

AK-Wahl 2014

Workshop

19. Jänner 2013

AK-Wahl 2014

- DEMOS
- Planung
- Verortung von potentiellen WählerInnen-Gruppen

AK-Wahl 2014

DEMOS

- DEMOS – demobilisieren, mobilisieren, stabilisieren
- Mobilisieren 2009 gut gelungen – Bekanntmachung der Wahl, BRs, Verteilaktionen
- Demobilisieren bewusst ausgespart
- Stabilisieren - ebenso zentral wie mobilisieren

AK-Wahl 2014

Erkenntnisse aus Analyse

Die Analysen der vergangenen Wahlkämpfe zeigen:

Wen will ich erreichen?

Zielgruppen

Wo erreiche ich sie?

Verortung

Wie erreiche ich sie?

Kanäle/Instr.

Womit will ich sie erreichen?

Botschaften

AK-Wahl 2014

Mobilisierung

Mobilisierung fällt leichter, wenn die Leute wissen:

- wissen, worum es geht
- wissen, wer ich bin
- meine Anliegen teilen
- wissen, was sie tun sollen

AK-Wahl 2014

Bausteine

Bausteine zur Wahlkampfstrategie:

- × sich selbst kennen
- × WählerInnen kennen
- × Umfeld und GegnerInnen kennen

- × relevante Themen auswählen
- × passende Botschaften formulieren
- × klare Positionierung finden

- × Instrumente & Kanäle auswählen
- × Ablaufplan / Dramaturgie entwickeln

Analyse

*Strategie-
Entwicklung*

*Maßnahmen
-
Planung*

AK-Wahl 2014

Todos

Ausblick / mögliche Todos:

- Analyse-Phase
 - × Selbst-, SWOT- und Umfeld-Analyse
 - × **Meinungsforschungen**
- **Strategie-Phase**
 - × **Ziele & Zielgruppen**
 - × **Themen & Botschaften**
 - × **Positionierung**
- Maßnahmen-Phase
 - × Kreativworkshops und/oder Agentur
 - × Zeit- und Budgetplanung

AK Wahl 2014

Sinus-Milieus

- Instrument für das strategische Marketing und Tool für Mediaplanung
- Ergebnisse aus 3 Jahrzehnten sozialwissenschaftlicher Studien
- Abbild der gesellschaftlichen Strukturen und ihrer Veränderung
- Basis-Zielgruppen für Marketing
- Erweitert um „politisches Marketing“
- Weltweit in 18 Ländern

AK Wahl 2014

Sinus-Milieus

- Sinus-Milieus fassen Menschen zusammen, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln
 - Ähnliche Grundorientierung, Werte
 - Ähnlicher Lebensstil, Geschmack
 - Ähnliche Kommunikationsstrukturen
 - Ähnliche Wohnumfelder

