologisches Milieu mit Motto „Lebe deinen Traum“ auf den Regalen

öffentlich-rechtliche Programme vor; zur Unterhaltung frequentieren sie auch private Angebote, insbesondere „anspruchsvollere“ US-Serien, Kriminal- und Spielfilme sowie gesellschaftsutopische Sciene-Fiction-Serien, zu denen sie eine hohe Affinität zeigen (s. ebenda). Nach anfänglicher Skepsis digitalen Medien gegenüber, sind die Mitglieder des Sozialökologischen Milieus zu ihrer intensiven und souveränen Nutzung übergegangen. Priorität haben hier „Nützlichkeit und Entlastung“ (Sinus-Institut 2007: 8): Wenn ein Gerät sinnvoll ist, wird es gekauft, „aber nur zur persön-

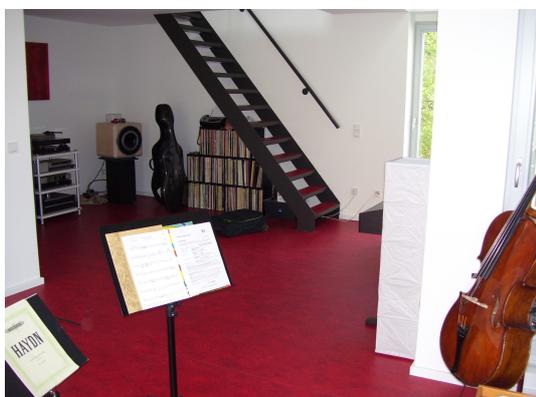


Abb. 13: Musikzimmer Sozialökologisches Milieu

lichen Entlastung und nicht als Statussymbol“ (Sinus-Institut 2007: 9). Je mehr die Verwendung digitaler Medien beruflich nötig ist, umso mehr wird ihr privater Einsatz reflektiert (s. ebenda). Im privaten Bereich stellen Informationsrecherchen die mit Abstand häufigste Nutzung des Internets dar (MDG: 64). Hier wird der primäre Werkzeugcharakter deutlich, den digitale Medien für dieses Milieu haben; zu Unterhaltungszwecken zieht man Bücher und Hörbücher vor.

### 3.7 Das Traditionelle Milieu

Mit einem Schwerpunkt der Milieuangehörigen in der Kriegs- und ersten Nachkriegsgeneration, vertreten Mitglieder des Traditionellen Milieus Werte wie Pflichterfüllung, Sparsamkeit, Bescheidenheit und Ordnung, die in ihrer Jugend überlebensnotwendig waren, dann zu gelebten Tugenden wurden und aktuell wieder notwendig sind. Konformismus, Sicherheitsstreben und Anpassung an Notwendigkeiten sind wichtig; angesichts ihrer sich in den letzten Jahren verschlechternden finanziellen Lage, wächst jedoch Verbitterung. Mit zunehmendem Alter nimmt für Milieuangehörige die Bedeutung von Familie und anderen sozialen Kontakten im unmittelbaren Umfeld zu (Sinus-Institut 2007: 14). Sie sind bereit, für Familie auf vieles zu verzichten und neigen zum Rückzug in den häuslichen Bereich (MDG: 170, 160). Hochgesteckte Ziele werden nicht verfolgt (MDG: 157); man erlebt sich selbst als „der ‚anständige Kerl‘ bzw. ‚die rechtschaffene Frau‘“ und ist stolz auf das, was man für die Familie erreicht hat (MDG: 161). Im hierarchischen Weltbild des Milieus ordnet man sich selbst „hier unten“ ein (s. ebenda), verteidigt den eigenen Status-quo und eine Moral öffentlicher Konformität. Abgrenzung erfolgt zum Experimentellen, Exponierten und Exzentrischen; Tabubrüche werden stigmatisiert, die „Spaßgesellschaft“ kritisiert (s. ebenda). Sich auf Neues oder Fremdes einzulassen, wird heftig abgelehnt (MDG: 160). Viele Mitglieder des Traditionellen Milieus sind christlich religiös, die meisten bevorzugten traditionelle geschlechtsspezifische Rollenmuster (MDG: 171, 162). Der Altersschwerpunkt des Milieus liegt bei „65 Jahre[n] und älter“ (Sinus-Institut 2007: 14) ; es hat einen hohen Anteil an Ruheständigen und einen Frauenanteil von knapp zwei Dritteln. Der Anteil allein Lebender und Verwitweter ist der höchste im Milieuvvergleich. Milieuangehörige haben überwiegend die Haupt-/ Volksschule absolviert und eine abgeschlossene Berufsausbildung (MDG: 159), meist verfügen sie über kleine bis mittlere Einkommen (Sinus-Institut 2007: 14).