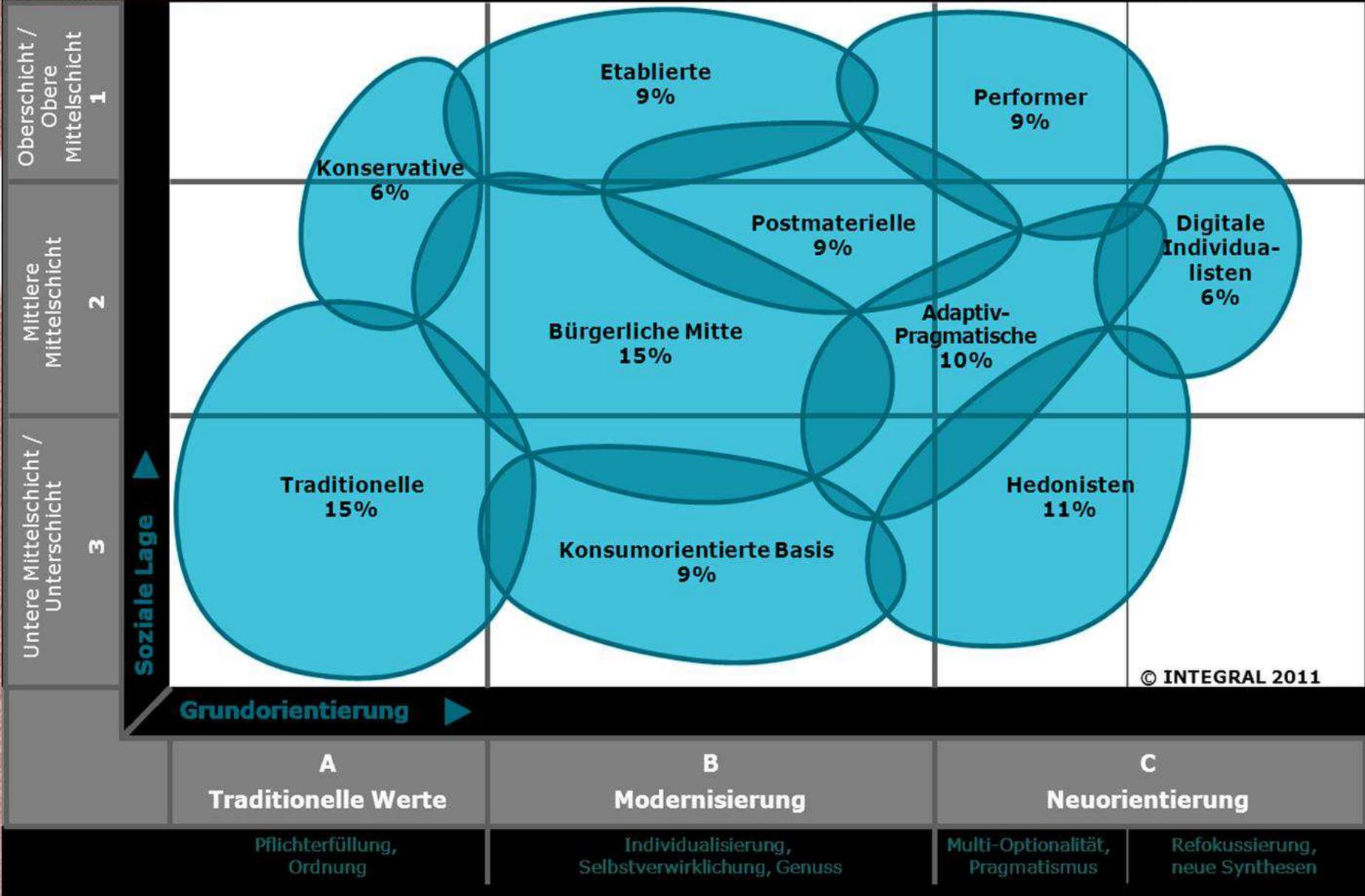
AK Wahl 2014

Sinus-Milieus

- Basis für Hypothesenbildung Österreich
- >250 qualitative Interview- und FokusgruppenteilnehmerInnen
- >30.000 quantitative Interviews
- Sekundärmaterial (European Values Survey, Jugendstudien, OECD Studien, Statistik Austria, BMASK)
- ExpertInnen-Gespräche
- Erkenntnisse aus Milieu-Updates vergleichbarer Länder

AK-Wahl 2014

Sinus-Milieus



Grundorientierung

A
Traditionelle Werte

Pflichterfüllung,
Ordnung

B
Modernisierung

Individualisierung,
Selbstverwirklichung, Genuss

C
Neuorientierung

Multi-Optionalität,
Pragmatismus

Refokussierung,
neue Synthesen

Sinus-Milieus

Konservative

Konservative (6%) nicht erreichbar für uns, eher für Benita als Präsidentin mit Herz

- Städtischer Bereich, mittlere bis hohe Einkommensgruppe
- Durchschnitt 55 Jahre
- Großbürgerlicher Lebensstil, Kirche
- Kleine Zeitung, OÖ und Salzburger Nachrichten, Kurier, Österreich, Furche, Gewinn

Sinus-Milieus

Traditionelle

- Traditionelle (15%), wenn noch nicht in Pension, dass für FSG und eingeschränkt für FA erreichbar
 - Orte <5.000 Einwohnern, tendenziell NÖ/OÖ
 - Das Milieu mit dem niedrigsten Einkommen
 - Landwirte, ArbeiterInnen (wenn noch berufstätig)
 - OÖ Nachrichten, Kronen Zeitung, Österreich, Kurier, Die ganze Woche, ORF-Nachlese

Sinus-Milieus

Etablierte

- Etablierte (9%), erreichbar für FSG und ÖVP, eventuell schwarz-grün
- Wien, aber auch teilweise mittelgroße Städte
- Das Milieu mit dem höchsten Einkommen
- Durchschnitt 44 Jahre
- Traditionelles Management, Selbständige, freie Berufe
- Familie, Cabrios, Tennis
- Wirtschaftsblatt, Presse, Standard, Salzburger Nachrichten, Trend

Sinus-Milieus

Performer

- Performer (9%) - „Leistungsträger“ - individuelle Leistung, Effizienz und Erfolg haben erste Priorität
- Städtischen Milieu – Schwerpunkt Wien
- Obere Einkommensklasse
- Durchschnitt 37 Jahre
- Selbständige, Oberes, modernes Management – FDP
- Espresso-Maschine, Loft, BMW. Trendsport
- Presse, Heute, Standard, Kurier, Krone, Wienerin, Internetkompatibel

Sinus-Milieus

Bürgerliche Mitte

- Bürgerliche Mitte (15%) leistungs- und anpassungsbereiter Mainstream, Rückzug ins Private, traditionelle Rollenverteilung
- Eher ländlich, deutlich unterrepräsentiert in Wien
- Hoher Anteil an FacharbeiterInnen, mittlere Einkommensklasse
- Durchschnitt 49 Jahre, Kinder aus dem Haus
- Skoda, Eigenheim, Heimwerken, Wandern, Familie, Musikantenstadl
- Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, Österreich, Kurier, Gusto

Sinus-Milieus

Adaptiv-Pragmatische

- Adaptiv-Pragmatische (10%) - junge Konventionelle, Bedürfnis nach Verankerung
 - Ländliches Umfeld, kleinere Städte
 - Qualifizierte ArbeiterInnen bis mittlere Angestellte, 2 Einkommen, junge Paare bzw. junge Familien
 - Durchschnitt 35 Jahre
 - Ikea, VW, Mountainbike, Kino, Spielkonsole
 - Heute, Österreich, Kronen Zeitung, Kurier, Seitenblicke, Internet (Info, Downloads etc.)

Sinus-Milieus

Hedonisten

- Hedonisten (11%) Spaßgesellschaft mit Underdog-Gefühl, unpolitisch
 - Wien und größere Städte
 - Angestellte ArbeiterInnen, Personen in Ausbildung, Einkommen durchschnitt bis leicht unter Durchschnitt
 - 36 Jahre Durchschnitt
 - Fitness-Studio, Energy-Drinks, Party-Machen, Casting-Shows und „Saturday-Night-Fever“
 - Piercings, Tattoos, Skaten
 - Salzburger Nachrichten, Kleine Zeitung, Österreich, maxima, Internet: spielen, chatten, shoppen

Sinus-Milieus

digitale Individualisten

- Digitale Individualisten (6%) pragmatisch, weltoffen
 - Größere Städte
 - Alle Berufsgruppen, außer ArbeiterInnen und Landwirte, leicht überdurchschnittliches Einkommen
 - Durchschnitt 26 Jahre
 - Mobil, flexibel, vernetzt
 - Freitag, Bionade, Apple, technische Geräte, Trendsportarten, Chillen, Wellness
 - Presse, Heute, Salzburger Nachrichten, Österreich, Wiener, Falter, hohe Internetpräsenz, Chatten, Posten

Sinus-Milieus

Postmaterialisten

- Postmaterialisten (9%) politisch interessiert
- Keine regionalen Schwerpunkte
- Angestellte, BeamtInnen, Einkommen durchschnittlich bis leicht überdurchschnittlich
- 43 Jahre im Durchschnitt
- Soziale Fragen, Umwelt, Gerechtigkeit, Gleichstellung, Pazifismus
- Intellektuell, gebildet, vielseitig interessiert
- GEA, Fairtrade, Tee, AI, Öfen, Fahrrad
- Standard, Salzburger Nachrichten, Presse, Kurier, Falter, Profil, Internet: Recherchen