Milieumitglieder neigen im Wohnbereich zu Altdeutsch-Rustikalem und zu nostalgischen Heile-Welt-Inszenierungen der Repräsentationsräume, in Funktionsräumen wie Küche oder Diele wird auf Praktisches und Nützlich Wert gelegt. Modische Trends und Extravaganzen werden abgelehnt, Sauberkeit und Ordnung hingegen als eigene Stilprinzipien verstanden (MDG: 160 f.). „Schutzwälle aus Gardinen, Hecken und Zäunen unterstreichen den Rückzug aus der Welt des Sittenverfalls und der lockeren Moral.“ (Sinus-Institut 2007: 14).

Mitglieder des Traditionellen Milieus lesen bevorzugt Programm- und aktuelle Zeitschriften, besonders „Hörzu“ und „Bunte“, wie auch Frauenzeitschriften („Bild der Frau“) (Sinus-Institut 2012: 3, MDG: 167). Mit im Schnitt 253 Minuten pro Tag sehen sie überdurchschnittlich viel fern, wobei sie starke Präferenz für öffentlich-rechtliche Sender zeigen. Um gut informiert zu sein, verfolgen sie Nachrichtensendungen und „ARD-‚Ratgeber‘-Sendungen“ (Sinus-Institut 2007: 15); zur Unterhal-

tung ziehen sie deutsche Serien und Volksmusiksendungen vor (s. ebenda).

Das durchschnittlich älteste Milieu hat die größte Distanz zu digitalen Medien, diese werden generell abgelehnt. Tradierte Kommunikations- und Unterhaltungsformen wie Festnetztelefon, Radio, Zeitung und Fernseher werden altersbedingt und aus finanziellen Gründen fast konkurrenzlos genutzt; es gibt kein Interesse an einer Erweiterung des Spektrums. Etwaige aus Sicherheitsgründen auf Betreiben der Kinder gekaufte Handys werden wenig und nur für reine Telefonate genutzt, es gibt in diesem Milieu kaum Haushalte mit einem PC (Sinus-Institut 2007: 15). Wird das Internet genutzt, dann primär, um Emails zu versenden (MDG: 167).

#### **4. Folgen für die Medienbildung, Ausblicke für die Bildungswissenschaft**

Es erweist sich, dass die betrachteten Sinus-Milieus sich im Rahmen der „Welt-Mensch-Beziehung“ über milieu-spezifische Alltagsästhetik und Mediennutzung sowohl im eigenen Milieu vergewissern als auch gegen andere Milieus abgrenzen. Ferner kommt es zu Annäherungen, wie etwa im Prekären Milieu in Form von Imitationen der Bürgerlichen Mitte als Ausdruck des Wunsches nach Zugehörigkeit. Immer aber dienen Alltagsästhetik und Mediennutzung auch als Standortangaben und als Standortreproduktionen im gesellschaftlichem Umfeld.

Bachmair (2011) erklärt „Zeichen- und Mediensysteme“ als „an gemeinsame Inhalte und Bedeutungen gebunden, die immer etwas Gemeinsames in einer Gesellschaft und Kultur voraussetzen, nämlich die gemeinsam geteilten Bedeutungen.“ (Bachmair: 59). Diese Bedeutungen scheinen milieu-unabhängig geteilt zu werden, nicht aber ihre Bewertung. Herrscht z.B. in manchen Milieus das starke Bedürfnis nach Statusrepräsentation über Alltagsästhetik (Liberal-Intellektuelles Milieu, Prekäres Milieu), wird dies von anderen Milieus vehement abgelehnt (Konservativ-Etabliertes Milieu, Sozialökologisches Milieu); die Nutzung digitaler Medien ist für manche Milieus beruflich und privat selbstverständlich (Liberal-Intellektuelles Milieu, Sozialökologisches Milieu), anderen Milieus dienen sie fast ausschließlich zur Unterhaltung (Hedonistisches Milieu), vom Traditionellen Milieu werden sie abgelehnt. Auch das Lese- wie Fernsehverhalten unterscheiden sich teilweise stark: Bevorzugen die einen Milieus hier primär Unterhaltendes (Hedonistisches Milieu, Prekäres Milieu); zeigt das Konservativ-Etablierte Milieu eine Vorliebe für Information; die Bürgerliche Mitte und das Sozialökologische Milieu nutzen Printmedien und Fernseher für beides, letzteres Milieu präferiert als Unterhaltungsmedien aber Bücher und Hörbücher. Zudem gehen favorisierte (Fernseh-) Genres weit auseinander: Etwa von gesellschaftsutopischen Sciene-Fiction-Serien (Sozialökologisches Milieu) über Reality-Sendungen (Bürgerliche Mitte) zu Volksmusikangeboten (Traditionelles

Milieu), um nur einige zu nennen. Folglich differiert auch Medienbildung als „Bildung im Sinne einer Mensch-Welt-Beziehung“ (Bachmair: 61) mithilfe von Medien in den Milieus sehr stark.