Sinus-Milieus

Schnittmengen

- **Postmaterielle haben Schnittmengen mit:**

- x Bürgerlicher Mitte
- x Etablierten, Performern
- x Adaptiv-Pragmatischen

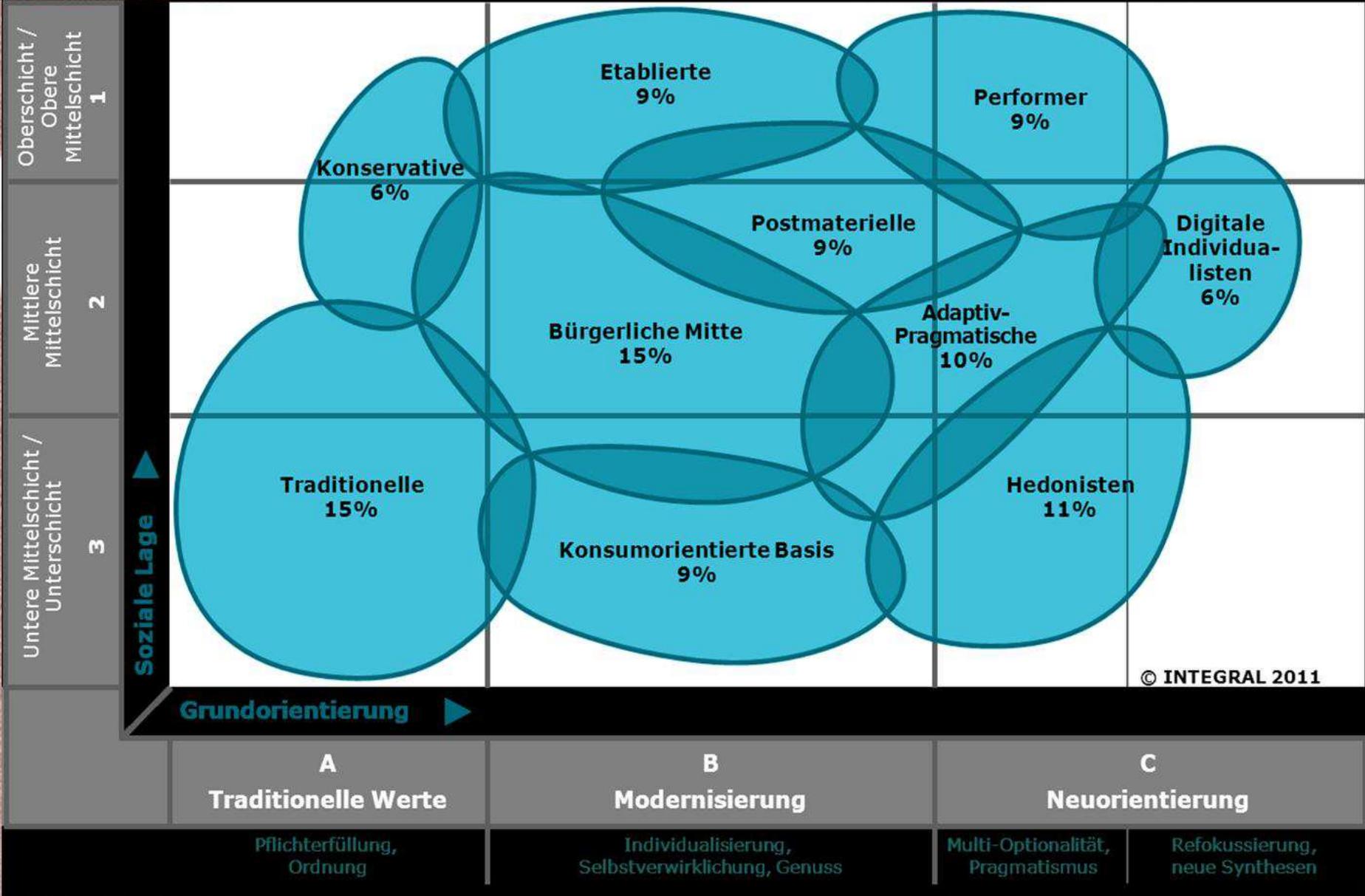
- **Digitale Individualisten**

- x Performern
- x Adaptiv-Pragmatischen
- x Hedonisten

→ Mediennutzung: **Standard, SN, Presse, Kurier, Österreich, Falter**

AK-Wahl 2014

Sinus-Milieus



A
Traditionelle Werte

Pflichterfüllung,
Ordnung

B
Modernisierung

Individualisierung,
Selbstverwirklichung, Genuss

C
Neuorientierung

Multi-Optionalität,
Pragmatismus

Refokussierung,
neue Synthesen