Es erscheint sinnvoll, dies bei bildungswissenschaftlichen Angeboten ebenso zu berücksichtigen wie die unterschiedlichen Zugangsmöglichkeiten der Milieus zu Bildungsangeboten, z.B. über finanzielle Ressourcen und den Werdegang im Bildungssystem, oder die Möglichkeit von Konflikten, die sich aufgrund der Abgrenzungstendenzen aller betrachteten Sinus-Milieus ergeben können: So senden etwa Mitglieder des Sozialökologischen Milieus Signale von Bildungsstatus; solche des Liberal-Intellektuellen Milieus haben die Neigung, andere mit Signalen der eigenen Überlegenheit zu bewerten und zu fordern; während Angehörige des Prekären Milieus sich gegen intellektuelle Beserwisserei und distinguierten Habitus abgrenzen. Dies kann in Gruppenzusammenstellungen zu Konflikten führen, die die eigentliche Bildungsidee in den Hintergrund drängen.

Für den Erfolg bildungswissenschaftlicher Angebote ist es unerlässlich, Menschen in ihren differierenden Lebenswelten zu erreichen. Zusätzlich zu Einkommens-, Bildungs-, Alters-, Gender-, Konfessionsaspekten etc., erscheint es daher notwendig, milieu-sensible Bildungsangebote vorzulegen.

## **Literatur:**

Bachmair, Ben (2011): Medienbildung und Alltagsästhetik. Hagen: FernUniversität in Hagen (Kursnr. 33050)

Bourdieu, Pierre (1998): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Übersetzt von Bernd Schwibs und Achim Russer. 10. Auflage. Frankfurt a.M.: Suhrkamp Verlag.

Geißler, Rainer (2002): Die Sozialstruktur Deutschlands. Die gesellschaftliche Entwicklung vor und nach der Vereinigung. Dritte überarbeitete Auflage. Wiesbaden :Westdeutscher Verlag.

Glameyer, Christian (2011): Kommunikation und Medien. Hagen: FernUniversität in Hagen (Kursnr. 33053)

Hradil, Stefan (2006): Die Sozialstruktur Deutschlands im internationalen Vergleich. Zweite Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Pisa Konsortium Deutschland (Hrsg.) (2006): PISA 2003. Dokumentation der Erhebungsinstrumente. Münster: Waxmann-Verlag.

MDG - Medien-Dienstleistung GmbH (Hrsg.) (2005): Milieuhandbuch religiöse und kirchliche Orientierungen in den Sinus-Milieus 2005. München/Heidelberg.

Sinus Institut (2012): Medien-Nutzung in den Sinus-Milieus. Auszug aus dem Medien-Paket. Forschungsnotizen des Sinus Instituts. Heidelberg. (Zur Verfügung gestellt am 01.11.2012.)

## **Internetquellen:**

Schilcher, Christian (2001): Der Beitrag von Pierre Bourdieu zur Sozialstrukturanalyse der gegenwärtigen Gesellschaften. Diplomarbeit im Fach Soziologie, TU-Darmstadt. In: Sic et Non. Zeitschrift für Philosophie und Kultur im Netz. Dezember 2005. [www.sicetnon.org/content/perform/Schilcher\\_Bourdieu.pdf](http://www.sicetnon.org/content/perform/Schilcher_Bourdieu.pdf) (Stand: 16.01.2013)

Sinus-Institut (2007): Lebensstil, Fernsehnutzung und Umgang mit neuer Kommunikationstechnologie. [http://www.sinus-institut.de/uploads/tx\\_mpdownloadcenter/SOM\\_Milieu\\_Broschuere\\_2007.pdf](http://www.sinus-institut.de/uploads/tx_mpdownloadcenter/SOM_Milieu_Broschuere_2007.pdf) (Stand: 21.01.2013)

Sinus-Institut (2008): Zentrale Ergebnisse der Sinus-Studie über Migranten-Milieus in Deutschland. [www.sinus-institut.de/uploads/tx\\_mpdownloadcenter/MigrantenMilieus\\_Zentrale\\_Ergebnisse\\_09122008.pdf](http://www.sinus-institut.de/uploads/tx_mpdownloadcenter/MigrantenMilieus_Zentrale_Ergebnisse_09122008.pdf) (Stand: 21.01.2013)

Sinus-Institut (2009): Die Sinus-Milieus. [www.sinus-institut.de/uploads/tx\\_mpdownloadcenter/infoblatt\\_d\\_2009\\_01.pdf](http://www.sinus-institut.de/uploads/tx_mpdownloadcenter/infoblatt_d_2009_01.pdf) (Stand: 21.01.2013)

Sinus-Institut (2010): Die Sinus-Milieus in Deutschland 2010. [www.sinus-institut.de/uploads/tx\\_mppress/Modellwechsel\\_2010\\_neue\\_Charts.pdf](http://www.sinus-institut.de/uploads/tx_mppress/Modellwechsel_2010_neue_Charts.pdf) (Stand: 21.01.2013)